

# «Ich bin ein Mann der Wirtschaft»

**Er ist der Mann an der Spitze von Liechtenstein Marketing. Ernst Risch erklärt, wie er das Image des Landes verbessern will, warum seine Arbeit im Schaufenster steht und wie er mit Kritik umgeht.**

Mit Ernst Risch sprach Dorothea Wurmbrand-Stuppach

**Herr Risch, Sie werden als ruhig und sehr rational beschrieben.**

**Ernst Risch:** Ich glaube, der Begriff ruhig trifft sicher zu, ich bin eine ruhige und ausgeglichene Persönlichkeit, wobei es manchmal sicher auch Situationen gibt, in denen ich sehr emotional und laut werden kann, aber im Grundsatz bin ich ein ruhiger Charakter. Rational trifft auch zu, aber ich verlasse mich auch oft auf mein Bauchgefühl.

**Bewahren Sie also immer einen kühlen Kopf?**

Ja. Ich glaube, es bringt mich relativ wenig aus der Ruhe, ich lasse mich nicht von jedem oder von jeder aus der Fassung bringen.

**Sie waren früher geschäftsführender Direktor der LLB Fund Services AG. Jetzt fördern Sie den Tourismus in Liechtenstein. Wie passt das zusammen?**

Es passt in dem Sinn gut zusammen, weil der Job sich ja vor allem um Marketing einerseits und Kommunikation auf der anderen Seite dreht. Liechtenstein Marketing vermarktet ja insbesondere Liechtenstein als Gesamtes. In dieser Hinsicht passen Wirtschaft und Tourismus gut zusammen. Der Tourismusbereich ist für mich sicherlich ein neuer Bereich.

**Sie sind Betriebswirtschaftler. Liegt der Fokus somit automatisch auf der Förderung des Wirtschaftsstandortes?**

Ich bin natürlich ein Mann der Wirtschaft aufgrund meiner Ausbildung, aber auch meiner Erfahrungen. Das Standortförderungsgesetz gibt Standortmarketing, Tourismus und Anlässe als Geschäftsbereiche für Liechtenstein Marketing vor. Derzeit befinden wir uns im Auf- und Ausbau der Vermarktung des Wirtschaftsstandortes. Daher denke ich, dass diese Position zu mir und meinen Erfahrungen passt.

**Liechtenstein wird im Ausland mit den üblichen Klischees betrachtet. Wie wollen Sie das ändern?**

Liechtenstein kämpft natürlich mit den üblichen Vorurteilen, und gewisse Vorurteile kann man nur abbauen, wenn man auch neue Bereiche und Botschaften kommunizieren kann, das heisst vor allem, die Standortvorteile Liechtensteins hervorzuheben ...

**... die man ja im Ausland in der Regel nicht kennt.**

Richtig. Und ich denke, Liechtenstein Marketing hat genau hier die Aufgabe, vor allem diese Inhalte, Geschichten und dieses Wissenswerte, vielleicht auch Exotische oder Interessante zu kommunizieren. Dies machen wir natürlich über konventionelle Kanäle, aber vor allem auch über die neuen Medien.

**Gibt es auch konkrete Beispiele dafür?**

Wir haben aktuell einen neuen Liechtenstein-Newsletter gestartet. Gerade in diesen Tagen wurde der zweite Versand an über 20 000 Abonnenten rea-

liert. Der Newsletter geht insbesondere an ausländische Abonnenten. Des Weiteren werden wir bis Mitte des Jahres eine neue Wirtschaftsplattform unter der Domain liechtenstein-business.li präsentieren.

**Reicht dies für einen Imagewandel im Ausland?**

Liechtenstein Marketing kann nur kommunizieren, was auch vorhanden ist, das heisst, das Image entsteht ja auf der anderen Seite. Dies ist ein langfristiger Prozess, bei welchem alle Liechtensteinerinnen und Liechtensteiner einen Beitrag leisten können.

**Ich stelle es mir schwer vor, Unternehmen ins Land zu holen.**

Die Regierung hat eine Arbeitsgruppe einberufen, um eine Standortförderungsstrategie zu erarbeiten. Es ist sicherlich auch eine politische Diskussion zum Thema Zuwanderung und Öffnung der Grenzen. Das heisst, wir können Unternehmen nur dann anziehen, wenn wir den Unternehmern auch ermöglichen, einen Wohnsitz in Liechtenstein zu nehmen.

«Unsere Arbeit wird natürlich von vielen beäugt»

**Wo liegen die Prioritäten in der Förderung des Wirtschaftsstandortes?**

Für 2014 steht sicherlich im Fokus, das Standortmarketing aufzubauen und dementsprechend die Basisinformationen zur Verfügung zu stellen. Wir haben jetzt gerade eine Wirtschaftsbroschüre über den Wirtschaftsstandort Liechtenstein in der Produktion. Ergänzend werden wir bis Mitte Jahr Präsentationen, Newsletter und den Internetauftritt zum Wirtschaftsstandort lancieren.

**Sie haben mal gesagt: «Im Bereich der Kommunikation stehen wir im Schaufenster. Jeder meint, mitreden zu können.» Inwiefern erschwert das Ihre Arbeit?**

Ich denke, wir stehen im Schaufenster in dem Sinn, dass unsere Arbeit beäugt wird. Wir sind als öffentlich-rechtliche Anstalt natürlich auch bei Budgetdiskussionen betroffen und müssen unsere Arbeit rechtfertigen. Unsere Arbeit wird von vielen Augen gesehen, und dementsprechend hat jeder eine Meinung dazu, insbesondere in unserem Bereich, wo es um Kommunikation und Marketing geht.

**Es erschwert also Ihre Arbeit?**

Wir erfinden ja nicht den Inhalt, wir kommunizieren diesen nur. Ich denke, dass es wichtig ist, dass dies mit den entsprechenden Interessengruppen abgesprochen und koordiniert ist. In dieser Hinsicht beeinflusst das natürlich unsere Arbeit.

**Besonders die aufwendige Vorstellung des neuen Computerspiels «Halo 4» in Balzers wurde stark diskutiert.**

Es ist wichtig, dass man ein Projekt auch durchzieht, wenn man sich seine Meinung dazu gebildet hat – auch wenn bestimmte Einwände kommen. Wir haben aber ebenso viele positive wie kritische Reaktionen gehabt. Dies bestärkt uns auch in unserer Arbeit. Man darf einzelne Feedbacks auch nicht überbewerten, da es immer Personen gibt, die lautstark ihre Forderungen vertreten, aber das ist ein ganz normaler politischer Prozess.

**Würden Sie das Projekt rückblickend wieder genauso gestalten?**

Ich würde das Projekt wieder so machen, insbesondere weil wir erstens als Organisation eine sehr hohe Lernkurve hatten, zweitens für Liechtenstein einen immensen medialen Wert erzielen konnten und drittens die Arbeit von unserem international tätigen Auftraggeber bezahlt war.



«Als souveräner Staat muss Liechtenstein selbstbewusst auftreten»: Ernst Risch, Geschäftsführer von Liechtenstein Marketing.

Bilder Elma Korac

**Wie gehen Sie persönlich mit Kritik um?**

Ich denke, Kritik ist auf der einen Seite ein nötiges Feedback, auf der anderen Seite hätte man natürlich gerne ausschliesslich Lob. In diesem Job gehört beides zum Alltag, und ich persönlich gehe mit Kritik gelassen um. Gewisse Dinge muss man in meiner Position in Kauf nehmen und aushalten.

**Wo ziehen Sie sich zurück, um abschalten zu können?**

Meine Familie ist mein Rückzugsort, da ich dort meine Unterstützung finde. Andererseits habe ich natürlich auch Hobbys und Freunde. Dort kann und darf ich abschalten.

**Verbringen Sie Ihre Ferien eigentlich in Liechtenstein?**

Ich selber verbringe die Ferien nicht hier. Wir verbringen jedoch sehr viel Freizeit in Liechtenstein, mit Spaziergängen in der Rheinau oder im Alpengebiet oder beim Skifahren in Malbun.

**Bevor Sie Ihr Amt bei Liechtenstein Marketing angetreten haben, bereisten Sie für vier Wochen China und Korea. Was haben Sie mitgenommen?**

Als Erstes war es natürlich interessant, diese Erfahrung zu machen und zu erleben, wie eine andere Kultur, konkret China oder Südkorea, funktioniert. Als Zweites hat mich die schiere Grösse beeindruckt, allein in China fährt man mit dem Auto eine Stunde lang durch Vorstädte. Ebenso habe ich die Expo in Yeosu besucht, um so einen Grossanlass zu erleben, und habe mir da natürlich Ideen und Eindrücke geholt.

**Sie haben die Grösse angesprochen. Mit Blick auf China ist der Werbeslogan «Grösse erleben» sehr selbstbewusst.**

Der ursprüngliche Slogan war natürlich mit einem Augenzwinkern zu verstehen. Aber ich denke, Liechtenstein muss als souveräner Staat selbstbewusst auftreten, sonst geht man unter. Dies gilt beispielsweise auch für internationale Gremien wie die UNO oder im Verhältnis zur Schweiz und zur EU.

**Sind Sie selbst auch so selbstbewusst?**

Ich glaube schon, ja.

«Meine Familie ist mein Rückzugsort»

**Finden Sie neben dem Beruf genug Zeit für Ihr Privatleben?**

Natürlich habe ich irgendwo immer den Beruf im Hinterkopf, aber ich habe einen guten Ausgleich im Privatleben, sei es mit der Familie, Freunden oder Hobbys.

**Ein fixer Termin pro Woche ist das Well-Training – Sie sagen dazu «Rücken-Bauch-Po». Das klingt diszipliniert.**

Ich versuche, mich an diesen Termin zu halten. Beim Well-Training geht es ja vor allem um die Stärkung der Muskulatur und nicht um Sport im eigentlichen Sinn.

**Gibt es Momente, in denen Sie gerne mal impulsiv oder gar chaotisch wären?**

Mein grösstes Hobby, meine Leidenschaft, ist die Fotografie. Hier bin ich gerne impulsiv. Die Fotografie ist für mich ein kreativer Ausgleich zum Beruf. Manchmal wünscht man sich vielleicht schon, anders handeln zu können oder andere Eigenschaften zu haben, aber den eigenen Charakter kann man in der Regel nicht verändern.

**Was wünschen Sie sich für die Zukunft, privat und für Liechtenstein Marketing?**

Ich sage immer: Was am Ende des Tages übrig bleibt, das ist das Wichtigste. Ich glaube, jeder wünscht sich irgendwo Glück, Zufriedenheit und gute Gesundheit. Für Liechtenstein Marketing wünsche ich mir, dass unsere Arbeit mit Erfolg gekrönt wird.