

Aus Liebe zur Schweiz

Podiumsdiskussion über die «Swissness»-Vorlage am Hochalpinen Institut Ftan

Ist die Marke «Schweiz» auch für das Engadin eine Chance? Anlässlich einer Podiumsdiskussion wurde über die Vorteile von «Swissness» und der Entwicklung des Engadins diskutiert.

NICOLO BASS

Am 1. Januar tritt die neue «Swissness»-Gesetzgebung in Kraft. Das neue Gesetz verstärkt den Schutz der Bezeichnung «Schweiz» und des Schweizerkreuzes. Sie soll auch dazu beitragen, den Missbrauch zu verhindern und einzudämmen, damit der Wert der «Marke Schweiz» langfristig erhalten bleibt. Am Freitagabend hat Thomas Harder, Senior Partner von Swiss Brand Experts, am Hochalpinen Institut Ftan über die Marke «Schweiz» referiert. Für den Experten ist «Swissness» ein Wettbewerbsvorteil in allen Branchen. «Die Marke steht für Hochwertigkeit, für Innovationsfähigkeit und für Zuverlässigkeit», so Thomas Harder. Jedoch könne die Marke nur über deren Inhalt positioniert werden. «In den letzten Jahren stagniert die Marke Schweiz und Spitzenleistungen und Qualität stehen nicht mehr im Vordergrund», stellt er fest. Immer weniger Schweizer Produkte stehen an der Spitze des Marken-Rankings und das Preis-Leistungsverhältnis steht im Vordergrund. Umso wichtiger ist es für Harder, dass sich Schweizer Produkte, vom Bildungssystem bis zur Tourismusbranche, nicht auf einen Preiskampf einlassen, sondern weiterhin die Qualität in den Vordergrund stellen und eine entsprechende Vermarktungsstrategie entwickeln. «Wir müssen den Versuchungen widerstehen und soviel Schweizer-Qualität wie möglich in den Produkten einbauen und nicht nur soviel wie nötig», sagt der Experte. Das gelte nicht nur für die Schweiz, sondern auch für das Engadin. Für den CVP-Nationalrat Gerhard Pfister und für den Olympiapromotoren Andreas Wieland, CEO von Hamilton Bonaduz AG, ist die Marke «Schweiz» eher konservativ und verstaubt und die entsprechende Swissness-Vorlage sei verunglückt. Das erklärten sie anlässlich der Podiumsdiskussion am Hochalpinen Institut Ftan. Mehr zur Podiumsdiskussion über die wirtschaftliche Entwicklung des Engadins auf **Seite 3**





Nationalrat Gerhard Pfister, Präsident CVP Schweiz, Olympiapromotor Andreas Wieland, CEO Hamilton Bonaduz AG, und Thomas Harder, Senior Partner Swiss Brand Experts, diskutierten am HIF über die Marke «Schweiz» und die Vorteile für das Engadin.

Fotos: Mayk Wendt

