

Milestone – Excellence in Tourism 2016

«Zuerst einmal spürte ich viel Herzblut»

Gespräch mit Milestone-Jury-Präsidentin Ruth Metzler-Arnold über Qualitäten und Defizite der eingereichten Projekte und die Innovationskraft der Tourismusbranche.

GERY NIEVERGELT

Ruth Metzler, Innovation zählt für Sie nebst der Bildung zur grössten Stärke der Schweizer Wirtschaft. Woran denken Sie konkret?

Wir leben nicht in einer Zeit von täglich bahnbrechenden Innovationen. In der Schweiz gibt es sehr viele kleinere und grössere Unternehmen, die die Innovation konstant vorantreiben. Unsere hohen Preise sind nur gerechtfertigt, wenn die Produkte innovativ sind und eine hohe Qualität bieten. Das ist Teil der Swissness. Schweizer Unternehmen können sich also in keinem Moment auf einem Erfolgserlebnis ausruhen.

Sie sind die neue Präsidentin der Milestone-Jury, die vergangene Woche die nicht weniger als 97 eingereichten Projekte für den diesjährigen Wettbewerb begutachtet und gewertet hat. Welchen Eindruck haben Sie von der Innovationskraft der Schweizer Tourismusbranche gewonnen?

Zuerst einmal spürte ich, dass in den Projekten sehr viel Herzblut und Motivation steckt. Der Mensch steht im Fokus, also der Gast, und das ist erfreulich. Was mir weiter positiv auffiel, waren Originalität und Mut, etwa wenn es jemand wagte, dort zu investieren, wo der Trend eher rückläufig ist.

Hatten Sie Erwartungen, die nicht erfüllt wurden?

Wenn ich Betriebe aus anderen Branchen zum Vergleich heranziehe, haben mich einige der Bewerbungen enttäuscht. Ich erhielt den Eindruck, dass im Tourismus teilweise als innovativ gilt, was in anderen Branchen schon längst Courant normal ist. Es ist bestimmt sinnvoll, über den Gartenzaun hinauszuschauen und zu prüfen, was man vom Nachbarn lernen kann. Abkupfern ist bisweilen erfolgversprechend, aber eben kein innovativer Prozess. Dieser bedingt, dass man einen wirklich neuen Weg einschlägt, von dem man nicht unbedingt weiss, wohin er schliesslich führt.

Tourismus ist eine standortgebundene KMU-Branche. Für viele Betriebe

ist ein völlig neuer Weg ein grosses Risiko.

Die Schweizer Wirtschaft ist allgemein geprägt durch KMU- und Familienbetriebe, und viele sind ebenfalls an einen Standort gebunden. In dieser Hinsicht ist die Tourismusbranche also nicht einzigartig. Und ich meine, sie könnte noch dazulernen von KMU und Gewerbebetrieben aus anderen Branchen, die sich im internationalen Wettbewerb immer wieder neu definieren und neue Märkte und Wege finden müssen. Agilität und Anpassungsfähigkeit sind entscheidende Faktoren des Erfolges.

Ging es der Tourismusbranche zu lange zu gut?

Das kann ich nicht beurteilen. Veränderungen werden aber begünstigt durch den Druck, dass es einem Unternehmen nicht gut geht. Schauen Sie zum Beispiel die deutschen Exportunternehmen an, welche als Folge des schwachen Euro zurzeit grosse Wettbewerbsvorteile haben: In ein paar Jahren werden diese «auf die Welt kommen» im Vergleich mit Betrieben in der Schweiz, die Jahr für Jahr kämpfen müssen.

Der Milestone wird ja nicht für eine Idee verliehen, sondern für eine Innovation, die erfolgreich umgesetzt wurde. Wie sieht hier Ihre Bilanz aus?

Gute Ideen zu haben genügt nicht. Innovation gibt es erst, wenn diese Ideen auch umgesetzt werden. Zugegeben, es ist nicht immer einfach, den richtigen Zeitpunkt für eine Bewerbung zu erwischen. Aber es gab Projekte, die eindeutig zu früh eingereicht wurden. Wo die Realisierung erst noch erfolgen muss, kann eine Nomination kein Thema sein. Weiter gab es eingereichte Projekte, die zwar schon gestartet sind, aber es fehlten die Facts & Figures, die wir zur Beurteilung benötigt hätten. Die Jury braucht eine qualifizierte Beschreibung des kommerziellen Erfolgs, sie möchte nicht spekulieren müssen über mögliche künftige Erfolge. Aber natürlich gilt es auch hier zu differenzieren. Nicht jede Initiative kann mit einer Erfolgsrechnung aufwarten, da der Nutzen nicht direkt beim Initianten anfällt, sondern bei verschiedenen Leistungsträgern und Betrieben, wie es etwa bei einem Projekt einer grösseren Tourismusorganisation der Fall ist.

Die verschiedenen Leistungsträger könnten auch gemeinsam ein Projekt einreichen.

Ich wünschte mir, dass der Netzwerkgedanke im Tourismus noch stärker zum Ausdruck kommt; dass es noch mehr betriebs- und sogar branchenübergreifende Initiativen gibt. Wenn es etwa darum geht, wie man in einer Ferienregion die Saison verlängern kann, sind alle Partner gefordert und nicht etwa nur der Hotelier.



Ruth Metzler-Arnold während einer Pause anlässlich der zweitägigen Milestone-Jurierung im neuen Zürcher Boutique Hotel Marktgasse.

David Biedert

Ich versuche, Ihre Eindrücke zusammenzufassen: Gute Projekte, aber es gibt keinen Grund, sich in der Branche für Innovationspower auf die Schultern zu klopfen.

Das trifft zu. Aber ich weiss, dass dies eine delikate Aussage ist in Anbetracht des schwierigen Umfelds, in dem sich der Schweizer Tourismus derzeit befindet. Innovation bedingt oft auch finanzielle Mittel, und diese fehlen mancherorts. Deshalb geht es für viele Unternehmer erst einmal darum, Kosten einzusparen, die Abläufe effizienter zu gestalten und Anpassungen beim Businessmodell vorzunehmen, damit Geld verdient werden kann, welches Investitionen ermöglicht.

Die Milestone-Jury wurde von fünf auf sieben Mitglieder ausgeweitet. Wie haben Sie die Arbeit im Gremium erlebt?

Ich habe sie als gut und teamorientiert erlebt. Wir – das heisst die sechs Fachleute aus der Branche und ich als diejenige mit der Aussensicht – beurteilten die Projekte mittels vertiefender Diskussion und direkten Vergleichs. Dabei liessen wir uns von folgenden Fragestellungen leiten: Fühlen wir uns wohl, wenn wir die Preisträger am 15. November auf der Bühne des Berner Kursaals sehen werden? Fühlen wir uns ebenso wohl beim Gedanken, dass diese mit ihren ausgezeichneten Projekten das Tourismusland Schweiz repräsentieren? Und können wir aufgrund der Informationen, die uns heute zur Verfügung stehen, auch in fünf Jahren noch stolz sein, so entschieden zu haben?

Sie waren Bundesrätin, haben dann von der Politik in die Wirtschaft gewechselt. Spielten in der Milestone-Jury auch politische Überlegungen wie ein Ausgleich unter den Sprachregionen eine Rolle? Nein. Natürlich sind wir uns bewusst, dass gerade bei den Sprachregionen eine gewisse Ausgeglichenheit wünschenswert wäre. Aber wir würden uns und den Nominierten keinen Gefallen tun, wenn dies quasi das Schlüsselkriterium wäre.

«Gute Ideen zu haben genügt nicht. Innovation gibt es erst, wenn diese Ideen auch umgesetzt werden.»

Ist Politik für Sie selbst ein abgeschlossenes Kapitel?

Sie ist im Sinne von Mandatsausübung definitiv abgeschlossen. Aber Politik ist viel mehr, sie gehört zum Alltag. Das gilt für mich genauso wie für alle, die im Tourismus aktiv sind. Denken Sie an die Wechselkurse, an die Subventionen, die gesprochen werden, oder die Rekrutierung ausländischer Arbeitnehmer.

Sie präsidieren heute unter anderem die Standortförderungsorganisation Switzerland Global Enterprise. Wie erleben Sie die Stimmung in der Schweizer Wirtschaft allgemein?

Wenn ich einen Begriff herausheben soll, so ist es die Unsicherheit. Das hat nebst dem Wechselkurs derzeit viel mit der Frage zu tun, wie die Masseneinwanderungsinitiative umgesetzt werden kann, ohne dass die bilateralen Verträge mit der EU gefährdet werden. Die Wirtschaft ist darauf angewiesen, dass sie die längerfristigen Rahmenbedingungen kennt.

Verraten Sie uns zum Schluss, wie Sie und Ihr Mann die dieses Jahr in der Schweiz verbrachten Sommerferien in Erinnerung behalten werden?

Wir waren in Zermatt, im Bündnerland, in Basel und zu Hause in Appenzell. Das war echt toll! Ich freue mich zum Beispiel immer über den sympathischen Bähnler in der Seilbahn auf den Hohen Kasten, der den Ausflüglern herrlich authentisch die Landschaft erklärt. Das kommt bei den Touristen aus dem In- und Ausland jeweils sehr gut an, genauso gut wie ein Lächeln, das übrigens nichts kostet. Für mich ist das die grösste Herausforderung für die Unternehmen im Schweizer Tourismus: Mitarbeiter zu rekrutieren und auszubilden, die mit demselben Herzblut an der Arbeit sind, wie ich es bei den Bewerbungen für den Innovationspreis Milestone spürte.

Die Nominationen auf Seite 4, 5 und 8

«Im Tourismus gilt teilweise als innovativ, was in anderen Branchen schon längst Courant normal ist.»

Ehemalige Bundesrätin Ruth Metzler-Arnold Von der Politik in die Privatwirtschaft

Als die Bundesversammlung 1999 die damalige Innerrhoder Regierungsrätin Ruth Metzler in den Bundesrat wählte, war diese erst 34 Jahre alt. Die studierte Juristin übernahm das Justizministerium und gewann alle Volksabstimmungen über Vorlagen aus ihrem Departement, bevor sie nach knapp fünf Jahren wegen des Anspruchs der erstarkten SVP auf einen zweiten Sitz im Bundesrat frühzeitig aus dem Amt scheiden musste.

So war die erst 39-jährige Alt-Bundesrätin gezwungen, sich neu zu orientieren. Nach einem Lehrauftrag an der Universität St.Gallen arbeitete sie für das Pharmaunternehmen Novartis als Leiterin Rechtsabteilung in Paris und Leiterin Investor Relations in Basel. Seit 2010 ist sie nun Partnerin im Beratungsunternehmen Klaus Metzler Eckmann

Spillmann. Daneben hat sie verschiedene Verwaltungsratsmandate inne, etwa bei AXA Winterthur Versicherungen, Bühler AG Uzwil oder Avenir Suisse.

Für die Interessen der Privatwirtschaft setzt sich Ruth Metzler heute auch im Rahmen der Standortförderung des Bundes ein; sie ist Verwaltungsratspräsidentin von Switzerland Global Enterprise. Den direkten Kontakt zur «offiziellen» Politik pflegt die gut vernetzte Ostschweizerin noch als Mitglied der wirtschaftspolitischen Kommission «ihrer» CVP.

Von ihrer wirtschaftspolitischen Erfahrung kann nun auch der Schweizer Tourismus profitieren: Seit diesem Jahr ist Ruth Metzler Jurypräsidentin beim von htr und hotelleriesuisse ausgerichteten Tourismuspreis Milestone. gn



Excellence in Tourism: der neue Claim des Tourismuspreises der Schweiz.