

Kanton Bern

«Bern verkauft sich völlig unter Wert»

Stadt Bern Markenstrategie Claudio Righetti hat eine Vision für Bern: Er wünscht sich mehr kulturellen Glanz, den er 2020 mit einem Weltkulturgipfel in die Hauptstadt der Schweiz holen will.

Interview: Markus Ehinger

Claudio Righetti, Sie reisen viel, Mailand ist Ihr zweites Zuhause. Sind Sie eigentlich gerne in Bern?
Claudio Righetti: (lacht) Aber sicher! Sonst wäre ich nicht hier. Ich bin ein Berner und liebe Bern auf meine Weise. Mit allen Stärken und Schwächen. Und ich versuche, wo immer ich kann, Bern auf kultureller und gesellschaftlicher Ebene zu vernetzen. Als Hauptstadt repräsentieren wir das ganze Land. Eine besondere Verantwortung, aber vor allem eine grosse Chance für uns Bernerinnen und Berner. Wir sollten das vorausschauender nutzen und uns als Hauptstadt noch gezielter positionieren. Vor allem in einem kulturellen und wirtschaftlichen Umfeld.

Sie gelten als Kritiker der Strategie von Bern Welcome. Warum?

Ich verstehe Kritik als etwas Positives. Denn ich möchte damit vor allem Denkanstösse geben. Bern ist in vielen Dingen top, zum Beispiel, wenn es um Sport- oder Familienveranstaltungen geht. Oder in Umweltfragen und bei musikalischen Themen. Wir verkaufen uns aber völlig unter Wert, finde ich. So vermisse ich in der Kommunikation einerseits Themen, die weiterführen als gängige Klischees, und eine kulturell dynamische wie auch mutigere Annäherung an einen internationalen Esprit, der die Sicht auf Bern als Hauptstadt attraktiver und vor allem jünger machen könnte. Zum Beispiel kann ich die Begeisterung von Bern Welcome für das «begleitete Aareschwimmen» als Wertschöpfung für Bern nicht nachvollziehen. Das wäre im besten Fall ein tolles Nebeneignis für Gäste in Bern. Für mich sollten aber andere Zugpferde im Vordergrund stehen. Und es bräuhete viel mehr Kreativität.

Zum Beispiel?

Bern als Universitätsstadt. Als pulsierendes Museums- und Kulturzentrum der Schweiz. Als Gastgeberstadt für internationale Events. Die Stadt, welche die coolsten Musiker des Landes hervorgebracht hat – und stolz darauf ist. Und mit Ursula Andress und Michelle Hunziker auch die schönsten Frauen. (lacht) Das Herz der Schweiz, von wo aus man das ganze Land entdecken und erleben kann. Die Brückengstadt in die Frankophonie. Kurz: Bern sollte vor allem als Kulturstadt glänzen und sich dadurch mehr als Hauptstadt zu erkennen geben. Das ist letztlich auch ein mentaler, ein Einstellungsprozess. Ich glaube, das würde auch auf Bundesebene für uns sprechen und der latenten Versuchung des Bundesamtes für Kultur, Bundesmillionen für die Berner Kultur zu streichen, gezielter entgegenwirken.

Ist Kultur denn nicht oft zu elitär?
Kultur ist Identität! Eine Prägung unserer selbst. Eine selbstbewusste Hauptstadt muss auch ein kultureller Anziehungspunkt werden. Das spricht für Lebensqualität, ist die Software, welche die Hardware erst zum Laufen bringt. Da gehören eben auch kulturelle Events im Theater und in den Museen sowie kulturgesellschaftliche Ereignisse dazu. Nur ein Beispiel: Warum finden

die Swiss Music Awards neu in Luzern und nicht in Bern statt?

Angenommen, Sie sind Stadtpräsident. Was würden Sie verändern?

Also gleich zuerst: Ich bin politisch völlig neutral und verfolge auf diesem Gebiet keine Ambitionen. Oder jedenfalls noch nicht. (lacht) Aber ich würde sicher die Akzente auf Bern als Kultur- und Begegnungsstadt setzen, als Impulsgeberin für eine zukunftsgerichtete Schweiz. Ich bin überzeugt, dass wir so auch den Wirtschaftsstandort Bern attraktiver machen könnten. Bei mir würde das Stadttheater weiterhin Stadttheater heissen und nicht Konzert Theater Bern, das Zentrum Paul Klee würde Museum Paul Klee heissen, und den Helvetiaplatz würde ich als Berner Museumsinsel nach Berliner Vorbild fördern wollen.

Sie sind gerne in Gstaad und ein Fürsprecher für eine Zusammenarbeit zwischen Bern und dem Luxusort im Berner Oberland. Was versprechen Sie sich davon?

Tendenziell neigen wir Berner dazu, uns mit Zürich zu vergleichen. Das habe ich nie verstanden. Denn wir können aus diesem Vergleich nichts für uns abgewinnen. Das gilt auch umgekehrt für Zürich. Aber Gstaad ist eine Weltmarke. Gstaad liegt in unserem Kanton. Und wir könnten in verschiedenen Bereichen, nicht nur touristischen, spannende Synergien entwickeln. Als Berner finde ich es schade, dass Gstaad emotional näher mit Genf und der Westschweiz verbunden wird. Denn von der Nähe zur Landeshauptstadt könnte auch Gstaad mehr profitieren.

Sie hatten ein vertrauensvolles Verhältnis zum verstorbenen Alt-Stadtpräsidenten Alex Tschäppät. Was bedeutete er Ihnen?

Ich verdanke Alex Tschäppät viele wichtige Impulse, und er hat unsere Projekte in Bern stets tatkräftig unterstützt. Gleichzeitig «erdete» er auch meine oft etwas überschwänglichen Ideen. (lacht) Ohne Alex wäre zum Beispiel eine Miss-Schweiz-Wahl auf dem Bundesplatz nie möglich gewesen. Eine erfolgreiche Kommunikation hängt eben meistens von einer starken Persönlichkeit ab. Tschäppät war wirklich der beste Botschafter für Bern und für uns Bernerinnen und Berner. Seine letzte SMS erhielt ich, als wir im «Chalet Muri» wieder mit unseren Anlässen begonnen hatten: «Ich danke dir, dass du deine Aktivitäten für Bern wieder aufgenommen hast.» Ich habe sie immer noch gespeichert. Und sie erinnert mich daran, dass ich als Berner meiner Stadt im Guten verpflichtet bleiben muss.

Und wie stehen Sie zum neuen Stadtpräsidenten?

Ich stehe auch mit Alec von Grafenried in einem guten Kontakt. Erst kürzlich haben wir uns zu einem Gespräch getroffen, bei dem wir Ideen über diverse Projekte ausgetauscht haben. Alec ist eine ganz andere Persönlichkeit als Alex. Aber auch er macht einen ausgezeichneten Job für unsere Stadt.

Auch über eine Neuauflage der von Ihnen initiierten Gala de Berne?



Idyllisches Büro: Der Berner Markenstrategie Claudio Righetti in seinem «Chalet Muri».

BEAT MATHYS

Die Gala de Berne war eine spontane Entscheidung nach der Wiedereröffnung des Hotels Schweizerhof, die wir im Jahr 2011 organisiert durften. Das Eventmotto «Die Rückkehr einer Legende» weckte bei vielen Gästen die Sehnsucht nach den sogenannten «goldenen Tagen von Bern», einer Epoche in den 1960er- und 1970er-Jahren, in welcher die Stadt Bern in der ganzen Schweiz als Anziehungspunkt für das gesellschaftliche Leben und geistreiche Feste galt. Viel mehr als zum Beispiel heute Zürich, das damals seiner zwinglianischen Lebenshaltung verfallen war. Berns Lichter glänzten hell, in Zürich war es dunkler. (lacht)

Zwei Galas wurden bisher durchgeführt: 2012 im Zentrum Paul Klee zu Ehren von Bond-Girl-Legende Ursula Andress, 2013 im Kursaal mit Fürst Albert II. von Monaco.

Claudio Righetti

Der in der Stadt Bern wohnhafte Claudio Righetti (Alter: «um die 50») wird in den Medien gerne als Event- und PR-Profi, Kommunikationsfachmann und Netzwerker bezeichnet. Selber sagt er über sich, dass Events weniger als 20 Prozent seiner Arbeit ausmachen. Vielmehr sei er **Unternehmensberater** und **Markenstrategie**. Das Markenmanagement ist die Kerndisziplin seiner Agentur **Righetti & Partner GmbH** mit Sitz im Chalet Muri. Wie baut man eine

Marke auf? Wie kommuniziert man sie? Righetti steht meist als Kreativkopf zwischen der Innen- und Aussenwahrnehmung eines Unternehmens und berät die Geschäftsleitung oder den Verwaltungsrat mit einem 360-Grad-Blick auf das jeweilige Projekt. Bisherige Kunden waren zum Beispiel das Hotel Schweizerhof Bern, Nespresso oder McDonald's. Daneben berät Righetti zahlreiche Persönlichkeiten, darunter Filmikone und Ur-Bond-Girl Ursula An-

Sie schwärmen. Gibt es somit wieder eine Gala?
2014 haben wir die Gala aufgrund

der Miss-Schweiz-Wahl, die im Swiss Dome auf dem Bundesplatz stattfand, ausgesetzt. Ich hatte die Gala de Berne auch nicht als permanentes Format angedacht, sondern, wie gesagt, vielmehr als einen Versuch. Der Erfolg verpflichtet uns aber, am Projekt weiterzumachen, es für Bern zu entwickeln. Denn gerade die Ebene der kulturellen und gesellschaftlichen Aktivitäten mit überregionaler Ausstrahlung und Anziehungskraft ist in Bern ein Manko.

Wie sähe demnach die Gala der Zukunft aus?
Das Format muss nachhaltiger werden. Und die Ideale und Werte von Bern als Hauptstadt verinnerlichen. Der Stil des Gast gebers prägt die DNA eines Events und macht ihn erst unverkennbar. Ich denke seit einiger Zeit über einen Weltkulturgipfel nach.

Wie sähe demnach die Gala der Zukunft aus?
Das Format muss nachhaltiger werden. Und die Ideale und Werte von Bern als Hauptstadt verinnerlichen. Der Stil des Gast gebers prägt die DNA eines Events und macht ihn erst unverkennbar. Ich denke seit einiger Zeit über einen Weltkulturgipfel nach.

Ein Weltkulturgipfel in der Stadt Bern?

Ja. Dieser Anlass, der auch mehrere Tage dauern könnte, würde die Veränderungen unserer Zeit in einer globalisierten Ära als Chance verstehen und diese zum besseren Nutzen von uns allen anpacken. Dies im Kontext eines internationalen Dialogs und Austauschs mit namhaften Persönlichkeiten. Hier könnte Bern ein Zeichen setzen. Und wir könnten unseren Lifestyle auch weltweit cool und dynamisch sichtbar machen. Als erster Schritt folgt im nächsten Jahr die Gründung der «World Cultural Summit Foundation». Die Gala de Berne wird dann als Charity-Event der kulturgesellschaftliche Höhepunkt davon sein. Ich stehe bereits mit zwei Wunschgästen in Kontakt und hoffe, dass wir spätestens 2020 eine Fortsetzung mit Nachhaltigkeit haben werden.

Ein anderer, fix geplanter Event ist das Formel-E-Rennen vom 22. Juni 2019. Damit haben Sie nichts zu tun. Aber was halten Sie von einem E-Prix in Bern?

Das Thema Formel E finde ich sehr spannend. Hier laufen viele interessante und zukunftsweisende Themen zusammen, in den Bereichen Forschung, Entwicklung sowie Energie und Umwelt. In Zürich war der Anlass einer unter vielen. Bern kann mit seiner Leidenschaft dafür viel mehr daraus machen. Der E-Prix wird einen sehr positiven Effekt auf Bern haben, davon bin ich überzeugt.

Sie sind Berater des Ur-Bond-Girls Ursula Andress. Und dies seit 20 Jahren. Was macht diese Frau aus?

Ursula Andress ist eine der ganz wenigen wirklich grossen Filmikonen. Sie strahlt noch heute das «Golden Age» von Hollywood aus. Wie Marilyn Monroe oder James Dean hat sie sich im kollektiven Bewusstsein der Menschen verankert. Oder anders gesagt: Sie brauchte mit ihrem Filmdebüt in «007 jagt Dr. No» gerade mal neunzig Sekunden, um den Zeitgeist einer ganzen Generation zu prägen. Die berühmte Szene aus «Dr. No», die auf der Insel Jamaika gedreht wurde, ist auch von der Oscar-Filmacademy zu den zehn berühmtesten der Filmgeschichte erkoren worden.

Trotzdem scheint sie bodenständig geblieben zu sein. Wäre sie eine gute Botschafterin für Bern?

Auf jeden Fall! Unsere Ursi national ist eigentlich mehr eine Ursi international. Und sie ist eine der besten Botschafterinnen, über die Bern auf internationaler Ebene verfügt. Ursula Andress erhält bis heute zahllose Fanpost aus der ganzen Welt. Darunter sind viele junge Filmfans zu finden. Und gerade ihre Bodenständigkeit macht ihren Charme aus: Sie ist nahbar und steht mit beiden Beinen auf dem Boden. Eine lustige Anekdote: Am Morgen nach der Gala de Berne telefonierte ich mit ihr. Neben mir standen viele internationale Journalisten. Ich fragte Ursula, was das bei ihr im Hintergrund für ein Lärm sei. Ihre Antwort: «Ich bin doch am Staubsaugen.»