

Schwerpunkt LHGV-Geschäftsstellenleiter im Gespräch

Marcello Scarnato: «Wir müssen am runden Tisch die Vergangenheit abschliessen»

Interview Vieles war in den vergangenen Tagen über das angespannte Verhältnis zwischen dem Liechtensteiner Hotel- und Gastronomieverband (LHGV) und Liechtenstein Marketing zu lesen. Im Gespräch mit dem «Volksblatt» stellt Geschäftsstellenleiter Marcello Scarnato Gesprächspotenzial auf beiden Seiten fest.

VON HOLGER FRANKE

«Volksblatt»: Zuerst allgemein gefragt: Wie war die Stimmung bei der Vorstandssitzung am Donnerstag? Marcello Scarnato: Gut wie immer. Vielleicht auch deshalb, weil wir nach einem Prinzip tagen: «Eine gute Sitzung dauert maximal 60 Minuten!» In Ausnahmefällen verlängern wir auf 90. Das hier interessierende Thema «Präsidium» war nach 15 Minuten erörtert und zur weiteren Bearbeitung delegiert.

Präsident Klaus Schatzmann hat den eigenen LHGV-Vorstand öffentlich kritisiert. Da kann man sich vorstellen, dass dies bei den Vorstandskollegen nicht sonderlich gut ankommt. Bricht der LHGV auseinander? Das nette Vorstandsfoto im gestrigen «Volksblatt» hat einen Eindruck davon gegeben. Es bricht weder der LHGV auseinander - warum auch? - noch gibt es irgendwelche Animositäten. Der Entscheid von Klaus Schatzmann und die Kommunikation desselben ist zu respektieren. Wir haben immer die Kultur des offenen Meinungsaustausches gelebt, so auch in diesem Fall.

Wie hat der Vorstand auf die Kritik reagiert? Oder anders gefragt: Hat man sich ausgesprochen? Sternekoch Schatzmann ist bekannt dafür, seine Zeichen direkt zu setzen. Hier wurde der Sack geschlagen, aber der Esel gemeint. Das EYOF-Interview von Leo Kranz in IFL-TV war der Katalysator. Eine Aussprache war nicht nötig.

Bleibt es bei der Entscheidung, dass Klaus Schatzmann ab Mai nicht mehr als LHGV-Präsident zur Verfügung stehen wird? Klaus Schatzmann ist im Jahr 2014 mit der klaren Vorgabe angetreten, dass er das Mandat sicher bis zu seiner Pensionierung macht und diese stand leider letztes Jahr schon fest: Sommer 2015. Natürlich hatte der LHGV gehofft, den engagierten Spitzenkoch und Hotelier, Mitstreiter der ersten Stunde in allen Tourismusfragen, Gründungs- und Vorstandsmitglied des LHGV, noch länger im Amt behalten zu können. Noch schöner wäre es, er würde noch lange weiter kochen.

Hat der Vorstand bereits über einen möglichen Nachfolger gesprochen, bzw. gibt es schon einen Kandidaten? Schon länger diskutieren wir das Rotationsprinzip. Sprich: jedem Mitglied kommt ein Jahr lang - sozusagen als primus inter pares - die Aufgabe zu, das Präsidentenamt zu bekleiden. Damit hätte man die Diskussion auf einen Schlag elegant gelöst. Eventuell gehen wir damit im Mai in die Generalversammlung.

Die Branche steht vor sehr grossen wirtschaftlichen aber auch politischen Herausforderungen. Ist es für einen aktiven Gastronomen - der quasi jeden Tag selbst am Herd steht - rein zeitlich überhaupt möglich, nebenbei auch noch die Geschicke eines Verbandes, wenn nicht einer ganzen Branche zu leiten? Davor scheut sich natürlich ein Kandidat am meisten: Die zeitliche Beanspruchung zu meistern, Beruf, Familie und dem Verband gerecht zu werden - ein scheinbar unmögliches Unterfangen. Hier hilft die Tatsache, dass der Verband eine Geschäftsstelle hat, welche das Tagesgeschäft besorgt.



LHGV-Geschäftsstellenleiter Marcello Scarnato sieht durchaus Chancen, die Wogen mit Liechtenstein Marketing zu glätten. (Foto: ZVG/Klaus Schädler)

Dieselbe Frage stellt sich aber auch bei Ihnen selbst. Sie sind schliesslich nicht hauptberuflich Geschäftsstellenleiter des LHGV. Nein, ich bin selbstständiger Wirtschaftsberater und Steuerjurist mit Kanzlei in Triesen. Der Verband hat sein rechtliches Domizil und auch die Geschäftsstelle an meiner Büroadresse. 2012 habe ich von Renate Bachmann, die seit der Gründung im Jahre 2006 das Sekretariat führte, die Verwaltung übernommen. Das heisst: Das Backoffice erledigt mein Kanzleiteam mit, meine Zeit hingegen ist ehrenamtlich. Für einen «echten» Geschäftsführer wie es in anderen Branchenverbänden üblich ist, gibt es weder Budget noch Arbeit. Jedenfalls nicht im Zusammenhang mit der Verwaltung. Ein anderer Aspekt wäre es natürlich, jene Alternativen umzusetzen, die angesichts der anhaltenden Vermarktungsdiskussionen auch schon im Vorstand diskutiert wurden: Die Nächtigungstaxe der LHGV-Betriebe bleibt im Verband und dieser organisiert die Marketing-Aktivitäten selbst. Dieser Gedanke ist im übrigen kein Hirnespinnst, sondern war konkret ein Thema nach Gründung des LHGV.

Aufgrund der jüngsten Ereignisse (das «Volksblatt» berichtete am Donnerstag ausführlich) ist der Eindruck entstanden, dass der LHGV zumindest auf der Vorstandsebene gespalten ist. Nein, das ist eine freie Interpretation. In Wirklichkeit wurde lediglich offen kommuniziert. Nämlich dass man sich über gewisse Grundsätze in der Geschäftsführung nicht einig ist und deshalb getrennte Wege geht.

Im Unterschied zu anderen Situationen gleicher Art wurden die Gründe öffentlich genannt: Differenzen in der Ausprägung der Vorgehensweise gegenüber einem unterschiedlich empfundenen Leistungsausweis von Liechtenstein Marketing. In Verbindung mit der klaren Aussage von Herrn Schatzmann, dem Verband weiterhin treu zu bleiben, ist eine Spaltung nicht zu erkennen.

Wo steht die Branche aktuell? Die Aufhebung des Euromindestkurses dürfte den Tourismus schwer treffen. Welche eigenen Ideen und Vorschläge hat der LHGV, um die Auswirkungen abzufedern? Tatsache ist, dass die Hotellerie die letzten Jahre einen kontinuierlichen Rückgang der Nächtigungszahlen gewärtigen musste und spätestens seit der globalen Finanzkrise auch die Gastronomen wenig zu lachen haben. Der aktuelle Eurokurs verschärft diesen Trend leider. Es ist ein Allgemeinplatz, im Tourismus von nötiger Effizienzsteigerung zu sprechen, vom Anstreben höchster Qualität, von Kundenfreundlichkeit, Innovation etc. Das kann man alles in Lehrbüchern lesen. Die Umsetzung funktioniert nur mit Herzblut. 24 Stunden mal sieben Tage. Es ist ein Einsatz von Körper und Geist, der an die Substanz geht. Ich als sogenannter Schreibtischtäter staune immer wieder über diese Aufopferungsbereitschaft meiner LHGV-Kollegen. Sie verdienen meinen grössten Respekt. Diesen zeige ich selbstverständlich durch meine Treue zu deren Lokalen. Dieselbe Treue würde man sich besonders in der aktuellen Krisenzeit von allen Liechtensteinern verstärkt wünschen, weil sie

«Sofort hilft, den Franken hier in Liechtenstein bei unseren Gastronomen und Hotels auszugeben.»

nötiger Effizienzsteigerung zu sprechen, vom Anstreben höchster Qualität, von Kundenfreundlichkeit, Innovation etc. Das kann man alles in Lehrbüchern lesen. Die Umsetzung funktioniert nur mit Herzblut. 24 Stunden mal sieben Tage. Es ist ein Einsatz von Körper und Geist, der an die Substanz geht. Ich als sogenannter Schreibtischtäter staune immer wieder über diese Aufopferungsbereitschaft meiner LHGV-Kollegen. Sie verdienen meinen grössten Respekt. Diesen zeige ich selbstverständlich durch meine Treue zu deren Lokalen. Dieselbe Treue würde man sich besonders in der aktuellen Krisenzeit von allen Liechtensteinern verstärkt wünschen, weil sie

sofort hilft: Den Schweizer Franken hier in Liechtenstein bei unseren Gastronomen und Hotels ausgeben. Gilt übrigens für Private wie auch und insbesondere für Unternehmen. Als Massnahme für die Hotelgäste hatten wir eine Charmeoﬀensive andiskutiert durch unbürokratischen, vorübergehenden Verzicht auf die Nächtigungstaxe. Kostet nicht viel und liesse sich gut vermarkten. Leider sind wir damit nicht durchgedrungen. Die Mehrwertsteuer zu streichen wäre weit schwieriger.

Für die Hotels stellt sich schon seit längerem die Frage nach der Zertifizierung. Was verspricht sich die Branche hiervon und wie ist hier der aktuelle Stand? Der LHGV hat 2009 in Koordination mit der Regierung ein Hotelklassifizierungssystem eingeführt, das internationalen Kriterien entspricht. Wir haben vergangenen Herbst den Relaunch «Hotelklassifizierung 2015» im LHGV-Vorstand verabschiedet. Allein kann unser Verband dieses letztlich nationale Projekt nicht stemmen. Wir haben zwar die Hotelkompetenz im Land, aber vorerst nicht die Mittel, um das selbst umzusetzen. Der Budgetantrag ist derzeit bei der Regierung hängig.

Und Liechtenstein Marketing? Das Verhältnis scheint seit Monaten nicht das beste zu sein. Was konkret erwarten Sie in Zukunft von der staatlichen Organisation? Die Differenzen sind leider historisch motiviert. Im Tagesgeschäft ziehen wir am selben Strick. Meines Wissens wurden Zusagen von früher politisch nicht umgesetzt. Argumente wie «Dienst nach Leistungsauftrag» bzw. «Standortförderungs-gesetz» kitten das nicht. Wir erwarten hinsichtlich der im Tourismus ver-

wendeten Gelder eine gemeinsame Stossrichtung - die Basis, sprich: Die LHGV- und anderen Tourismusunternehmen sollen sich in den Vermarktungstätigkeiten von Liechtenstein Marketing wieder erkennen können.

Halten Sie dies für realistisch, oder ist in der Vergangenheit zu viel Porzellan zerschlagen worden? Ich kann nur für den LHGV bzw. mich persönlich sprechen: Ja, es muss möglich sein, eine Beruhigung der Situation und ein professionelles Miteinander zu erzielen. Wir müssen am runden Tisch die Vergangenheit abschliessen, den klassischen kleinsten gemeinsamen Nenner finden, darauf aufbauen und diesen ausbauen. Ein Zeichen in die richtige Richtung ist die gestrige Kontaktnahme seitens des Geschäftsführers Ernst Risch mit der Einladung zu einer Terminkoordination und der Anruf von Christoph Schredt, Verwaltungsratspräsident von Liechtenstein Marketing.

ÜBER DEN VERBAND

Aktuell mehr als 50 Mitgliedsbetriebe

Der Liechtensteiner Hotel- und Gastronomieverband (LHGV) wurde im September 2006 als unabhängige Unternehmer-Interessenvertretung für Hotellerie und Gastronomie gegründet. Aktuell sind über 50 Betriebe Mitglied. Der Wirtschaftsberater und Steuerjurist Marcello Scarnato ist seit 2012 Geschäftsstellenleiter. Bei seiner Kanzlei in Triesen hat der Verband das Domizil. Verbandsnachrichten finden sich laufend auf www.lhgv.li