

«Fakt ist einfach: Zug gehört zur Welt»

WAHLEN Matthias Michel liebt seinen Job als Volkswirtschaftsdirektor – weil er abwechslungsreich ist und nicht an den Kantonsgrenzen aufhört.

INTERVIEW CHRISTIAN PETER MEIER
christian.meier@zugerzeitung.ch

Matthias Michel: Seit ein paar Monaten nehme ich wieder Klavierstunden – diesmal mit Schwerpunkt Jazz. (Hat unterdessen auf das Frageblatt des Interviewers geäugt.) Womit wir auch schon bei Ihrer ersten Frage wären ...



5. Oktober 2014

Kantonale Wahlen

... ob Sie nach 12 Jahren noch nicht genug haben vom Regieren?

Michel: Genug nicht, nein. Aber ich habe intensiv über meine berufliche Zukunft nachgedacht. Denn es wäre mit Blick auf den Arbeitsmarkt ideal, jetzt in eine dritte berufliche Lebensphase einzutreten.

Sie sind 51.

Michel: Genau, und heute wären meine Marktchancen wohl besser als in vier Jahren. Aber ich habe nun einmal einen Beruf, den ich liebe, der mich sehr ausfüllt, der auch sehr breit ist: Wirtschaft, Arbeit, öffentlicher Verkehr, Berufsbildung, Landwirtschaft, Wohnungswesen – mit all dem habe ich regelmässig zu tun. Ich bin gerne Generalist. Ich habe ein sehr gutes Team und darf nahe bei meiner Familie arbeiten. Und ich bin weiterhin unheimlich motiviert. Wenn ich mit dem Velo zur Arbeit fahre, freue ich mich immer auf den bevorstehenden Tag. Immer!

Beneidenswert. Und was hat jetzt das Klavierspiel mit all dem zu tun?

Matthias Michel hat im Bereich Erwachsenenbildung noch zahlreiche Pläne, die er als Volkswirtschaftsdirektor umsetzen möchte.

Bild Stefan Kaiser



Michel: Ich habe mich eben entschlossen, statt im Grossen im Kleinen etwas zu ändern. Zwei Mandate sind ausgelaufen. Den entstandenen Freiraum nutze ich jetzt für mich – und übe Jazzakkorde. Das tut gut.

Auch dem Kanton? Warum sollen Sie die Zugerinnen und Zuger noch einmal wählen?

Michel: Weil meine Motivation eine Triebfeder ist, von der Zug profitieren kann – ebenso wie von meiner Erfahrung und meinem Netzwerk in der ganzen Schweiz. Ausserdem stehe ich als Teil der Regierung für das beschlossene Entlastungsprogramm ein.

Die Regierung hat dem Kanton Zug auch ein moderateres Wachstum verordnet. Für die Umsetzung sind Sie massgeblich verantwortlich. Wo stehen wir heute in diesem Abbremsprozess?

Michel: Allein schon die damalige Verkündigung der Strategie hat enorme Wellen ausgelöst. Dem Baudirektor ist es gelungen, auch die Gemeinden ins Boot zu holen. Denn welcher Gemeindepräsident will schon hören, dass sein Dorf nicht mehr wachsen dürfe? Mit dem Richtplan haben wir ein griffiges Instrument, indem wir über die gemeindlichen Ortspläne Einfluss auf die künftige Siedlungsentwicklung nehmen können – wobei vor allem noch jene Zentren wachsen sollen, die schon rechtskräftig eingezontes Bauland haben

und schon gut erschlossen sind. So können wir die bereits bestehenden Verkehrsinfrastrukturen möglichst optimal nutzen.

Warum reduzieren Sie nicht einfach die Bemühungen zur Wirtschaftsförderung in Ihrer eigenen Direktion?

Michel: In der Hauptsache konzentriert sich unsere Kontaktstelle Wirtschaft auf die Pflege der bereits ansässigen Unternehmen. Betreffend Neuansiedlungen wäre es kurzfristig, nichts zu tun. Denn gerade internationale Firmen überprüfen in immer kürzeren Abständen ihren idealen Standort.

Die Diskussion um internationale Firmen mit Sitz in Zug scheint sich zu intensivieren. Teilen Sie diesen Eindruck?

Michel: Ja, aber die Diskussion ist facettenreich. Im Fokus stehen oft die Rohstoffhandelsfirmen. Mit der Masseneinwanderungsinitiative rücken aber auch jene internationalen Unternehmen ins Blickfeld, die auf die Zuwanderung ausländischer Fachkräfte angewiesen sind.

Und was ist Ihre Meinung dazu?

Michel: Internationale Firmen sind wichtig, sie sind Teil des Schweizer Erfolgsmodells. Wir bieten gute Rahmenbedingungen. Ich erwarte im Gegenzug, dass diese Unternehmen sich integrieren, dass sie zum Beispiel unser duales Bildungssystem aktiv unterstützen, indem sie Lehrstellen schaffen.

Durch die blosse Anwesenheit vieler internationaler Firmen werden wir aber auch zunehmend Teil geopolitischer Konflikte. Ein Problem?

Michel: Nicht grundsätzlich. Es ist nun einmal ein Fakt, dass Zug zur Welt gehört. Selbst als einfacher Konsument ist man unweigerlich global vernetzt. Die Präsenz der internationalen Firmen macht für uns diese Bezüge noch etwas offensichtlicher.

«Ich erwarte, dass internationale Firmen sich bei uns integrieren – zum Beispiel, indem sie Lehrstellen schaffen.»

Der Branchenmix in der Zuger Wirtschaft hat sich in den letzten Jahren verfeinert. Wie wichtig ist Ihnen dieser Aspekt?

Michel: Sehr wichtig – ein zentrales Thema. Ich bin froh, dass Branchen wie die Medizinaltechnik und der Pharmabereich an Bedeutung gewonnen haben. Nun setze ich mich dafür ein, dass auch der Informatikbereich gestärkt wird – unter anderem mit der Fachhochschule Informatik.

Sie geben das Stichwort: Unter Ihrer Ägide hat der Ausbildungsstandort

Zug klar an Profil gewonnen. Werden wir dereinst zur Universitätsstadt?

Michel: Nein, wir fokussieren nicht auf Unis, aber auf andere Bildungsangebote im Rahmen der dualen Berufsbildung. Wichtig ist, dass die Wirtschaft die nötigen Fachkräfte findet. Und diese versuchen wir zunehmend in Zug selber auszubilden. Darum sind wir zum Standort für Fachhochschulen und für die höhere Berufsbildung geworden.

Wie haben Sie den Boden dafür bereitet?

Michel: Zum einen, indem wir den Umbauprozess bei der Fachhochschule Zentralschweiz schon länger aktiv begleitet haben – in der Überzeugung, dass das duale Bildungssystem richtig und zu fördern ist. Der Leuchtturm Informatikhochschule kommt darum nicht von ungefähr.

Und wie geht es weiter?

Michel: In Zusammenarbeit mit der Wirtschaft werden wir uns für weitere Angebote im Bereich der höheren Berufsbildung einsetzen. Wichtig ist mir aber gleichzeitig, dass auch schulisch schwächere Schüler geeignete Ausbildungsangebote erhalten, zum Beispiel in Form von Attestausbildungen. Auch im Bereich der Nachholbildung etwa für Wiedereinsteigerinnen sind wir aktiv. Angesichts der internationalen Situation in Zug gilt es schliesslich, unser System mittels englischsprachiger Angebote zu ergänzen.

Zur Person

- **Name:** Matthias Michel
- **Partei:** FDP Zug
- **Alter:** 51
- **Zivilstand:** verheiratet, vier Kinder
- **Im Amt seit:** Januar 2003
- **Beruf:** Regierungsrat/Volkswirtschaftsdirektor, Rechtsanwalt
- **Hobbys:** Ausdauersport und Klavier
- **Ämter:** Präsident der Konferenz der kantonalen Direktoren des öffentlichen Verkehrs; Vizepräsident der Regierungskonferenz Zürich, Vizepräsident des Konkordatsrats Fachhochschule Zentralschweiz.

In den Zuger Hofläden herrscht derzeit Hochsaison

LANDWIRTSCHAFT Die Direktvermarkter haben volle Regale. Wer einen solchen bei sich in der Nähe sucht, der bekommt technische Hilfe.

Die Regale der Hofläden sind derzeit prall gefüllt mit Zwetschgen, Aprikosen und vielen anderen Früchten. Mit anderen Worten: Die Direktvermarkter haben gerade wieder Hochsaison. «Die Umsätze werden von Jahr zu Jahr besser», sagt Marie-Theres Rüttimann vom Enikerhof in Cham. Auch andere Betreiber von Hofläden bestätigen diese Aussage.

Trotzdem gibt es auch noch Herausforderungen, die gemeistert werden müssen. So können beispielsweise Edith Zimmermann und ihr Lebenspartner Hans Hausheer, die ihren Hof im Erli

betreiben – trotz einer wachsenden Zahl an Kunden – nicht immer alle ihre Lebensmittel an den Mann bringen. Sie haben sich allerdings etwas einfallen lassen. «Um schlussendlich trotzdem alles frisch verkaufen zu können, bieten wir einen Lieferservice an und beliefern Altersheime oder auch Restaurants mit unseren Produkten.»

Ferienzeit macht sich bemerkbar

Obwohl Hochsaison ist, haben in den vergangenen Wochen viele Hofläden die Sommerferien zu spüren bekommen. «Besonders um den 1. August», sagt Rüttimann, «haben wir die Ferien am stärksten gemerkt.» Auch Edith Zimmermann ist das Problem bekannt. «Genau dann, wenn wir am meisten Früchte und Gemüse anzubieten haben, fehlen uns die Kunden. Vor allem dieses Jahr können wir eine Rekordernte verzeichnen, und dann ist das natürlich ärgerlich.» Um sich von anderen Hofläden abzuheben, bieten

viele hofeigene Spezialitäten an. Von Kirschspezialitäten im Enikerhof bis zu Fruchtweinen im Hotzenhof in Baar. Um solche Spezialitäten zu kaufen, kommen die Kunden von weit her. Hermann Hotz erzählt von Kunden aus Deutschland sowie Österreich, und auch andere Hofladenbesitzer freuen sich auf Kunden aus der ganzen Schweiz, wie verschiedene Betreiber berichten.

Im Netz den Laden finden

Wer einen Hofladen in seiner Nähe sucht, dem kommt die Idee von Tao Gutekunst zugute. Er ist Geschäftsführer der Grafik Design gutekunst.ch und ein Stammkunde verschiedener Hofläden. Um schnell einen Hofladen zu finden, hat er sich etwas überlegt. «Ich wollte schon immer einfach und unkompliziert einen Hofladen in meiner Nähe finden», erzählt er. Seine Idee heisst hofladen-online.ch. Es gibt sie als Internetseite und als App. Mit diesem Programm soll

es Käufern leichter gemacht werden, einen Direktvermarkter zu finden. Was zuerst als «Hobby-Projekt» gestartet hat, wird nun immer professioneller. Mit

«Nutzer sind genügend vorhanden, aber Hofläden fehlen noch etwas.»

TAO GUTEKUNST, ENTWICKLER

einem Klick kann man die Postleitzahl und den Ort eingeben, und die App sagt einem, wo sich der nächste Hofladen befindet.

Hofläden und Käufer näherbringen

«Nutzer sind genügend vorhanden», sagt Gutekunst. «Doch Hofläden sind

derzeit noch zu wenige registriert.» Mit einer Werbekampagne hat er vor, mehr und mehr Hofläden von seiner Idee zu überzeugen. Ziel der ganzen Sache ist laut Gutekunst, die Konsumenten näher zur Natur und zu regionalen Produkten zu bringen.

Den Direktvermarktern soll es im Gegenzug möglich gemacht werden, ihre Produkte und Dienstleistungen zu präsentieren. Das ganze Angebot bietet er in Deutschland, Österreich und in der Schweiz an. «Mein Fokus liegt vor allem auf der Schweiz. Hier sind bis jetzt auch am meisten Hofläden registriert», so Gutekunst.

Die App hat für ihn jetzt Priorität. «Im Internet gibt es schon Dutzende Seiten, welche Höfe und Hofläden registriert haben. Ich wollte das Ganze mobil machen und so komfortabler für die Konsumenten», erklärt Gutekunst.