



Gelebte Leidenschaft

André Lüthi (Globetrotter Group AG)

24. Oktober 2025

Executive Summary

André Lüthi, Mitbesitzer und Verwaltungsratspräsident der Globetrotter Group, lieferte am Schweizer KMU-Tag 2025 ein eindringliches Plädoyer für eine von Leidenschaft und Authentizität geprägte Unternehmensführung. Seine zentrale Botschaft: Echter Erfolg entsteht, wenn die Führungskraft selbst für ihre Sache brennt und es schafft, diesen Funken auf das Team zu übertragen. Anhand von packenden Anekdoten aus 40 Jahren Reiseerfahrung und Extremsport zog er Parallelen zwischen Bergexpeditionen und dem KMU-Alltag. Lüthi betonte, dass Vertrauen wichtiger sei als Kontrolle, der Mut zum eigenen Weg entscheidender als das Befolgen von Lehrbuch-Strategien und der menschliche Faktor in einer digitalisierten Welt der grössten Wettbewerbsvorteil ist. Für KMU-Unternehmer bot der Vortrag die Inspiration, die eigene Unternehmenskultur auf den Werten von Leidenschaft, Vertrauen und Menschlichkeit aufzubauen und so nachhaltig erfolgreich zu sein.

Zusammenfassung

Unter dem Motto "KMU bewegen – Power of Emotions" eröffnete André Lüthi, eine Ikone der Schweizer Reisebranche, den Reigen der Keynotes am Schweizer KMU-Tag 2025. Mit seiner unkonventionellen Art und einer erfrischenden Abneigung

gegen starre Management-Dogmen nahm er das Publikum mit auf eine Reise durch sein unternehmerisches Leben. Er machte von Anfang an klar, dass sein Ansatz von Emotionen und nicht von Zahlen getrieben ist: „*Ich habe etwas gegen den Businessplan und ich habe etwas gegen Excel-Talibans.*“ Diese Haltung prägt die Kultur der Globetrotter Group bis heute und war der rote Faden seines inspirierenden Vortrags.

Von der Pandemie-Krise zur unternehmerischen Haltung

Lüthi begann mit einem ehrlichen Rückblick auf die wohl schwierigste Zeit seiner Karriere: die COVID-19-Pandemie. Die Reisebranche wurde mit voller Wucht getroffen und verlor über 70 % ihres Umsatzes. Er beschrieb die Überforderung und die schmerzhafte Notwendigkeit, 150 von 450 Mitarbeitenden entlassen zu müssen. Gleichzeitig nutzte er diese Erfahrung, um eine wichtige Botschaft zu platzieren: Trotz aller Kritik sei den KMU in der Schweiz im Grossen und Ganzen gut geholfen worden. Er plädierte dafür, auch einmal Dankbarkeit gegenüber der Politik zu zeigen, bevor er den Blick wieder nach vorne richtete, wo sich der Horizont für die Reisebranche wieder aufhellte.

Führung als Seilschaft: Lektionen aus den Bergen

Ein zentrales Element in Lüthi's Führungsverständnis sind seine Erfahrungen als Bergsteiger und Extremsportler. Er verglich die Führung eines Unternehmens eindrücklich mit einer Seilschaft am Berg. „*Wenn ihr auf das Matterhorn wollt, (...) dort ist klar, der, der führt, und der, der geführt wird, haben das gleiche Ziel.*“ In vielen Unternehmen fehle diese Klarheit. Ein guter Führer kommuniziert das Ziel transparent, sodass alle wissen, wohin die Reise geht.

Die zweite wichtige Lektion vom Berg ist das richtige Mass an Kontrolle und Vertrauen. Die Aufgabe der Führungskraft sei es, die Spur zu legen, dem Team aber genügend Freiraum zu lassen. Lüthi formulierte es bildhaft: „*Oft ist das Seil viel zu straff. Lass denen hinten ein wenig Luft. Lass sie mal laufen.*“ Ständiges Kontrollieren ersticke die Eigeninitiative und die Freude. Es brauche den Mut, dem Team zu vertrauen und es auch mal einen eigenen Schritt wagen zu lassen, mit der Sicherheit, dass der Führer das Seil zur Not wieder anziehen kann. Genauso wichtig

sei es, den Mut zu haben, einen Umweg zu machen, wenn der direkte Weg zu schwierig wird, anstatt stur am ursprünglichen Plan festzuhalten.

Die unersetzbliche Kraft der Leidenschaft

Für André Lüthi ist Leidenschaft keine Floskel, sondern der eigentliche Motor für unternehmerischen Erfolg. Er kritisierte Führungskräfte, die ihre Motivation primär aus dem Titel auf der Visitenkarte oder dem Gehalt ziehen. Seine Überzeugung ist, dass wahre Führung von innen kommen muss. Die Kernbotschaft formulierte er mit einem kraftvollen Bild: „*In dir muss brennen, was du in anderen entzünden möchtest.*“ Diese innere Glut sei spürbar und ansteckend. Sie schaffe ein Umfeld, in dem sich Mitarbeitende selbst motivieren, weil sie Teil von etwas Sinnstiftendem sein wollen. Anstatt teure Motivations-Workshops zu buchen, sei es die Hauptaufgabe der Führung, ein Umfeld zu schaffen, in dem diese intrinsische Motivation und Emotion entstehen kann.

Der eigene Weg: Gegen den Strom der Lehrbücher

Lüthi ermutigte die anwesenden KMU-Unternehmer, sich von der Konformität zu lösen und ihren eigenen, authentischen Weg zu gehen. Er warnte davor, blind den Rezepten aus Management-Büchern zu folgen. „*Zieht die eigene Spur*“, rief er dem Publikum zu. Jedes Unternehmen habe, wie jeder Mensch, ein eigenes Gesicht und eine eigene Identität. Diesen einzigartigen Charakter zu pflegen, sei weitaus erfolgversprechender, als ständig nach links und rechts zu schauen und zu versuchen, andere zu kopieren. Diese Philosophie zeigt sich auch in der Strategie der Globetrotter Group, die diverse Spezialreiseanbieter unter einem Dach vereint, aber jeder Firma ihre eigene Kultur, Marke und Positionierung lässt – ein Ansatz, der laut Lüthi von vielen HSG-Professoren als falsch angesehen wird, sich aber als äusserst erfolgreich erwiesen hat.

Der Mensch im Mittelpunkt der Digitalisierung

In einer Zeit, in der viel über KI und Digitalisierung gesprochen wird, positioniert sich Lüthi klar: Der Mensch bleibt im Zentrum. Die Strategie von Globetrotter lautet: „*Wir machen alles, was das Internet nicht kann.*“ Während einfache Buchungen online abgewickelt werden können, liegt die Stärke seines Unternehmens in der

persönlichen, massgeschneiderten Beratung durch Menschen, die die Welt aus eigener Erfahrung kennen. Er stellte klar, dass Kunden bereit sind, für echte Expertise, authentische Tipps und die Sicherheit eines menschlichen Ansprechpartners mehr zu bezahlen. Die Kombination aus digitalen Werkzeugen und dem unersetzblichen menschlichen Faktor sei der Schlüssel zum Erfolg.

Reisen als ultimative Führungsschule

Abschliessend betonte Lüthi den Wert des Reisens – nicht als Urlaub, sondern als Bildungs- und Lebenserfahrung. „*Zu reisen war für mich die beste Führungsschule*“, erklärte er. Das Eintauchen in fremde Kulturen, das Überwinden von Grenzen und das Erleben der Welt mit offenen Augen fördere Respekt, Toleranz und ein tieferes Verständnis für Menschen. Diese Erfahrungen seien für Führungskräfte von unschätzbarem Wert. Er schloss mit dem Appell, eine "Life Balance" anstelle einer "Work-Life-Balance" anzustreben, bei der die Arbeit als integraler, leidenschaftlich gelebter Teil des Lebens empfunden wird.

Fazit & Relevanz für KMU

André Lüthis Auftritt war ein kraftvolles Manifest für eine emotionale und menschliche Unternehmensführung. Die wichtigste Erkenntnis für KMU ist, dass Leidenschaft und Authentizität keine weichen Faktoren, sondern harte Wettbewerbsvorteile sind. In einer Welt der Austauschbarkeit schafft eine starke, von Werten getragene Kultur eine unverwechselbare Identität und eine tiefe Bindung zu Mitarbeitenden und Kunden.

Konkrete Handlungsempfehlungen für KMU:

1. **Führen Sie mit spürbarer Leidenschaft:** Überprüfen Sie, ob Ihre eigene Begeisterung für Ihr Unternehmen im Alltag sichtbar und ansteckend ist.
2. **Praktizieren Sie Vertrauen statt Kontrolle:** Geben Sie Ihrem Team mehr Freiraum und Verantwortung, um Eigeninitiative und Motivation zu fördern.
3. **Definieren Sie Ihren "menschlichen Vorteil":** Identifizieren Sie klar, welche Dienstleistungen und Interaktionen Ihr Unternehmen persönlicher und wertvoller machen als digitale Alternativen.

4. **Gehen Sie mutig Ihren eigenen Weg:** Widerstehen Sie dem Druck, Branchentrends blind zu folgen, und stärken Sie stattdessen die einzigartige DNA Ihres Unternehmens.
5. **Investieren Sie in echte Erfahrungen:** Fördern Sie bei sich und Ihren Mitarbeitenden den Blick über den Tellerrand, um neue Perspektiven und mehr Verständnis zu gewinnen.

Zusammenfassung erstellt mit

