

«Es läuft in die richtige Richtung»

Michelle Kranz, Geschäftsführerin von Liechtenstein Marketing, über die erste Hälfte des Jubiläumsjahrs «300 Jahre Liechtenstein».

Interview: Patrik Schädler

Am 23. Januar 2019, also vor einem halben Jahr, fand die Auftaktveranstaltung zum Jubiläumsjahr «300 Jahre Fürstentum Liechtenstein» statt. Für die Organisation der offiziellen Programmpunkte ist Liechtenstein Marketing zuständig. Geschäftsführerin Michelle Kranz zieht eine erste Bilanz.

Heute ist Halbzeit für das Jubiläumsjahr. Wie haben Sie das Jahr bisher persönlich erlebt?

Michelle Kranz: Es war ein intensives Jahr. Für die Öffentlichkeit begann das Jubiläumsjahr am 23. Januar. Für uns begannen es mit den Vorbereitungen aber schon vor fast zwei Jahren. Ich habe dieses erste Halbjahr als sehr intensiv und bewegend erlebt. Insgesamt bin ich aber sehr zufrieden, wie die erste Hälfte des Jubiläumsjahres verlaufen ist.

Was war Ihr persönlicher Höhepunkt in diesem ersten Halbjahr?

Da gibt es mehrere. Es gab am 23. Januar einen Moment, der mich persönlich sehr berührt hat. Es war, nachdem der offizielle Teil im SAL vorbei war und die Wanderer beim Apéro auf die geladenen Gäste gestossen sind. Da gab es einen kleinen Bub, der sagte: «Jetzt muss ich noch dem Fürst «hoi» sagen.» Das war eine sehr schöne Begegnung. Der kleine Bub in den Wanderschuhen und der Fürst im Anzug. Der Dialog, der dabei entstanden ist, war für mich so sinnbildlich für das, worum es an diesem Tag eigentlich gegangen ist. Dann habe ich auch die Eröffnung des Liechtenstein-Wegs als sehr toll empfunden. An dieses Projekt habe ich von Anfang an geglaubt. Dieser Weg ist weltweit einzigartig. Welches Land kann sonst von sich sagen, dass es einen Weg hat, welcher durch alle Gemeinden führt? Und schlussendlich haben auch alle mitgemacht. Wir haben uns vor einhalb Jahren mit allen Gemeinden getroffen und mussten noch vieles erklären. Dann ist aber eine tolle Dynamik entstanden und alle haben sich eingebracht. Das empfand ich als sehr bereichernd. Und ein persönliches Highlight war auch, als der Artikel über den Liechtenstein-Weg in der «New York Times», just am 26. Mai, erschienen ist. Vielleicht auch, weil ich selbst einmal in New York gelebt habe und im Medienbereich tätig war und daher weiss, wie schwierig es ist, in die «New York Times»



Michelle Kranz, Geschäftsführerin Liechtenstein Marketing: «Das Jubiläum ist präsent und ich bin überzeugt, dass wir am Staatsfeiertag nochmals einen emotionalen Höhepunkt setzen können.»

Bild: Tatjana Schnalzer

zu kommen. Das war für mich der Moment, als ich wusste: Dieser Weg interessiert die Leute. Er ist ein Bijou und unsere Jahrhundertchance, das Jubiläum und somit Liechtenstein in die Welt hinauszutragen. Im nächsten Jahr wäre die «New York Times» niemals von sich aus einfach auf uns zugekommen. Der Journalist John Henderson hat im vergangenen Oktober bei uns angeklopft und wir konnten ja nicht einfach zu ihm sagen «wir feiern 300 Jahre». Auf solche Situationen waren wir aber bestens vorbereitet. Wir haben ihm erklärt, dass wir ein völlig neues Erlebnis haben und er sagte «perfect». Er war der Erste, der den Liechtenstein-Weg abgelaufen ist, noch bevor die Schilder montiert waren und wir die App dazu veröffentlicht hatten. Dass dieses Timing mit der Publikation seines Erlebnisberichts auf den Eröffnungstag hin geklappt hat und wir eine ganze Seite im redaktionellen Teil erhalten haben, ist unglaublich. Dazu muss man wissen, dass eine bezahlte Inserateseite in der «New York Times» 160 000 Dollar kostet. Aber auch sonst konnten wir zahlreiche namhafte Medien begeistern und wir haben im ersten Halbjahr rund 70 Millionen Personen erreicht. Es gibt Chancen, die muss man einfach nutzen, und dies uns gelungen. Dazu gehört sehr viel Fleiss, viel Wissen über das Handwerk und auch ganz viel Glück. Und das hat alles zusammengepasst.

Und wie fällt Ihre Bilanz inhaltlich aus? Würden Sie rückblickend etwas anders machen?

Wir waren ja nicht völlig frei bei der Gestaltung des Programms.

Es gab ja einen Bericht und Antrag, welcher vom Landtag genehmigt wurde. Darin sind ganz konkrete Projekte vorgegeben. Wir haben also nicht auf der grünen Wiese begonnen. Der 23. Januar ist historisch in Stein gemeisselt. Hätte ich wählen können, hätte ich das Jubiläumsjahr nicht im eiskalten Januar gestartet. Aber die Auftaktveranstaltung ist sehr gut gelungen, wir konnten uns international präsentieren und die Botschaft platzieren, dass Liechtenstein in diesem Jahr 300 Jahre alt wird. Aber es war sicher ein Balanceakt, wie stark dieser Auftakt nach aussen strahlen und nach innen wirken soll und kann.

Insgesamt hat man bisher den Eindruck, dass das Jubiläum gegen aussen sehr gut funktioniert und Liechtenstein Marketing ausländische Medien dadurch besser animieren kann, über das Land zu berichten. Sprich, es ist eine gute Marketingaktion gegen aussen. Im Land selbst ist aber bisher keine grosse Euphorie aufgekommen.

Wichtig ist, dass es ein Jubiläumsjahr und kein Jubiläumstag ist. Dadurch ergibt sich auch die Chance, etwas zu entwickeln. Es war uns durchaus bewusst, dass wir nicht am 23. Januar auf einen Knopf drücken können und alle Liechtensteinerinnen und Liechtensteiner in Jubiläumsstimmung sind. Für uns war dies nicht immer einfach, da unser Team bereits an diesem Tag voll parat war. Ich denke aber, dass es sich insgesamt in die richtige Richtung entwickelt hat. Und ich glaube auch, dass wir am 15. August noch-

mals einen Akzent setzen können. Man darf aber die kleinen Geschichten nicht vergessen. Eine davon ist der Liechtenstein-Song. Ich erhalte derzeit sehr viele Videos von Kindern, welche dieses Lied singen, und genau einen solchen Ohrwurm hatten wir uns gewünscht. Das Jubiläum ist präsent und ich bin überzeugt, dass wir am Staatsfeiertag nochmals einen emotionalen Höhepunkt setzen können.

Hat nicht auch ein emotionaler Anker gefehlt? Schliesslich sind Ereignisse vor 300 Jahren doch für viele eher abstrakt. Oder war einfach die Erwartungshaltung diesbezüglich auch gegenüber Liechtenstein Marketing zu gross?

Liechtenstein Marketing orchestriert die 300-Jahr-Feierlichkeiten und wir setzen die geplanten Projekte um, welche wir genau 300 Tage, bevor es losging, im Rahmen einer Medienkonferenz vorgestellt haben. Gleichzeitig ist es sehr wichtig, dass auch aus der Bevölkerung, den Vereinen und Privatunternehmen Initiativen kommen. Nur so wächst ein Jubiläum und kann wirken. Ich habe bisher nie den Druck verspürt, dass nur Liechtenstein Marketing etwas machen muss. Ich habe es immer als Gesamtes gesehen. Wir geben das Grundgerüst vor und bieten Plattformen. Deshalb sind etwa auch die Produkte, die von privater Seite entstanden sind – sei es nun Schokolade, ein Jubiläumsbier oder ein Schnäpschen usw. – wichtige und gute Engagements, welche auch zeigen, dass ein Jubiläum nicht nur von einer intellektuellen Auseinandersetzung mit

den Ereignissen vor 300 Jahren lebt. Es kann und muss auch im Hier und Jetzt stattfinden.

Was wird denn in der zweiten Hälfte des Jubiläumsjahrs noch kommen?

Der Staatsfeiertag mit der Jubiläumsshow wird sicher ein Highlight sein. Persönlich freue ich mich sehr auf die Ausstellung mit den Fürstlichen Sammlungen im Kunstmuseum, welche am 20. September eröffnet wird. Diese Ausstellung wird mit Sicherheit nach innen und aussen wirken. Sie wird bis zum 23. Januar 2020 dauern und dann werden wir symbolisch auch nochmals einen Schlusspunkt setzen. In eine weitere wichtige Phase wird auch das Projekt «Mein Liechtenstein 2039» gehen. Man soll bei einem Jubiläum zurückblicken, im Hier und Jetzt feiern und man soll auch in die Zukunft blicken und somit auch etwas schaffen, wovon auch die nächste Generation profitiert. Und von diesem Projekt erwarte ich mir genau einen solchen Beitrag.

Beim Projekt «Mein Liechtenstein 2039» soll also auch inhaltlich etwas Bleibendes geschaffen werden. Wir geht es bei diesem Projekt nun weiter? Und was darf man sich dabei für ein Endresultat vorstellen?

Wir haben die Bevölkerung aufgerufen, Themen einzureichen. Dabei sind 140 Vorschläge eingereicht worden. Diese haben wir mit dem Leitungsteam verdichtet und gruppiert. Bis Ende Juli läuft nun die Bewertung durch die Bevölkerung. Dabei kann jeder seine Stimme dazu abgeben, welches

Thema weiterverfolgt werden soll und bei welchem Thema er sich gerne einsetzen würde. Es ist wirklich ein Aufruf «Gestalte deine Zukunft». Was kann man sich davon erwarten? Die Idee ist nicht, dass ein Wunsch Katalog an die Politik ausformuliert wird. Vielmehr sollen Lösungsansätze aufgezeigt werden, welche auf einer visionären Ebene angesiedelt sind und die Frage beantworten, wo wir bei einem bestimmten Thema in 20 Jahren sein wollen. Dies aber nicht mit einer abwartenden Haltung. Rein theoretisch sollte es gleich im Anschluss möglich sein, dass man gleich bei sich selbst mit Umsetzung starten kann. Das ist für mich das Spannende an diesem Projekt. Die Bevölkerung ist integriert und wird dazu aufgerufen: Was ist dein Beitrag dazu? Und wo findest du, sollten wir als Land drableiben? Wir werden die Kommunikation über dieses Projekt nach dem 15. August breiter starten und dann die Bevölkerung noch stärker miteinbeziehen.

Was wird bzw. soll von diesem Jubiläumsjahr übrig bleiben?

Etwas, das physisch bleiben wird, ist auf jeden Fall der Liechtenstein-Weg. Und wir werden diesen auch weiterentwickeln. Der Weg funktioniert als touristisches Produkt sehr gut. Aber er kommt nicht nur bei den Gästen, sondern auch bei der Bevölkerung gut an. Ich weiss von Schulklassen, welche ein Teilstück des Wegs bereits gegangen sind – und die App «LStory» ist die perfekte Ergänzung zum Weg. Ich denke, die Schulausflüge für die nächsten zehn Jahre sind gerettet (lacht). Nebst dem Liechtenstein-Weg hoffe ich, dass aus dem Projekt «Mein Liechtenstein 2039» ganz konkrete Initiativen und Ansätze entstehen. Dies wird nicht am 23. Januar 2020 abgeschlossen sein und muss dann sicher noch wachsen. Und was ich trotz allem auch hoffe, ist, dass ein Wirgefühl bleibt. Der Staatsfeiertag in diesem Jahr ist auf diesem Gedanken aufgebaut. Liechtenstein hat als einziges Land die Möglichkeit, die gesamte Bevölkerung – zumindest theoretisch – auf einem Platz zu versammeln. Und ich hoffe schon, dass es uns mit der Jubiläumsshow und diesen Bildern und Geschichten, die wir darin erzählen, gelingt, dass es den Leuten wieder einmal bewusst wird, dass wir einfach im Paradies leben. Man kann es nicht anders sagen. Deshalb wünsche ich mir persönlich, dass sich an diesem Tag auf dem Peter-Kaiser-Platz neben Stolz ein wenig Dankbarkeit einschleicht und sich jeder als Individuum und als Teil des Ganzen wahrnimmt.

300-Jahr-Jubiläum

Alle Informationen zum Jubiläumsjahr, den Veranstaltungen und zum Projekt «Mein Liechtenstein 2039» sind unter www.300.li zu finden.

ANZEIGE

