



Der Kontakter

Talentierte Südtiroler zieht es hinaus in die Welt. Christian Girardi sorgt dafür, dass sie mit der Heimat in Verbindung bleiben.

Text: Gerhard Waldherr Porträt: Thomas Eugster

Die Heimat. Erst recht, wenn sie hinausgezogen sind in die Welt. So wie Girardi, der zu diesem Zeitpunkt bei der Siemens AG arbeitet; wie Mur, der für die Elektroniksystem- und Logistik-GmbH in München an einem Projekt für Audi mitwirkt. Atzwanger, der mehrere Stationen im Ausland hinter sich hat, ist zu Besuch aus Bozen, wo er bei Pensplan, dem Südtiroler Pensionsfond, in leitender Funktion tätig ist.

Essen, Trinken, Smalltalk. Wer ist wo? Wer macht was? Von wem hat man zuletzt gehört, wen wo getroffen? Girardi und Atzwanger kennen sich gut. Atzwanger hat Girardi schon als Studenten beschäftigt, ihn auf Praktika durch Europa geschickt, um ihm den Einstieg in eine internationale Karriere zu ebnen. So ist Girardi bei PricewaterhouseCoopers in Mailand gelandet und danach über einen Kontakt zu einem anderen Südtiroler, der in London arbeitete, als Consultant bei Siemens. Ein Südtiroler hilft einem Südtiroler. Ganz Südtirol ist eine große Familie. Irgendwann sagt Girardi: „Wäre es nicht toll, wenn wir das Internet

nutzten, um unsere Leute besser zu verbinden und die Kommunikation zu intensivieren? Wenn wir nicht nur die Freundschaften pflegten, sondern berufliche Erfahrungen austauschten und Kontakte knüpften?“

Einige Monate später gründen Girardi, Mur, Atzwanger, drei weitere junge Leute sowie sechs Unternehmer und Manager einen Trägerverein.

Darunter befindet sich Christine Licci, damals Vorstandsvorsitzende der Citibank Deutschland (siehe auch „Diven-Dämmerung“, brandeins 03/2007). „Warum“, fragt Licci, „ist darauf niemand vorher gekommen?“ So entsteht Süd*stern, das interaktive Netzwerk der Auslandssüdtiroler.

Ein Vorstand wird gewählt, ein Lenkungskreis etabliert, Girardi wird Präsident. Im August 2004 ist die Homepage fertig, im Oktober geht www.suedstern.it online und wird im Januar darauf der Presse vorgestellt. Zu diesem Zeitpunkt hat das Netzwerk bereits 100 Mitglieder, die sich selbst „Süd*sterne“ nennen.

Heute hat die Organisation, die inzwischen unter www.suedstern.org firmiert, 1600 Mitglieder, die monatlich etwa 3000 Nachrichten versenden. Sie sind organisiert in Ortsgruppen und Themengebieten, die Planeten genannt werden. Es gibt lokale Planeten in Wien, München, Asien, Australien, im Silicon Valley und im Nahen Osten. Größter Fachplanet ist das Themengebiet Medizin mit knapp 100 Mitgliedern, gefolgt von Hightech und Ingenieurwissenschaften, erneuerbare Energien und Werbung. 20 Events jährlich werden von den Planeten und Themengebieten veranstaltet. Finanziert wird das Netzwerk von 62 Südtiroler Unternehmen und Organisationen, darunter die Volksbank, die Export Organisation Südtirol (EOS) oder die Thun AG in Bozen, 5200 Mitarbeiter weltweit, 200 Millionen Euro Umsatz jährlich, die Keramik und Geschenkartikel herstellt. Die Unternehmen können auf Süd*stern Stellen- und Praktikumsangebote posten.

Zeno Kerschbaumer, Managing Director Volkswagen Group Singapur, hat so bereits Dutzende Studenten aus Südtirol nach Asien gelockt. Neuerdings gehört der Versicherungskonzern Allianz in München zu den Partnern von Süd*stern, über dessen Netzwerk er mehrsprachiges Personal sucht. Und es funktioniert auch umgekehrt: 2007 kamen zehn Auslandssüdtiroler über Süd*stern zu leitenden Jobs in ihrer Heimat. ▶

Man hat Südsterne immer mal wieder als Facebook der Alpen bezeichnet. Armin Hilpold, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer, der in Innsbruck und Meran studiert und mehrere Jahre in London bei Lehman Brothers gearbeitet hat, hört das nicht gern. Hilpold, der Girardi als Präsident abgelöst hat, sagt: „Wir sind kein offenes Forum, das ist schon mal der erste Unterschied.“ Mitglied werden kann nur, wer mindestens zwei Jahre im Ausland gearbeitet hat und idealerweise über einen Hochschulabschluss verfügt. Hilpold: „Wir wollten eine Einstiegshürde, um zu gewährleisten, dass wir nicht beliebig werden, nicht zu groß und eine gewisse Homogenität gewährleisten können.“ Südsterne sind qualifiziert. Südsterne sind erfolgreich. „Wer Südsterne wird“, so Hilpold, „muss ein übergeordnetes Ziel verfolgen.“

Sein Mitstreiter Girardi sagt: „Für die Dinge, die nicht beruflich relevant sind, gibt es tatsächlich Facebook, für Südsterne ist Social Media keine Bühne der oberflächlichen Selbstdarstellung, es ist Mittel zu einem höheren Zweck, wir sind Botschafter für Südtirol, wir haben eine Verpflichtung, etwas für unsere Heimat zu tun.“ Die Bankerin Christine Licci, die aus dem Bergbauern-dorf Kastelruth bei Bozen stammt (und inzwischen Novaković heißt), formulierte es einmal so: „Egal, wie viel Erfolg man im Leben hat: Man darf nie vergessen, woher man kommt und welchen Weg man zurückgelegt hat.“

Kluge Köpfe, kommt zurück!

Südtirol: dramatische Berge, karge Höhen, fruchtbare Täler. Eine Region, die bevölkert ist von einem besonderen Menschenschlag. Über Jahrhunderte sicherte der Zusammenhalt das Überleben. In der Geschichte Spielball verschiedener politischer Interessen, viele Talente mussten die Heimat verlassen, um Karriere zu machen. „Man darf nicht vergessen“, sagt Peter Thun, Präsident der Thun AG, „dass nur ein Sechstel der Fläche Südtirols bewohnbar ist.“ Dazu kommt, dass es von kleinen, meist inhabergeführten Betrieben dominiert wird. Hilpold sagt: „Wer in Bozen aufwächst und Ambitionen hat, landet zwangsläufig im Ausland.“ Und bleibt häufig gleich da.

Brain Drain heißt dieses Phänomen, von dem ländliche Regionen zunehmend betroffen sind. Zu den beliebtesten Themen der lokalen Wirtschaftsblätter gehören seit Langem die Geschichten von Südtirolern, die es fernab der Heimat zu etwas gebracht haben. Thun: „Wir tun uns immer schwerer, kluge Köpfe zu importieren und die zurückzuholen, die wir exportiert haben.“ Die Abwanderung kluger Leute ist auch Girardis Thema. Er ist ein engagierter, junger Mann, der sich ein wenig kompliziert ausdrückt, ausführliche E-Mails schreibt und viel bedrucktes Papier zum Interview mitbringt. Darunter auch eine Studie zu Brain Drain in Randregionen, die er für die Arbeitsgemeinschaft Alpenländer (Arge Alp) und die Schweizer Universität Neuenburg verfasst hat. Die Erkenntnis: „Man kann Brain Drain nicht stoppen.“

Was frustrierend sei, nehme man einen Arzt, dessen Ausbildung eine Million Euro gekostet habe, und der dann auswandere. „Wenn er also nicht mehr zurückkommt“, so Girardi, „muss ich wenigstens einen Weg finden, sein Wissen zurückzutransferieren, und wenn das gelingt, steht dem einseitigen Verlust von Bildungsinvestitionen und Humankapital ein langfristiger Gewinn für das Herkunftsland gegenüber.“

Womit er wieder bei Südsterne ist. Dort diskutiert man im Themengebiet Medizin derzeit mit der Regierung in Bozen, die eine Berufsschule für Pflegekräfte plant. „Über unser Netzwerk fließen internationale Erfahrungen und Expertise ein, die hier von großem Nutzen sein können“, so Girardi, „denn aus Brain Drain kann irgendwann Brain Gain werden, ein Mehrwert für die Randregion.“

Er sitzt auf dem Balkon seiner Wohnung in Walchwil bei Zug in der Schweiz. Von dort aus führt er seine Firma Braindock, mit der er aus dem, was er mit Südsterne gelernt hat, ein Geschäft machen will. Er bietet Beratung, Konzepte, Sponsorenakquise und Vermarktung von interaktiven Netzwerken für die Provinz an. Mitgesellschafter ist Zeno Kerschbaumer, den Girardi „meinen Business Angel“ nennt. Außerdem arbeitet Girardi mit Südtiroler Firmen zusammen, etwa der Marketing Factory, die einem Gründungsmitglied von Südsterne gehört. „Sie sehen, so schließt sich der Kreis.“

Es war zunächst eine Idee, dann ein Hobby, inzwischen ist das, was 2003 in einem Münchner Biergarten begann, wie Girardi sagt: „Lebensinhalt.“ 235 000 Kilometer sei er in den vergangenen drei Jahren gefahren. Führt täglich stundenlange Telefonate, dreimal wöchentlich bespricht er sich mit Kerschbaumer. Girardi: „Die Begeisterung für die Idee ist meistens sofort da, doch eine Entscheidung bei den Interessenten herbeizuführen ist schon viel schwieriger, und die Umsetzung ist erst recht ein langwieriger Prozess.“ Jede Region sei anders. „Das ist kein Konzept, das man von heute auf morgen verkauft.“ Braindock hat in den vergangenen drei Jahren neun Kunden in Italien, Österreich und der Schweiz akquiriert, darunter das Bundesland Niederösterreich und den Schweizer Kanton Uri. „Ich bereue nicht“, sagt Girardi, „dass ich dafür einen gut dotierten Job bei Siemens aufgegeben habe. Das war eine bewusste Entscheidung, mir war klar, ich werde in den nächsten Jahren keine Summe X auf dem Konto haben, keine Eigentumswohnung kaufen können, aber ich hänge an dieser Idee, ich glaube an diese Idee.“

Kreise von im Ausland lebenden Menschen, die die Verbindung zu ihrer Heimat pflegen, sind so neu nicht. Seit Langem gibt es etwa Vereine wie Südtiroler in der Welt (Arbeitsstelle für Heimatferne), den Auslandsösterreicher Weltbund oder die Auslandschweizer Organisation (ASO). Die Südtiroler Heimatfernen verschicken ihre Mitgliederzeitschrift an 12 000 Familien, die über den ganzen Globus verstreut sind. Girardi aber sagt: „Das sind zwar organische Massen, die aber eher wie traditionelle Vereine

der Organisation hatte. Und: „Das Internet reicht nicht, zentral sind die Events, der persönliche Kontakt ist essenziell, man muss sich begegnen, um Dinge anzustoßen.“ Zweitens? „Geld.“ Er werde bei seinen Präsentationen stets gefragt, welchen Wert seine Plattformen schaffen würden. Girardi: „Da kann ich keine Zahl nennen.“

Einmal Südtiroler, immer Südtiroler

Er ist ein unermüdlicher Netzwerker. 2008 hat er erstmals das Global Forum Südtirol organisiert. Seither treffen sich einmal im Jahr Unternehmer, Vertreter von Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur mit Gästen und Referenten aus aller Welt. 2011 ging es um Forschung und Innovation. Dieses Jahr lautet das Thema: „Südostasien – der Wirtschaftsmotor im Schatten Chinas“. Christian Girardi: „Südtirol braucht wie jede Randregion ein Forum, um Themen aufzugreifen, Impulse zu geben, Ideen zu kreieren, wir brauchen das Bewusstsein, dass die weltweite Vernetzung für das Land immer wichtiger wird.“ Als Nächstes plant er, Südtiroler Firmen in der Schweiz zu etablieren mit dort ansässigen Partnern. Erste Gespräche mit der Wirtschaftsförderung des Kantons Zug hat es schon gegeben. Die Schweizer waren in Südtirol, die Südtiroler in Zug. Die Kommunikation läuft natürlich auch über Südstern.

Früher, sagt Girardi, sei er überall dabei gewesen: bei Facebook, LinkedIn, Smallworld, Xing. „Inzwischen habe ich all das aufgegeben.“ Ein Südstern ist er geblieben. Wie könnte er auch anders? Über Südstern ist seine Firma entstanden. Über Südstern hat er sein Domizil in Walchwil gefunden. „Ein Südtiroler wollte nach London und hat gefragt, ob sich jemand interessiert, das Haus zu mieten, er hat mir auch einen Kontakt zur örtlichen Wirtschaftsförderung gemacht.“

Vor eineinhalb Jahren rief ein Mann an und sagte, er habe gelesen, was Girardi mit seinem Forum in Südtirol mache, und ob er, Girardi, ihn beraten könne. Er wolle genau das auch im Schweizer Kanton Wallis veranstalten. Nun gibt es ein Global Forum Wallis. „Ohne Südstern wäre das alles nicht entstanden“, sagt Girardi, „mitgeholfen zu haben, das alles aufgebaut zu haben, macht mich stolz.“

Auch sein großes Glück verdankt er dem Verein. Es war bei einem Jahrestreffen in Bozen. Jemand hatte eine junge Frau aus dem Eggental bei Bozen, am Fuße des Rosengartens, mitgebracht. Man blieb über das Netzwerk in Kontakt. Vor Kurzem ist sie bei Girardi in Walchwil eingezogen. Einen Job in der Nähe hat sie auch gefunden. Bei einer renommierten Modefirma. Über Südstern? Christian Girardi: „Was denken Sie?“ ■



Girardi weiß: Südtiroler helfen am liebsten Südtirolern

ert sind, ein interaktiver Zusammenschluss wie Südstern leuchtet, strahlt, er ist an einen Stromkreislauf ange-

ian Raab, Abteilungsleiter Wirtschaftsförderung der Verwaltung Uri in Altdorf, kann das bestätigen. Zwar Uri, so Raab, seit Jahrzehnten über „eine ganze Reihe von tern“, die sich für die Belange ihrer Heimat engagierten, die von Braindock konzipierte Website gebe dem Kan- Möglichkeit zu zeigen: „Hey, bei uns passiert auch etwas, entwickeln uns wirtschaftlich.“ Seit September 2010 ha- auf www.derurilink.ch 218 im Ausland lebende Urner leben, deren Kommunikation Raab so beschreibt: „Wir die, die etwas haben, können und wollen, mit denen, anbieten und bislang nicht bekommen haben.“

gibt zwei große Herausforderungen“, sagt Christian erstens: „So gut das Konzept auch sein mag, du musst tives Team finden, das die Idee mit Leidenschaft lebt.“ der Betreuung des Portals auch E-Mails schreibe, te- beharrlich um Berichterstattung in den Medien kämpfe, tern das in Südtirol getan habe. Alle Funktionsträger des arbeiten ehrenamtlich. Girardi erzählt von Telefonrech- ber 400 Euro monatlich, die er während des Aufbaus