

Kleine Anfrage

Grüne Woche und Liechtensteiner Käse

Frage von Landtagsabgeordneter Harry Quaderer

Antwort von Regierungsrätin Marlies Amann-Marxer

Frage vom 01. April 2015

Liechtenstein hat bereits mehrmals an der Grünen Woche in Berlin teilgenommen und unser Land allgemein als «Bioweltmeisterland» präsentiert. Im Speziellen wird auf der Grünen Woche auch versucht, in Deutschland Liechtensteiner Käse beliebt zu machen.

1. Wie viel kostete die Teilnahme an der Grünen Woche im Januar dieses Jahres?
2. Was hält die Regierung von der Strategie, Liechtensteiner Käse neu in den Markt einzuführen? Wie beurteilt sie die Erfolgchancen angesichts der äusserst schwierigen Verhältnisse auf dem Milchmarkt?
3. Wo wurde eigentlich der Liechtensteiner Käse, der in Berlin zum Probieren angeboten wurde, hergestellt?
4. Was machte diesen Käse zu Liechtensteiner Käse?

Antwort vom 02. April 2015

Zu Frage 1: Die Kosten für den Auftritt betragen CHF 115'000, wovon CHF 20'000 durch die Partnerbetriebe und die Stiftung Agrarmarketing getragen wurden. Der Staatsbeitrag für den Standauftritt betrug somit CHF 95'000.

Zu Frage 2: Die Milchhof AG ist Abnehmer und Verarbeitungsbetrieb für 95 % aller Milchbauern in Liechtenstein und seinem wirtschaftlichen Erfolg kommt deshalb eine grosse Bedeutung zu. Beim bisherigen Kerngeschäft, der Herstellung von Molkereiprodukten, ist die Wertschöpfung eher gering, worunter die Wirtschaftlichkeit leidet. Um die Wirtschaftlichkeit zu erhöhen, ist es nötig in Zukunft wertschöpfungsstarke Produkte herzustellen und zu vertreiben, um im internationalen Umfeld bestehen zu können. Da unser Land und somit auch der Heimmarkt relativ klein sind, setzt die Milchhof AG auf den Export. Der Auftritt an der Internationalen Grünen Woche kann hierzu einen wertvollen Beitrag leisten. Die Auftritte in den vergangenen drei Jahren stiessen laut Milchhof AG auf grosses Interesse.

Die Wahl einer Unternehmensstrategie ist Sache der Milchhof AG bzw. des Milchverbandes. Die Strategie wurde dem zuständigen Ministerium und der Milchmarktkommission, der unter anderem die Überwachung der Entwicklung und des Ausbaus der Verarbeitungsstrukturen in der Milchwirtschaft obliegt, vorgestellt.

Die schwierigen Verhältnisse auf dem Milchmarkt stellen eine grosse Herausforderung für alle Akteure dar. Die Förderungen zur Vorwärtsintegration Milch von anfänglich CHF 900'000 p.a. läuft dieses Jahr aus. Der Auftritt an der Grünen Woche ist als Unterstützung zur Erschliessung eines neuen Absatzmarktes gesprochen worden. Die Regierung ist überzeugt, dass die Milchhof AG und der Liechtensteinische Milchverband diese Herausforderung erfolgreich meistern werden.

Zu Frage 3 und 4: Die Milchhof AG ist derzeit im Wandel. Die veralteten Produktionsanlagen müssen ersetzt werden. Derzeit befindet sich in Schaan ein neues Produktionsgebäude im Bau. Weil die Produktionsanlagen eines Betriebs in Graubünden denjenigen entsprechen, die in Zukunft im Milchhof zu Anwendung kommen sollen, wurde der Käse dort produziert. Die Rezeptur der beiden in Berlin verköstigten Käsesorten stammt von der Liechtensteiner Milchhof AG. Die Erstellung eines solchen „samples“ dient der Analyse eines möglichen Zielmarktes, damit die im Markt vorhandenen Potentiale realistisch eingeschätzt werden können.