

Schwerpunkt Bevölkerungsumfrage «Service public»



Wilfried Marxer, Forschungsleiter Politik beim Liechtenstein-Institut. (Foto: MZ)

Nachgefragt

Wilfried Marxer: «Die Unternehmen können die Kritik nutzen»

VADUZ Die Umfrage zu den öffentlichen Unternehmen liegt nun auf dem Tisch. Dabei ging es vor allem darum, Kritikpunkte in Erfahrung zu bringen. Wie damit umgegangen wird, ist nun vor allem Sache der Unternehmen, wie Wilfried Marxer, Forschungsleiter Politik beim Liechtenstein-Institut, verdeutlicht.

«Volksblatt»: Wie repräsentativ ist die Umfrage?

Wilfried Marxer: Es ist keine repräsentative Umfrage, sondern es ging darum, kritische Stimmen einzuholen. Und das haben wir erreicht, indem wir allen die Möglichkeit gegeben haben, sich zu äussern.

Was können die sieben öffentlich-rechtlichen Unternehmen nun für Schlüsse ziehen?

Die Unternehmen können die Kritikpunkte, die von Vereinen und Verbänden sowie in der breiten Bevölkerungsumfrage geäussert wurden, produktiv nutzen und in ihre Geschäftstätigkeit einfließen lassen und allenfalls Korrekturen vornehmen. Vielleicht haben die Unternehmen aber auch Argumente, nicht auf die Kritik zu reagieren. (hf)

Bevölkerung setzt auf Leistungen unter staatlicher Kontrolle

Umfrage In der Bevölkerung herrscht weitgehend die Meinung vor, dass Service-public-Leistungen von staatlichen Betrieben erbracht werden sollten. Dies ist die vielleicht wichtigste Erkenntnis der gestern vorgestellten Bevölkerungsumfrage.

VON HOLGER FRANKE

Die Angebote der Service-public-Unternehmen werden überwiegend als sehr wichtig für das Land eingestuft und deren Funktionieren gilt als unabdingbar. Vonseiten von Verbänden und Interessengruppen wird die einheimische Kontrolle als wichtig erachtet. Versorgungssicherheit steht im Vordergrund. Konkurrenz zwischen verschiedenen Anbietern wird grundsätzlich mehrheitlich sowohl von der Bevölkerung wie auch von Verbänden und Interessengruppen begrüsst, wobei sich je nach Betrieb die Situation etwas anders darstellt. In der Frage von Zusatzleistungen zur eigentlichen Grundversorgung gehen die Meinungen, von einer Konkurrenzierung der Privatwirtschaft bis zu einem gewissen Mass an unternehmerischer Freiheit, ebenfalls auseinander.

Auffälligkeiten wurden bereinigt

Die Untersuchung verlief in drei Untersuchungsschritten. Zunächst wurden Vertreter von Verbänden und Interessengruppen zu den sieben Unternehmen befragt. Sie gaben über bestehende Beziehungen zu den Service-public-Unternehmen und über positive und negative Erfahrungen Auskunft, ebenso darüber, welche Herausforderungen sie für die betreffenden Unternehmen sehen und wie ihre Erwartungen aussehen. Ausserdem wurde die generelle Haltung zum Service public

«Das Radio, das 100 Prozent erreicht, wurde noch nicht erfunden.»

WILFRIED MARXER
LIECHTENSTEIN-INSTITUT



Roman Büsser (Liechtenstein-Institut), Regierungschef-Stellvertreter Daniel Risch und Wilfried Marxer (Liechtenstein-Institut), präsentierten gestern die Ergebnisse der Studie. (Foto: ZVG/IKR/Sven Beham)

angesprochen beziehungsweise die Frage, ob Leistungen besser staatlich oder privat erbracht werden sollten. Zweitens wurde eine Online-Bevölkerungsbefragung durchgeführt. Dem öffentlichen Aufruf zur Teilnahme folgten 1432 Personen, die einen Fragebogen ausfüllten. Drittens wurden Mitglieder des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung der sieben Service-public-Unternehmen interviewt. Sie konnten sowohl die aktuellen Herausforderungen aus unternehmerischer Perspektive darstellen, wie auch auf Kritik an ihrer Unternehmung eingehen. Wie es in der Studie

heisst, wurde die Umfrage insgesamt 1716 Mal aufgerufen. 284 Fälle wurden aus dem Datensatz entfernt, etwa weil sie «krass unvollständig» ausgefüllt waren, oder weil der Fragebogen in auffällig kurzer Zeit ausgefüllt wurde und daher die Teilnahme als unseriös einzustufen war.

Nicht gut ist nicht zwingend schlecht

Die Interpretation der Ergebnisse ist allerdings nicht einfach. So beurteilen beispielsweise 11 Prozent der Befragten Radio als «sehr gut» und 34 Prozent als «eher gut». 45 Prozent sind also positiv gestimmt. Nun könnte man daraus auch schliessen, dass 55 Prozent Radio L nicht positiv gegenüberstehen. Diese Interpretation wäre aus der Sicht von Radio-L-Intendant Martin Matter allerdings

nicht seriös. Schliesslich sei die Umfrage nicht repräsentativ. Und sie berücksichtigt auch die Nichthörer, die vermutlich Radio L eher negativ bewerten. Tatsächlich gaben 24 Prozent an, Radio L «eher schlecht» oder «sehr schlecht» zu beurteilen. 18 Prozent waren sich nicht sicher und 13 Prozent hatten keine Meinung. Rückendeckung bekommt Radio L vonseiten des Liechtenstein-Instituts: «Das Radio, das 100 Prozent erreicht, wurde noch nicht erfunden. Man kann ja nicht alle 5 Minuten die Musikrichtung wechseln», machte Wilfried Marxer gestern deutlich. Befragte, die den Sender nicht hören, würden tendenziell den Standpunkt vertreten, dass z. B. die «falsche» Musik gespielt werde, der Sender allenfalls gar nicht nötig sei und auch nicht staatlich finanziert sein sollte. «Das liegt auf der Hand. Darum würde ich sagen, dass man als Radio-Intendant mit so einem Ergebnis durchaus zufrieden sein kann.» So empfindet das auch der Intendant von Radio L, wie er gegenüber dem «Volksblatt» wissen liess.

Gute Noten und ein wenig Kritik

Die LKW wurden weitestgehend positiv bewertet, ebenso wie die Post - trotzdem gab es kritische Anmerkungen. Dass Leistungen von einem einheimischen Unternehmen unter staatlicher Kontrolle erbracht werden, steht bei der LGV und der LIEmobil im Vordergrund. Die Telecom wird nur knapp positiv bewertet und bei Liechtenstein Marketing kommt ein altes Problem zum Vorschein: Die Organisation wird offenbar noch immer zu wenig wahrgenommen.

Radio L polarisiert und die Telecom muss über die Bücher

Sorgen Bei Radio L werden vor allem Finanzierungsprobleme gesehen, die Telecom muss gleich auf mehreren Baustellen kämpfen.

VON HOLGER FRANKE

«Die Bewertung insgesamt der Service-public-Umfrage zeigt, dass 45 Prozent der Befragten den LRF positiv bewerten und 24 Prozent eine negative Bewertung abgegeben haben. Berücksichtigt man, dass wir mit einem Programm eine möglichst grosse Schnittmenge an Personen bedie-

nen, dann ist dies ein guter Wert», verdeutlicht Radio-L-Intendant Martin Matter gegenüber dem «Volksblatt». Tatsächlich teilen die regelmässigen und intensiven Hörer gute Noten aus, sprechen sich tendenziell für einen Ausbau aus und möchten, dass der Sender einheimisch und staatlich bleibt, im Gegensatz zu denjenigen, die den Sender nie oder fast nie hören. Verbände und Interessengruppen plädieren weitgehend für das bestehende Konzept. Aus Sicht des Liechtensteinischen Rundfunks stellt die Finanzierung - Staatsbeitrag und Werbeeinnahmen - die grösste Herausforderung dar, zumal eine Erneuerung der Infrastruktur

ansteht. Bei der Telecom Liechtenstein überwiegt knapp die Meinung, dass es nicht wichtig sei, dass das Angebot von einem einheimischen Unternehmen stammt. Die staatliche Kontrolle wird bei der Festnetztelefonie und dem Internetanschluss als etwas wichtiger angesehen als beim Mobilfunk. Ausserdem sind FLI-Kunden etwas positiver eingestellt als die anderen. In der Bevölkerungsbefragung fällt die Bewertung der Telecom nur knapp positiv aus, am schlechtesten wird der Preis der Produkte bewertet. «Für uns sind die Ergebnisse der Service-public-Umfrage als zusätzliche Rückmeldung des Marktes, wie die Telecom Liechten-



Sowohl Radio L als auch die Telecom werden die Ergebnisse der Befragung nun tiefergehend analysieren. (Archivfotos: MZ)



stein wahrgenommen wird, sehr wichtig. Wir greifen auch dieses Feedback gerne auf, um kontinuierlich unsere Produkte und Services auf Kundenbedürfnisse auszurichten. Eine Kernmassnahme adressiert hierbei unser Programm zur umfassenden Netzerneuerung, das sich in der finalen Phase der Implementierung befindet. Mit dem neuen Netz-

werden wir eine deutliche Verbesserung der Versorgungssicherheit und Leistungsfähigkeit der liechtensteinischen Infrastruktur erreichen. Als Unternehmen arbeiten wir täglich daran, das Vertrauen der Kunden Schritt für Schritt wieder zu gewinnen», fasst Geschäftsführer Mathias Maierhofer auf Anfrage des «Volksblatts» zusammen.

LGV und LKW

Wenig Beanstandungen

VADUZ Mit der Liechtensteinischen Gasversorgung haben viele Befragte keine direkte Berührung und daher auch keine explizite Meinung. Wer sich äussert, hat meist eine sehr positive Meinung. Der Trend zu erneuerbaren Energien und die Produktion von Biogas wurde von verschiedenen Seiten angesprochen. Die Liechtensteinischen Kraftwerke werden weitgehend positiv bewertet, insbesondere hinsichtlich der Grundversorgung und der Qualität. Teilweise Kritik wird an den Zusatzleistungen wie etwa dem Elektrofachhandel geübt.

«Die überaus positive Bewertung der Bevölkerung und der Wirtschaftsverbände freut uns natürlich sehr», sagte Geschäftsführer Gerald Marxer in einer ersten Reaktion gegenüber dem «Volksblatt». Die vereinzelt Kritikpunkte werde man entgegennehmen. «Gerade beim Glasfaserausbau, einem der bedeutendsten Infrastrukturprojekte Liechtensteins, setzen wir auf eine transparente Kommunikation. Wir sind uns im Klaren, dass bei einem solch grossen Projekt nicht alle Bedürfnisse gleichzeitig abgedeckt werden können», so Marxer. (hf)

LIEmobil, Post und Liechtenstein Marketing

Gut, aber mit Verbesserungspotenzial

VADUZ Bei LIEmobil wird mit deutlicher Mehrheit dafür plädiert, dass es ein einheimisches Unternehmen unter staatlicher Kontrolle bleiben soll. Die Bewertung fällt weitgehend positiv aus, besonders aus Sicht der regelmässigen Nutzer des Busbetriebes. Die Post AG bekommt gute Noten hinsichtlich Grundversorgung und Kundenfreundlichkeit. Zwar wird mehrheitlich die Post als einheimisches Unternehmen unter staatlicher Kontrolle bevorzugt, es gibt aber auch eine starke Minderheit, die dies anders sieht. Die grös-

te Herausforderung ist die Finanzierung unter dem Vorzeichen von Liberalisierung und Digitalisierung und dem schwindenden Kerngeschäft. Das Ausdünnen des Poststellennetzes, die Bildung von Postpartnerschaften und der Ausbau von Zusatzleistungen seien Möglichkeiten, darauf zu reagieren. Solche Strategien werden allerdings auch kritisch kommentiert. Der Zweck von Liechtenstein Marketing - positive Wahrnehmung des Landes im In- und Ausland - wird mit grosser Mehrheit als wichtig erachtet, eben-

so die staatliche Kontrolle darüber. Bei der Bewertung halten sich viele zurück, da sie Liechtenstein Marketing zu wenig gut kennen. Die anderen äussern sich mehrheitlich positiv. Sowohl Verbände und Interessengruppen wie auch das Unternehmen selbst sehen angesichts der vielfältigen Aufgaben und Erwartungen in der bescheidenen Mittelausstattung ein Problem. (hf)