

## Mehr Swissness und mehr Sauerstoff braucht das Land

Mehr auf die Marke Schweiz setzen und die typischen Schweizer Qualitäten raffinierter vermarkten, so lautete der Appell von Thomas Harder in seinem Referat zum Thema Swissness am Hochalpinen Institut Ftan. Die Einheimischen blieben skeptisch.



Am Samstag wurde im Saal des Hochalpinen Instituts Ftan über die Schweiz als Marke diskutiert. Bild Mayk Wendt

@ E-Mail

f Facebook

t Twitter

g+ Google

Ist Swissness ein Wettbewerbsvorteil? Oder könnte Swissness ein Wettbewerbsvorteil sein, wenn man sie raffiniert einsetzt? Diesen Fragen ist Thomas Harder, Inhaber von Swiss Brand Experts, am Freitagabend vor dem voll besetzten Saal des Hochalpinen Instituts Ftan nachgegangen. «Die Schweiz ist eine Top-Marke», sagte er. Schweizer Produkte stehen laut Harder für Hochwertigkeit und für Haltungen wie Zuverlässigkeit, Bescheidenheit, Solidität. Das gelte sowohl für den wirtschaftlichen Bereich als auch für den Tourismus. "Wir sind anders und sollten diese Andersartigkeit besser vermarkten», so das Fazit des 52-jährigen Thurgauers.

### Das Eigene stärken

Gemäss Harder geht es darum, die zentralen Differenzierungsmerkmale der Schweiz als Zukunftsrezept umzusetzen. «Wir müssen uns bewusst werden, wie stark und aussergewöhnlich die Schweiz ist, und so viel Schweiz wie möglich in unsere Produkte packen», meinte er. Das sei

genau, was eine wachsende, das Besondere suchende Kundschaft wolle. Die Schweiz sei ein sehr abwechslungsreiches, sicheres und bestens erschlossenes und verbundenes Land. Wichtig sei nun, die Qualität umzusetzen, die Haltungen klar zu kommunizieren und das Eigene zu stärken. . «Wir müssen die Liebe für die Schweiz aufbringen, entwickeln und pflegen», lautete das Fazit des Referats. (fh)

### **Sechs Meinungen zu Swissness**

In der anschliessenden Podiumsdiskussion kamen sechs Männer aus verschiedenen Bereichen zu Wort. Ihre Kernaussagen:

«Es ist nicht so einfach, denn bei einer öffentlichen Submission entscheidet der Preis.» Bau- und Immobilienunternehmer Markus Testa aus St. Moritz.

«Wenn Swissness so wichtig wäre, dann wären wir ausgebucht. Der Kunde ist primär Portemonnaie gesteuert.» Hotelier Kurt Baumgartner aus Scuol.

«Jeder muss sich an die eigene Nase nehmen und Qualität nicht nur versprechen, sondern auch bieten.» FDP-Grossrat Duosch Fadri Felix aus Scuol.

«Wir müssen das Eigene wieder mehr schätzen lernen.» Michi Beer, Holzbauunternehmer aus Scuol.

«Wir sind zu pachifig unterwegs. Wir haben nicht mehr die Produkte, die sexy sind.» Andreas Wieland, CEO Hamilton Bonaduz AG.

«Das Stichwort lautet Deregulierung. Wir müssen Sauerstoff ins Land bringen, damit der Unternehmer wieder arbeiten kann». Gerhard Pfister, Zuger Nationalrat und CVP-Präsident.