



Stefan Perini

Afi-Direktor

Seit einem Jahr Direktor des Arbeitsförderungsinstitutes, arbeitete lange am Wirtschaftsforschungsinstitut der Handelskammer. Der 40-Jährige ist auch Gemeinderat der Bürgerliste Klausen.



„Das ist nicht mehr Freiheit“

Wir haben elf Südtiroler in ein Bozner Kaffeehaus gebeten, um mit ihnen über Südtirol, das Leben in diesem Land und dessen Zukunft zu reden. Sechs Stunden lang. Warum? Weil wir zu einer anständigen Gesprächskultur in diesem Land zurückkommen müssen.

Bozen, das Café Laurin in der Nähe von Landtag und Bahnhof. Es ist der 2. Januar, kurz vor 14 Uhr. In der Mitte des Raums hat ff einen großen Tisch für sechs Stunden reserviert. Die Gäste kommen und gehen, wann sie wollen. Als erster Gast trifft der Weinhändler Peter Dipoli, 59, ein.

ff: Mit welchem Wein haben Sie das neue Jahr begrüßt, Herr Dipoli?

Dipoli: Wenn ich das sage, lachen Sie mich aus.

Sicher nicht. Also?

Dipoli: Es war ein Wein, der 2,50 Euro kostet. Ein Prosecco col fondo, eine Flaschengärung. Meine Frau und ich sahen uns nicht darüber, eine ganze Flasche leer zu trinken. Bei diesem wussten wir, der

tut uns nichts, er hat wenig Alkohol, wenig Zucker und Kohlensäure. Wieso auch nicht? Der Bauer, der diesen Wein macht, tut das mit derselben Passion wie einer, der einen 200-Euro-Wein produziert.

Gibt es genügend Passion beim Weinmachen?

Dipoli: Passion gibt es genug. Aber jene, die den Wein machen, müssen auch wissen, was ein guter Wein ist. Nicht jeder passionierte Winzer weiß das – weil man sich zu wenig mit der Welt vergleicht. Nur wenn man sich vergleicht, kann man selbst etwas Gutes produzieren. Bereits vor 30 Jahren habe ich in einem Interview vom „Dolomiteneneffekt“ gesprochen: Rund um uns herum sind nur Berge, wir kommen nicht über sie hinaus. In der Zwischenzeit aber ist beim Südtiroler Wein die Wende eingeleitet.

Aichner: Wir müssen aufpassen, dass wir nicht alle jungen Leute über einen Kamm scheren! Es gibt viele junge Kleinunternehmer, die die unmöglichsten Dinge machen und sich bewusst gegen eine Landesstelle entscheiden. Das Unternehmertum Mensch muss gefördert werden!

Perini: Ich frage mich oft, warum die vielen Möglichkeiten, die in diesem Land geboten werden, nicht mehr genutzt werden. Zum Beispiel unsere Zweisprachigkeit. Für das viele Geld, das hier investiert wird, müssten wir die zwei Sprachen besser beherrschen. Wir riskieren, von den neuen EU-Ländern überholt zu werden. Die haben eine gewaltige Dynamik. Was läuft falsch bei uns? Ist es Trägheit? Verwöhntheit? Um eine Innovationskultur zu fördern, muss tatsächlich der Hunger wieder da sein.

Eisendle: Vielleicht könnten wir Hunger mit Neugierde ersetzen.

Adami: Was wir wieder wegbekommen müssen, ist dieses Arbeit-Freizeit-Denken. Diese unglückselige Trennung dieser zwei Bereiche ist viel zu stark in unserer Gesellschaft verankert. Wir dürfen Arbeit nicht nur als reinen Gelderwerb sehen. Es geht doch darum, etwas zu machen, was wir wirklich gerne machen.

Aichner: Es braucht gesetzliche Rahmenbedingungen, um Arbeitsplätze so zu gestalten, dass Menschen motiviert sind, dann wachsen sie über sich selbst hinaus. Der Norbert kann doch nicht zu seinem Lehrling sagen: Das muss dir jetzt Spaß machen! Aber er kann ihm so die Küche organisieren, dass es ihm von Haus aus Spaß macht. Da sehe ich eine große Herausforderung auch in der Landesgesetzgebung.

Niederkofler: Ich hatte bis vor zwei Jahren fast keinen Südtiroler in meiner Küche, nur Italiener, Ausländer, von überall in der Welt. Im Moment sind die vier wichtigsten Leute Südtiroler. Man muss sich wieder anstrengen zu schauen, was man alles tun kann, welche Möglichkeiten man hat.

Eisendle: Wie kommst du zu den Leuten?

Niederkofler: Die kommen zu mir. Ich stelle niemanden an, der nicht persönlich zu mir kommt. Ich hatte noch nie so eine gute Mannschaft wie jetzt. Aber ich hatte zu Weihnachten nur einen Koch, der auch im letzten Jahr noch mit dabei war. Innerhalb von einem Jahr habe ich zwanzig Leute ausgewechselt. Die jungen Leute sind gut, aber man muss sie motivieren! Im Grunde tue ich mir mit alldem nichts Gutes: Es sind alles selbständige Personen, sie haben Charakter, sie sind zum Teil auch schwierig, aber sie bringen etwas.

Perini: Inwiefern muss Südtirol Systemmotivation bieten, inwiefern bieten Sie es als Arbeitgeber? Es geht ja auch um Zukunftsperspektiven.

Niederkofler: Die Zukunftsperspektiven schaffen wir, indem wir nicht immer nur dasselbe machen. Ich hatte immer das Glück, dass meine Arbeit mein Hobby war. Ich bin nie stehen geblieben. Viele alteingesessene Restaurants kochen seit 30 Jahren dasselbe, sie gehen null Risiko ein. Ich riskiere jedes Jahr.

Adami: Die Motivation kann nicht von außen kommen. Die muss da sein, auch im System.

Perini: Es gibt Untersuchungen, die besagen, dass ein Drittel der Menschen sich selbst motivieren, ein anderes Drittel zieht dann nach, und das letzte Drittel kann man vergessen.

Aichner: Ich bin überzeugt, dass jeder einzelne Mensch hoch motiviert ist, aber dass 90 Prozent am falschen Platz sitzen. Es braucht gesetzliche Rahmenbedingungen, damit Mobilität innerhalb der Arbeitswelt, eines Unternehmens möglich ist. Damit Menschen das finden, wozu sie fähig sind.

Niederkofler: Wenn heute jemand darauf wartet, dass er irgendwo hingeschickt wird, damit er mehr motiviert ist, ist das der falsche Weg.

Eisendle: Es gilt in unserer Gesellschaft oft all zu sehr das Spaßdiktat. Es muss aber nicht immer alles Spaß machen, was man tut. Ich habe selten Spaß beim Bergsteigen. Wenn ich danach in einer warmen Stube bei einem Bier sitze, dann habe ich Spaß. Das Leben ist kein Spaß. Das Leben ist etwas, wo man sich einsetzt, so gut wie man es eben kann. Es ist egal, was wir machen. Wichtig ist, wie wir es machen.

Wann hatten Sie denn das letzte Mal Spaß?

Eisendle: Heute bei der Abfahrt. Totaler Pulverschnee!

Kurz vor 17 Uhr. Norbert Niederkofler und Thomas Aichner verabschieden sich. Die drei verbliebenen Gäste rücken enger zusammen. Sie beginnen, über Schule und Bildung zu reden.

Welche Weichen sollten in der Schule gestellt werden?

Adami: Beginnen wir bei der Lehrerausbildung. Es geht darum, dass die Lehrer nicht nur methodisch-didaktisch geschickt sein sollen. Sie müssen auch ihr Fach beherrschen. Zum anderen gibt es immer mehr Kinder aus zerrissenen Familien. Wir bräuchten hier eine viel stärkere Vernetzung mit den Institutionen. Die Lehrperson kann nicht immer alles auffangen.

Eisendle: Da sind wir wieder beim System Südtirol. Für viele hätte die Regierung oder der Durnwalder immer alles richten sollen. Und für viele Eltern sind es oft Schule und Lehrer, die alles richten sollen.

Perini: Aber man kann nicht alles auf die Schule abschieben.

Eisendle: Ich glaube, die Schule ist oft überfordert. Die Schule aber ist nur ein Teilbereich vom Werdegang eines Menschen.

Perini: Da kommen wir wieder zur Eigenverantwortung. Viele sind sich der Tragweite nicht bewusst, wenn die Gemeinden künftig steuerliche Freiräume erhalten. Oder: Der Steuerdruck für Gewerbetreibende soll gesenkt werden, im Gegenzug soll nicht mehr alles nach dem Prinzip Gießkanne gefördert werden. Eine Herausforderung wird auch das berufs begleitende Lernen und die Berufsmatura sein. Man wird sehen, wie gut die Sozialpartner mit Eigenverantwortung umgehen können.

Wenn Sie drei Wünsche an den neuen Schullandesrat hätten, Frau Adami, welche wären das?

Adami: Oh, das sind viele! Da gibt es eine ganze Liste!

Sie haben aber nur drei.

Adami: Dass darüber nachgedacht wird, welche Aufgaben die Schule heute tatsächlich hat.

Perini: Das finde ich gut.

Adami: Ist Schule nur ein Aufenthaltsort? Geht es nicht auch darum, die Schüler zu stärken? Schule muss definiert werden. Der zweite Wunsch: Das Netzwerk für Jugendliche stärken, damit man von den Institutionen nicht mehr allein gelassen wird. Denn manches geht nur gemeinsam.

Und drittens?

Adami: Darüber nachdenken, was Lehrersein heute heißt. Das müssen die Lehrer aber selbst machen. Man muss herauskommen aus diesem Gejammer. Ja, es ist ein schwerer Job, aber auch ein sehr schöner. Aber der Landesrat hat ja gesagt, dass er zuhören will.

Kurz vor 18 Uhr. Raumwechsel, jetzt bestellen alle Wein. Wenig später kommt auch die Künstlerin Julia Bornefeld, 50, sie bestellt Tee. Die anderen reden gerade über Bergsteigen und Marketing.

Das Sich-verkaufen-Können ist in Ihrer Branche, Herr Eisendle, doch das Um und Auf. Das zählt oft noch mehr als die Leistung selbst, oder?

Eisendle: Die Basis ist die Glaubwürdigkeit. Die Leute sind nicht dumm. Mein bestes Marketing ist die konkrete Dienstleistung, und wenn mich meine Kunden weiterempfehlen. Man muss seine Arbeit ehrlich, begeistert machen, dann läuft es.

Perini: Aber Sie haben sich einen entsprechenden Namen mittlerweile aufgebaut. Ein No-Name muss irgendwie auf sich aufmerksam machen.

Eisendle: Viele Bergsteiger verkaufen Luftballone, die irgendwann platzen, inhaltlich haben sie peinlich wenig zu sagen. Da geht es um Zeiten, Höhenmeter, Kälte- oder Schwierigkeitsgrade. Im künstlerisch-kulturellen Bereich – im weitesten Sinn verstanden – ist alles Zählbare trivial. Ob du auf einen Achttausender oder einen Zweitausender steigst: Es zählt, was du als Mensch erlebst. Die Bergsteiger von heute sind viel besser als die von früher, doch nicht das ist interessant, sondern die Geschichten und die Bilder, die sie ins urbane Leben mitbringen.

In der Szene kann man sehr wohl differenzieren, was den Unterschied ausmacht, aber kann das die große Masse?

Eisendle: Die große Masse ist uninteressant. Ein Steve House, ein Hansjörg Auer oder ein Denis Urubko machen, was sie wollen. Und nützen Medien und Sponsoren mehr oder weniger geschickt. Doch auf die Masse schielen in der Regel nur drittklassige Bergsteiger.

Perini: Sie arbeiten in einer Nische.

Eisendle: Ich spiele in der Szene überhaupt keine Rolle, ich bin Bergführer, ich beobachte nur. Meine Spinnereien mache ich privat, davon weiß nicht einmal

meine Frau. Ich beobachte, dass sich im Alpinismus die Dinge total verkehrt haben. Früher war eine Zahl identisch mit der Spitze im Metier: Wer zwischen 1950 und 1960 einen Achttausender bestiegen hat, war ein Spitzenalpinist, heute gehen Spitzenalpinisten parallel zu ihrem Nachbarn, der dreimal im Jahr auf den Berg geht. Es ist die Aufhebung aller Werte, der Alpinismus ist Tourismus geworden. Die schlauesten unter den Bergsteigern nützen diese präparierten Pisten: wenig Risiko, großer Erfolg. Das ist ein Geschäftsmodell, kein kreatives Prinzip.