

## Porträt

# Durch und durch Touristikerin

Ariane Ehrat ist seit April 2008 Direktorin und Marketingleiterin der neuen Destination Engadin St. Moritz. Kurz vor Beginn ihrer ersten Wintersaison fand sie Zeit für ein Gespräch mit erhellenden Aus- und Einblicken.

von Mathias Balzer

Das ist kein Tag für Tourismusprospekte. Der Himmel hängt bleiern über dem Tal. Strömender Regen weicht den ersten Oktoberschnee auf. Die Seen liegen wie schwarze Spiegel in der Abenddämmerung. Im Hauptsitz der neu gegründeten Tourismusorganisation Engadin St. Moritz ist es neonhell. Nur die neue Winter-Broschüre strahlt blau und verkündet: «Diese Berge. Diese Weite. Dieses Licht!»

Das druckfrische Heft ist Teil des ersten Auftritts der neu gegründeten Destination Engadin St. Moritz, in der sich 12 Oberengadiner Gemeinden mit dem Nobelkurort zusammengeschlossen haben. Die «Hochzeit einer unbedarften Landschaft mit einem internationalen Playboy», formulierte die «NZZ am Sonntag» treffend. Und wie das bei Ehen Prominenter ist, leuchten die medialen Scheinwerfer hell.

## Keine Solistin

Ariane Ehrat, seit Frühling 2008 CEO der Organisation, kennt dieses grelle Licht. Obwohl sie selbst die dauernde Erwähnung und Metaphernreiterei unnötig findet, sei es hier gesagt: Als Jugendliche gehörte sie zu den schnellsten Abfahrerinnen der Welt und fuhr 1984 bei der Weltmeisterschaft in Bormio auf das Podest. Sie habe es nach dem verletzungsbedingten Ende der Sportlerkarriere sehr genossen, dass der Rummel um ihre Person nachgelassen habe. Zwanzig Jahre später sieht man ihr Bild wieder landesweit in den Zeitungen, wie sie vor blauem Himmel und Schneebergen posiert. Die bestimmt und herzlich auftretende Frau weiss als erfahrene PR-Beraterin und Kommunikationswissenschaftlerin, dass Medienauftritte und die damit einhergehende Personifizierung zum Job gehören. Sie relativiert aber auch deren Bedeutung. Die Herausforderung, die gesamte Region von Maloja bis Zernez zu vermarkten, kann nicht das Werk eines Solisten sein. Teamarbeit und intensive Kommunikation mit allen Beteiligten, darin sieht Ariane Ehrat die Basis für das Gelingen des ambitionierten Projekts. Sie setzt auf flache Hierarchien und die Eigenverantwortung ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. 2004 bis 2007 war sie Leiterin der Abteilung Kommunikation und Marketing von Schweizer Radio DRS. «Eine wertvolle Zeit, in der ich gelernt habe, mit verschiedensten Interessen und divergierenden Meinungen umzugehen. Nur wenn die interne Kommunikation stimmt, kann das Produkt auch gegen aussen stark auftreten.»

## Spielen Sie ein Instrument?

Nicht nur dem Auftritt der neuen Destination, auch der Direktorin und Marketingleiterin des ganzen Unternehmens wird Standvermögen abverlangt. Unlängst frotzelte die

NZZ, «Ehrat versteckte sich hinter ihrem grossen Team und dem eher unpersönlichen Marketing-Jargon» und «trete für den Gast, in den Medien oder für die Bevölkerung kaum in Erscheinung».

Ob es ihre Aufgabe ist, jeden Gast persönlich zu begrüssen, sei einmal dahingestellt. Hinter der Kritik verbirgt sich jedoch auch Unverständnis dafür, dass eben ein einschneidender Wechsel stattgefunden hat. Das Aufgabenfeld einer Direktorin oder eines Direktors der Grossdestination Engadin St. Moritz unterscheidet sich doch wesentlich vom herkömmlichen Job eines Kurdirektors in einem Dorf. Womit das Stichwort gefallen ist. Der ehemalige St. Moritzer Kurdirektor Hanspeter Danuser inszeniert seinen Abgang ein bisschen wie ein Langstreckenläufer, der nach dem Rennen nicht mehr aufhört, im Stadion Runden zu drehen. Das genannte Zürcher Blatt lässt ihn im oben erwähnten Artikel denn auch darüber klagen, dass «das Tourismusmarketing heute anonymisiert wird.»

Auf die Frage, ob sie auch ein Instrument spiele, antwortet Ariane Ehrat lachend: «Ja, mehrere sogar.» Sie meint damit aber nicht Musikinstrumente, sondern die zeitgenössischen Kommunikationsinstrumente. Dazu gehören auch die Möglichkeiten der elektronischen Medien, die sie keineswegs als Anonymisierungsmaschinen sieht. Gerade mit deren Hilfe könne unterschiedliches Publikum sehr direkt und persönlich angesprochen werden. Ariane Ehrat ist sich der hervorragenden Leistungen ihres Vorgängers sehr bewusst und weit davon entfernt, diese nicht ehrlich zu schätzen. Nur eben: Genau genommen war er gar nicht ihr Vorgänger. Den Betrieb, dem Ariane Ehrat vorsteht, gibt es erst seit diesem Jahr.

## Leider nicht «radiogen»

Wenn die gebürtige Schaffhauserin von ihrem Metier spricht, ist der Ausdruck professionell angebracht. Sie ist schnell und klar und hat auch nicht endlos Zeit. Es war nicht einfach, einen Termin mit der Vielbeschäftigten zu bekommen. Eine Stunde musste genügen. Es stimmt, der Marketing-Jargon klingt für ungeübte Ohren etwas trocken, aber Ariane Ehrat vertritt ihre Positionen mit Nachdruck und spürbarer Leidenschaft. Woher die kommt?

Ihre Liebe zu den Bergen wurde in der Kindheit während der Skiferien mit den Eltern und den beiden Geschwistern im Toggenburg entzündet. Die Welt der Medien lernte sie schon früh als Spitzensportlerin und als Mitarbeiterin beim Lokalsender Radio Grischa kennen. Wobei man ihr leider eine nicht «radiogene» Stimme attestiert habe. Ihren Einstieg in die Welt der Tourismusanbieter machte sie bei der Destination Flims Laax Falera, wo sie sich zur Marketing- und



**Ariane Ehrat ist überzeugt, dass die Männerbastion auch im Tourismus langsam fällt. Was seine Logik hat. Schliesslich werden laut Studien die meisten Konsumentenentscheidungen von Frauen getroffen.**

Kommunikationsverantwortlichen ausgebildete. Sie ist über Jahre in ihren Beruf hineingewachsen und es scheint fast so, als ob sie mit jeder Faser Touristikerin ist. Sogar ihre Freizeit verbringt sie mit Reisen und besucht dabei mit Vorliebe neue, innovative Hotels auf der ganzen Welt.

Sie weiss, dass man in diesem Metier nur gut ist, wenn man bei sich selbst bleibt. Sie kann über Spaziergänge an den Engadiner Seen oder über den Sternenhimmel in den Bergen ins Schwärmen geraten und meint dies ehrlich.

## Die Frau trifft Entscheidungen

Vielleicht ist der Grund, warum Ariane Ehrat ihr Rollenspiel als «Direktorin» nicht so exzessiv betreibt und sie sich nicht unbedingt als kommende «Miss St. Moritz» sieht, einfach der, dass es für sie auch ein Leben nach dem Beruf gibt. Die Zeit mit ihrem Lebenspartner und

Freunden ist für sie unabdingbar. «Ohne zum Privatleben Sorge zu tragen, ist man nach ein paar Jahren ausgebrannt.» Sie sei eigentlich ein Familienmensch, auch wenn sie keine Kinder habe. «Familienmensch» und die Hochleistungswelt des Managements, das scheint sich zu widersprechen. Aber vielleicht ist eine Frau in der Männerdomäne Tourismus per se schon ein kleiner Widerspruch. Ariane Ehrat ist überzeugt, dass die Männerbastion auch im Tourismus langsam fällt. Was seine Logik hat. Schliesslich werden laut Studien die meisten Konsumentenentscheidungen von Frauen getroffen. Gerade was die Wahl des Ferienziels angeht. In mehr frauenspezifischen Angeboten ihrer Destination sieht Frau Ehrat denn auch grosses Potential.

Sie hat ihr Pulver noch lange nicht verschossen. Etwas Zeit könne man ihr ja lassen, bevor Vergleiche mit der Vergangenheit gezogen werden.

Den Knäuel aus verschiedenen Interessen in der Region zu lösen, die 60 Mitarbeitenden in 13 Ortschaften zu einem Team zu machen, zukunfts-trächtige Projekte zum Wohle der Engadiner Bevölkerung, um deren Einkommen es ja schliesslich geht, aufzugleisen – dies alles erfordert Zeit und Ausdauer.

Der Name Ariane ist übrigens eine französische Ableitung des griechischen Götternamens Ariadne. Diese Kreterin habe, so will es die Sage, wesentlich dazu beigetragen, die Macht des Minotaurus zu brechen, der seit Urzeiten im Labyrinth des Daidalos herrschte. Sie lieferte das Schwert, mit dem der Königssohn Theseus das Ungetüm erschlagen hat. Viel wichtiger als dieses herkömmliche Kriegsgerät war jedoch ein ziemlich profanes Mittel, mit dem Theseus den Ausgang aus dem Labyrinth fand. Ein weibischer Wollknäuel. Der Ariadnefaden.



## School is cool

WWW.ACADEMIA-ENGIADINA.CH