



Die Stimme Norditaliens

Italiens Unternehmen erleben viel Zuspruch in der Welt. Nur in Rom finden sie kein Gehör, findet Carlo Bonomi, der Chef des regionalen Unternehmerverbands.

Von Tobias Piller, Rom

Im wirtschaftlich stagnierenden, immer von neuen Hiobsbotschaften heimgesuchten Italien ist Carlo Bonomi die Stimme des Nordens und der im internationalen Wettbewerb erfolgreichen Unternehmen. Seit zwei Jahren ist der 53 Jahre alte Ökonom Vorsitzender von „Assolombarda“, dem Unternehmerverband für die Provinzen Mailand, Monza und Lodi. Dort steckt die größte Konzentration an Wirtschaftskraft des Landes, mit 7 Prozent der Bevölkerung, aber 12 Prozent des nationalen Bruttoinlandsprodukts, 12 Prozent von Italiens Ausfuhren und 20 Prozent aller Patentanmeldungen.

„Wir haben nun zum zweiten Mal eine Regierung, die weit weg ist von dem, was für Wirtschaftswachstum nötig ist“, sagt Carlo Bonomi. „Da werden Vorlagen beschlossen, ohne zu wissen, welche Auswirkungen sie auf die reale Wirtschaft haben“, findet er. Hintergrund ist zum Beispiel die von der Regierung angekündigte Steuer auf Plastikverpackungen, nur um nachher zu entdecken, dass viele Produkte der Lebensmittelbranche aus Gründen der Hygiene in Plastik eingepackt werden müssen und dass ausgerechnet in Italien die führenden Hersteller von Verpackungsmaschinen gerade für Plastik sitzen. Zunächst war die neue Steuer, die eine Milliarde Euro einbringen soll, als ökologische Maßnahme angekündigt worden, doch

aus Sicht von Bonomi ist das Ziel einfach nur, zusätzliche Einnahmen für die Staatskasse zu erzeugen. Nun gebe es nachträglich Treffen zwischen Regierung und Fachleuten, doch eigentlich wüsche er sich, dass Entscheidungen schon von vorneherein auf einer Grundlage gesicherter Fakten getroffen würden. Gegenüber den Gepflogenheiten der römischen Politik ist der Vorsitzende von Assolombarda damit ein Idealist oder ein scharfer Kritiker.

Das hängt damit zusammen, dass in Mailand viele Unternehmen aktiv sind, die sich nach dem Weltmarkt und nicht nach der römischen Politik richten. Aktiv als Lobbyisten und in der Kommunikation sind in Italiens Öffentlichkeit eher diejenigen Unternehmer etwa in Rom und Süditalien, die vom italienischen Markt abhängen und von der Politik. Die Perspektive in Mailand ist dagegen aus der Sicht von Bonomi: „Wir schauen nicht nur in Richtung Weltmarkt, wir sind Teil davon“. Aus seiner Sicht gibt es längst keinen Wettbewerb mehr zwischen europäischen Ländern sondern zwischen Regionen wie der Lombardei mit Mailand einerseits und Baden-Württemberg oder Bayern auf der anderen Seite. Entscheidend sind für ihn die Dimensionen der Städte, ihre Anziehungskraft auf Talente und die Vielfalt der vertretenen Branchen.

Leider gebe es inzwischen in Norditalien erfolgreiche italienische Unternehmer, die auf dem Weltmarkt aktiv seien, die nun die Meinung vertreten, dass sie eigentlich Italien gar nicht bräuchten, im Zweifel auch anderswo arbeiten und produzieren könnten. Andere fühlten sich zwar immer noch im Heimatland verwurzelt, doch gerade aus norditalienischer Sicht sehe man die Standortnachteile gegenüber der Schweiz oder Österreich. „Dann gibt es einen Gummibandeffekt: man läuft los mit dem Weltmarkt und wird dann zurückgeholt, weil das eigene Land auf der Stelle tritt.“ Solche Kritik am wirtschaftlichen Umfeld sind in Italien derzeit nicht unbedingt populär. Im Gegenteil: Einer der großen Zeitungsverlage Italiens, unter anderem mit dem römischen „Messaggero“ und unternehmerisch verbunden mit Aktivi-

itäten in der Baubranche, hat nun lieber eine Neidkampagne gegen Mailand losgetreten.

Der 53 Jahre alte Bonomi, geboren 50 Kilometer östlich von Mailand in Crema, kann sich gegenüber Kritik am Unternehmerlager ganz gelassen zeigen. Er hat seine unternehmerischen Aktivitäten nicht geerbt, sondern ist Unternehmer der ersten Generation. Er schätze es, auch in kritischen Situationen selbst entscheiden zu können, meint er. In früheren Zeiten, als leitender Angestellter größerer Unternehmen, habe er allzu oft eine vorgefertigte Namensliste mit Entlassungskandidaten bekommen, ohne Flexibilität für sozialen Status oder Familieneinkommen der bisherigen Mitarbeiter. Als selbständiger Unternehmer sind ihm Entscheidungen über Entlassungen offenbar erspart geblieben. Zunächst hatte Bonomi ein Informatikunternehmen gegründet und später wieder verkauft. Dann zog es ihn zurück in die Medizinbranche, wo er als Manager gearbeitet hatte. Dort übernahm er ein Spezialunternehmen, das er inzwischen weiterentwickelt hat. Unter dem Firmennamen „Sidam“ entwickelt und verkauft Bonomi Verpackungen für Infusionen, Kontraststoffe, Chemotherapie oder Kunststoffkanüle etwa für künstliche Ernährung. Mit seinen 100 Mitarbeitern ist er dabei aktiv in Mirandola, einem erfolgreichen Cluster der Medizintechnik in der Nähe von Mantua.

Bonomi steckt selbst zehn Prozent des Umsatzes in Entwicklung und Forschung und ist mit seiner Verpackungstechnik Partner von internationalen Pharmakonzernen. Zugleich sieht er es als gesellschaftliche Pflicht an, sich ehrenamtlich zu engagieren, für die Betreuung von Tumorkranken einerseits, andererseits auch seit zwanzig Jahren im Unternehmerverband Confindustria. Dort war Bonomi schon im Vorstand der Jungunternehmer einer von denen, die 2000 mehr Ehrgeiz für die wirtschaftliche Entwicklung von Mailand gefordert hatten, und zudem eine Kandidatur Mailands für die Weltausstellung Expo (die schließlich 2015 stattfand). Nun gilt Bonomi als aussichtsreicher Bewerber für die Wahl des neuen nationalen Präsidenten 2020.



Carlo Bonomi

Foto Assolombarda

