

Kleine Anfrage

## Einsatz von Fördergeldern bei der Kulturstiftung

---

Frage von Landtagsabgeordneter Thomas Rehak

Antwort von Regierungsrat Manuel Frick

### Frage vom 31. August 2022

Auf der Homepage des «Liechtensteiner Volksblatt», [www.volksblatt.li](http://www.volksblatt.li), ist seit Anfang August regelmässig ein Werbebanner von der Kulturstiftung Liechtenstein mit folgender Information zu sehen: «Werkjahrstipendium 2023. Alle Informationen für eine Bewerbung finden Sie hier.» Hierzu meine Fragen:

- \* Weshalb sieht sich die Kulturstiftung gezwungen, Online-Werbung zu schalten?
- \* Für das Werkjahr erhalten Kulturschaffende gemäss Jahresbericht CHF 48'000. Bei einem Monatspreis von bis zu CHF 1'980 für eine Bannerwerbung stellt sich die Frage, ob solche Werbekampagnen für ein Werkjahrstipendium aus Sicht der Regierung im Sinne der Kulturförderung ist?
- \* Wie viel Geld gibt die Kulturstiftung pro Jahr für Werbekampagnen aus?
- \* Wo schaltet die Kulturstiftung Werbung? Beziehungsweise wird auch auf den Social-Media-Kanälen Werbung platziert, um damit jüngere Kunstschaffende anzusprechen?
- \* Ich gehe davon aus, dass jeweils genügend Projekte bei der Kulturstiftung eingereicht werden. Wie viele Projekte konnten im Jahr 2020 und 2021 nicht gefördert werden?

### Antwort vom 02. September 2022

Zu Frage 1:

Die Kulturstiftung macht üblicherweise keine Online-Werbung. 2022 wurde in der Stiftungsratssitzung diskutiert, ob eine Ausschreibung über die Website ausreicht. Um den Zugang zu Informationen für Kunst- und Kulturschaffende zu verbessern, wurde für eine öffentliche Ausschreibung plädiert. Deshalb hat die Geschäftsstelle betreffend das Werkjahrstipendium das Vorgehen mit einem Online-Banner gewählt.

Zu Frage 2:

Wie in der Antwort zu Frage 1 erwähnt, bestand der Bedarf, über gezielte Werbung auf das Werkjahrstipendium hinzuweisen. Der Stiftungsrat der Kulturstiftung erachtet es als seine Pflicht, bei wichtigen Projekten wie dem Werkjahrstipendium im Interesse der potenziellen Bewerbungen geeignete Informationswege zu nutzen.

Zu Frage 3:

2020 wurde das Werkjahrstipendium für CHF 1'124.40 beworben, 2021 wurde keine Ausschreibung gemacht und kein Werkjahrstipendium vergeben, also fielen keine Ausgaben an. 2022 wurden folgende Werbeausgaben geplant, die finalen Rechnungen liegen noch nicht vor: In beiden Landeszeitungen wurde ein Ausschreibungstext mit Logo platziert (CHF 378.15). Zudem wurde ein Online-Banner für zwei Wochen zu Gesamtkosten von CHF 1'320.05 geschaltet.

Zu Frage 4:

In den Sozialen Medien ist die Kulturstiftung nicht aktiv. Die Kulturstiftung macht abgesehen vom vorliegenden Fall keine Werbekampagnen, sie arbeitet mit Medienmitteilungen und mit Berichterstattung sowie der eigenen Website. Im Rahmen von sogenannten «Eigenen Projekten» wie beispielsweise dem «Kunstraum Engländerbau» oder dem «Reiseziel Museum» wird hingegen für Veranstaltungen und Ausstellungen geworben.

Zu Frage 5:

2020 und 2021 wurden 23 Projekte abgelehnt und 123 mit einem geringeren Betrag als beantragt gefördert. Diese Angaben finden sich in den jeweiligen Jahresberichten.