

Südtiroler Wirtschaftsforum – Der Achterbahn-Produzent Alberto Zamperla über Erfolgsrezepte, den internationalen Wettbewerb und den Standort Italien

Sich ständig in Frage stellen

Wachsamkeit, mentale Offenheit, Imagepflege: Das sind für den Unternehmer Alberto Zamperla drei grundlegende Qualitäten im internationalen Wettbewerb. Auf die italienische Politik ist Zamperla nicht gut zu sprechen. Er sagt: „Unser Wachstum findet anderswo statt.“

SWZ: Herr Zamperla, Ihr Vortrag beim Südtiroler Wirtschaftsforum trägt den Titel „Die Achterbahn des Unternehmenseins“. Die Entwicklung Ihrer Unternehmensgruppe ähnelt aber keineswegs einer Achterbahnfahrt – es geht bei Ihnen anscheinend nur aufwärts.

Alberto Zamperla: Das Unternehmertenleben ist zweifelsohne eine Achterbahnfahrt mit ständigen Variablen, zumal für international tätige Unternehmen wie das meine. Nach den Terroranschlägen vom 11. September 2001 kam der US-Markt zum Erliegen, genauso beeinflussten Kriege den Export in wechselnde Regionen der Erde und spielen Währungskurse eine Rolle. Es ist praktisch keine mittel- bis langfristige Planung mehr möglich. Der Unternehmer – besser: das Unternehmen – muss allzeit bereit sein, auf geänderte Rahmenbedingungen zu reagieren. Das erfordert eine mentale Öffnung.

Wie meinen Sie das?

Erfolgreich ist, wer sich immerzu in Frage stellt, und nicht, wer sich im Erfolg zufrieden zurücklehnt. Es wird ja viel von Innovation geredet. Dabei entsteht oft der Eindruck, dass nur innovativ ist, wer eine neue Rakete für die Mondfahrt erfindet. Für mich bedeutet Innovationsstreben die Bereitschaft, immer und überall besser zu werden. Das schließt auch die aufmerksame Beobachtung der Mitbewerber ein, selbst jener Mitbewerber, die eigentlich noch gar keine sind, denn es ist gut möglich, dass sie eines Tages den vermeintlichen Rückstand aufgeholt haben und zu ernstesten Konkurrenten werden.

Verraten Sie mir doch Ihre drei goldenen Regeln, um auf der Achterbahn der globalen Wirtschaft nicht abgeworfen zu werden.

Erstens Wachsamkeit, gerade für ein Unternehmen mit einer Exportquote von 95 Prozent, wie wir es sind. Der Rahmen, in dem wir wirtschaften, ändert sich ständig – siehe Ereignisse in Russland, siehe Terrormiliz IS, siehe das Wiedererstarken des Dollars, siehe Rechtsvorschriften wie der Jobs Act, von dem wir sehen werden, was er bringt. Zweitens die bereits erwähnte mentale Öffnung und die Bereitschaft, sich selbst in Frage zu stellen. Drittens Achtsamkeit für das Image des eigenen Unternehmens, denn es gibt auf der Welt viele gute Produkte zu konkurrenzfähigen Preisen. Wir Italiener vernachlässigen das leider viel zu oft.

Lassen Sie uns über Ihren Sektor sprechen. Europa und vor allem Italien stöhnen unter einer anhaltenden Konjunkturschwäche. Naheliegender wäre, dass die Menschen in Krisenzeiten weniger Geld für die Unterhaltung ausgeben und die Vergnügungsindustrie entsprechend litte. Tut sie das?

Nein. Die Menschen mögen in Krisenzeiten zwar Überflüssiges streichen, aber ein bisschen Vergnügen gönnen sie sich



Alberto Zamperla referiert am 20. März beim Wirtschaftsforum in Brixen

immer noch. Die Unterhaltung, die wir bieten, ist ja vergleichsweise günstig zu haben.

Täuscht also der Eindruck, dass es immer weniger Lunaparks gibt?

Das ist wieder ein anderes paar Schuhe. Die fahrenden Lunaparks machen tatsächlich schwere Zeiten durch, weil sie es versäumt haben, sich weiterzuentwickeln. Sie bieten im Grunde keine aufregenden Erlebnisse, keine Neuigkeiten, für die sich ein Besuch lohnen würde. Und sie bieten auch nicht das, was beispielsweise das Oktoberfest in München oder viele Dorffeste so erfolgreich macht, nämlich die Mischung aus Musik, Essen und Attraktionen.

Wo liegt derzeit Ihr Hauptmarkt – in Europa oder doch eher außerhalb?

Unser wichtigster Absatzmarkt ist derzeit China. Auch der Umsatz in Amerika steigt dank Euro-Schwäche wieder, nachdem er stark gelitten hatte. Genau liefern wir Anlagen in Länder, von denen man es nicht erwarten würde: Gerade in diesen Tagen verlassen acht Anlagen für einen Vergnügungspark im Irak unsere Produktionshallen. Es war gar nicht so einfach, einen Logistiker für diesen Transportauftrag zu finden.

Wie beurteilen Sie den Wirtschaftsstandort Italien? Was muss sich ändern?

Vor allem muss sich die Wahrnehmung

der Gesellschaft für die Unternehmen ändern. In Italien ist das Image der Unternehmer sehr negativ. Darüber hinaus muss es endlich eine Entbürokratisierung geben, eine Reform, die nichts kostet. Des Weiteren muss die Steuerbelastung – sowohl für die Unternehmen, als auch für die Bürger – sinken, denn nur so kann die Wirtschaft auf den Wachstumspfad zurückgeführt werden. Wenn sich die Wirtschaft nicht erholt, wird der hochgelobte „Jobs Act“ wirkungslos bleiben, abgesehen davon, dass es für mich unverständlich ist, dass die Arbeitsmarktreform zwei Kategorien von Arbeitnehmern schafft, mit unterschiedlichen Sicherheiten, je nachdem, ob sie vor oder nach der Reform eingestellt wurden.

Wie soll der Staat die Steuerbelastung reduzieren, wenn er das Geld dringend benötigt?

Der Staat muss seine Ausgaben massiv kürzen, ganz einfach. Wir brauchen weniger Staat. Dass Arbeit so massiv besteuert wird, ist für mich nicht nachvollziehbar, gerade in Zeiten, in denen die Arbeitslosigkeit ein gravierendes Problem darstellt und der Staat viel Geld für die Arbeitslosenunterstützung aufwenden muss. Ebenso wenig kann ich die übermäßige Besteuerung von Überstunden verstehen. Welche Motivation sollte ein Arbeitnehmer haben, in arbeitsintensiven Zeiten Überstunden zu leisten, wenn es sich für ihn finanziell nicht lohnt? Die Arbeitswelt hat sich verändert, und mehr denn je ist die Auftragslage in vielen Unternehmen sehr volatil. Die Politik bleibt hingegen in alten Konzepten verhaftet.

Sie stellen der italienischen Politik absolut kein gutes Zeugnis aus. Das kann ich auch nicht.

Gefällt Ihnen Matteo Renzi besser als seine Vorgänger?

Ich würde mir auch von Matteo Renzi mehr Mut wünschen. Ein Politiker muss sich respektieren machen. Er muss seine Reformideen präsentieren und klarstellen: Wenn diese Ideen keine Mehrheit finden, dann gibt es Neuwahlen. Punkt! Überhaupt gelingt es Italien viel zu wenig, auf der Welt respektiert zu werden.

Was hält Sie mit Ihrem Unternehmen in Italien? Sie haben ja Niederlassungen in den USA, in Russland, Dubai, China und auf den Philippinen.

In Italien halten mich die Fähigkeiten und die Flexibilität meiner Mitarbeiter. Fakt ist aber, dass unser Wachstum anderswo stattfindet.

Produzieren Sie ausschließlich in Italien?

Wir produzieren in Italien, auf den Philippinen und in der Slowakei. Unser chinesisches Produktionswerk haben wir hingegen geschlossen – erstens, weil es uns dort nicht gelungen ist, die notwendige Qualität zu garantieren, und zweitens, weil die chinesischen Behörden bei ihren Auflagen und Kontrollen mit zweierlei Maß messen, je nachdem, ob es sich um ein ausländisches oder um ein chinesisches Unternehmen handelt. Wir hatten mit der chinesischen Kultur große Schwierigkeiten.

Interview: Christian Pfeifer

Info

Wirtschaftsforum mit A. Zamperla – und V. Bulc

Alberto Zamperla produziert Achterbahnen, Karussells und andere Attraktionen für Vergnügungsparks. Die Exportquote seines Unternehmens beträgt 95 Prozent. 2005 fand Zamperla als erster Italiener Aufnahme in die „Hall of Fame“ der Weltvereinigung der Vergnügungsindustrie IAAPA – neben Kalibern wie Walt Disney. Er ist einer von fünf Referenten beim diesjährigen Südtiroler Wirtschaftsforum am Freitag, 20. März, von 13 bis 20 Uhr im Forum Brixen.

Zamperla ist Präsident und Geschäftsführer der „Antonio Zamperla spa“. Das Unternehmen mit Sitz in Altavilla Vicentina (VI) verfügt über Niederlassungen in New Jersey (USA), Moskau, Dubai, China und Philippinen. In der Vergnü-

gungsindustrie ist Zamperla international ein Begriff.

Das Wirtschaftsforum trägt heuer den Titel „Unternehmenseins als Achterbahn – Erfolgsstrategien für Management und Führung“ und verspricht wieder zum Treffpunkt für Unternehmer und Führungskräfte zu werden.

Das Programm:

13 Uhr Registrierung der Teilnehmer
14 Uhr Begrüßung durch Landeshauptmann Arno Kompatscher und Karl F. Pichler, Präsident der Stiftung Südtiroler Sparkasse
14.10 Uhr Alberto Zamperla: Die Achterbahn des Unternehmenseins
14.45 Uhr Violeta Bulc: Die vielen Möglichkeiten der Verkehrsinnovation

15.45 Uhr Dagmar Chlosta: Vom Sport zum Lifestyle – Leadership, Strategie & Veränderung in einem Weltunternehmen

16.30 Uhr Kommunikationspause
17 Uhr Joseph Oubelkas: Mission Überleben – Positives Denken als Managementprinzip

18 Uhr Stefan Siegel: Creative Entrepreneurship – Unternehmen statt unterlassen!

18.45 Uhr Geselliger Ausklang mit Buffet

Moderation Christian Pfeifer, SWZ
Simultanübersetzung vorgesehen

Informationen: Anmeldungen unter www.wirtschaftsforum.it, Teilnahmegebühr 240 Euro + MwSt, vergünstigte Konditionen bei Mehrfachanmeldungen von Unternehmen

Info

Wir verschenken fünf Freikarten

Fünf Freikarten im Gesamtwert von 1.200 Euro plus MwSt für das Südtiroler Wirtschaftsforum verschenkt die SWZ an ihre Leser. Wer am Freitagnachmittag, 20. März, gerne bei dieser Veranstaltung dabei wäre, sollte sich am Montag, 16. März, ab 12 Uhr per E-Mail in der SWZ-Redaktion (info@swz.it) melden. Die Absender der ersten fünf E-Mails, die ab Punkt 12 Uhr in der Redaktion eintreffen, dürfen sich über eine Freikarte freuen. E-Mails, die vor 12 Uhr eintreffen, werden nicht berücksichtigt. Ausschlaggebend ist die Zeitangabe und Reihenfolge im E-Mail-Postfach der SWZ.



Südtiroler Wirtschaftsforum 2015

Forum Brixen, am 20. März 2015

Jetzt Teilnahmeplatz über den Club Sparkasse sichern.
Alle Infos in unseren Filialen.

gefördert von
Stiftung Südtiroler Sparkasse

SPONSOR

Mehr Bank.
SPARKASSE
CASSA DI RISPARMIO