

Kleine Anfrage

Auflösung der Stiftung Agrarmarketing

Frage von Landtagsabgeordnete Dagmar Bühler-Nigsch

Antwort von Regierungschef-Stellvertreterin Sabine Monauni

Frage vom 06. November 2024

Am 20. Oktober wurde der erste zu 100 Prozent in Liechtenstein produzierte Schaumwein präsentiert. Dabei handelt es sich um eine Projektidee, die dank der finanziellen Unterstützung der Stiftung Agrarmarketing erfolgreich umgesetzt werden konnte. Bei der offiziellen Begrüssung wurde eindrücklich erläutert, welche jahrelangen aufwendigen Vorarbeiten geleistet wurden, um den Prozess zu einer besseren Vermarktung und Stärkung der regionalen Wertschöpfung von einheimischen Landwirtschaftsprodukten erfolgreich zu etablieren.

Gemeinnützige Stiftungen sind innovativ und flexibel, können höhere Risiken eingehen und haben die Möglichkeit, unbürokratisch Anschubfinanzierungen für neue Projekte zu gewähren, die sich später vielfach bewähren. Wenn man diese Vorzüge in Betracht zieht, so ist es doch erstaunlich, weshalb die Regierung die Stiftung Agrarmarketing auflöst, stattdessen eine neue Kommission mit denselben Aufgaben und branchenfremden Kommissionsmitgliedern einsetzt und beim Amt für Umwelt zusätzliche personelle Ressourcen aufbaut.

Dazu meine Fragen:

- * Im Agrarpolitischen Bericht 2022 hat die Regierung die Neuausrichtung der Stiftung Agrarmarketing sowie Unterstützung beim Aufbau einer zentralen Vermarktungseinrichtung in privater Trägerschaft angekündigt. Die Stiftung soll hierzu innovative Ideen finanziell unterstützen. Wieso soll denn die Stiftung Agrarmarketing jetzt aufgelöst werden?
- * Wieso hat sich die Regierung entschieden, für die Erfüllung der gleichen Aufgaben eine neue Kommission zu schaffen zur Förderung von Verarbeitung und Absatz inländischer Landwirtschaftsprodukte unter dem Vorsitz des Amtes für Umwelt?
- * Musste für die Legitimation dieser Kommission mit der LVAV (Verordnung über die Förderung von Verarbeitung und Absatz inländischer Landwirtschaftsprodukte) eine eigene neue Verordnung erlassen werden und hätte dies nicht wie bisher über die Stiftung Agrarmarketing geregelt werden können?

- * Für die Evaluierung der Vermarktungseinrichtungen wurde einmalig mit CHF 8'000 gerechnet und für die Vermarktungsplattform jährlich mit CHF 20'000. Wie hoch belaufen sich die effektiven Kosten?

Antwort vom 08. November 2024

Vorab möchte ich richtigstellen, dass die Mitglieder der neuen Kommission zur Förderung von Verarbeitung und Absatz inländischer Landwirtschaftsprodukte keineswegs branchenfremd sind. Die Kommission setzt sich zusammen aus Vertreterinnen und Vertretern der Vereinigung Bäuerlicher Organisationen (VBO), der Wirtschaftskammer, Liechtenstein Marketing, der Gemeinden, des Amtes für Volkswirtschaft sowie des Amtes für Umwelt. Diese Zusammensetzung ist in der LVAV festgelegt, welche öffentlich konsultiert wurde.

zu Frage 1 und 2:

Im Rahmen der Prüfung der Neuausrichtung der Stiftung Agrarmarketing wurde erkannt, dass die Rechtsform der Stiftung, insbesondere aus Gründen der Corporate Governance nicht mehr zielführend ist. Eine Kommission, deren Entscheide rechtsmittelfähig sind und deren Aktivitäten im jährlichen Rechenschaftsbericht dokumentiert werden, ist hierfür wesentlich besser geeignet. Dies umso mehr, da die Mittel für die finanziellen Förderungen ausschliesslich aus jährlichen Beiträgen des Landes stammen.

Aus diesen Gründen befindet sich die Stiftung Agrarmarketing aktuell in Liquidation. An ihre Stelle ist die Kommission zur Förderung von Verarbeitung und Absatz inländischer Landwirtschaftsprodukte getreten, welche am 3. Oktober 2024 erstmalig tagte. Die erste Ausschreibung für Projekteingaben läuft derzeit bereits.

zu Frage 3:

Ja, es musste eine eigene Verordnung, die LVAV, erlassen werden.

zu Frage 4 und 5:

Das Amt für Umwelt untersucht derzeit mit externer Unterstützung das Potenzial des Ausbaus von landwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten in Liechtenstein. Dabei werden nicht nur bestehende Vermarktungseinrichtungen in der Region analysiert, sondern auch landwirtschaftliche Wertschöpfungsketten und Vermarktungspotenziale, um daraus resultierend Handlungsfelder und innovatives Entwicklungspotenzial ableiten zu können. Die Gesamtkosten dieser Analyse belaufen sich auf rund CHF 30'000. Zusätzliche personelle Ressourcen sind im Amt für Umwelt für die Analyse nicht erforderlich. Ob Mehr- oder Minderkosten im Vergleich mit den Aufwendungen entstehen, die die Stiftung Agrarmarketing verursacht hätte, kann nicht beziffert werden.