



Cristiano Ronaldo und die Geldmaschine Real

THEMA Seite 2

Beim Geld agiert das Hirn oft impulsiv

Neuroökonom Camerer, Forschung Seite 14



MITTWOCH, 22. JULI 2009 | ÖSTERREICHS UNABHÄNGIGE TAGESZEITUNG | HERAUSGEGEBEN VON OSCAR BRONNER | € 1,40

Wirtschaftskrise führt zu Einbruch im Sommertourismus

7,5 Prozent Umsatzrückgang erwartet Mehr Geld für Österreich Werbung verlangt

Wien - Die Wirtschaftskrise und die Rekordmengen an Regen, die in den vergangenen Wochen über weiten Teilen Österreichs niedergegangen sind, werden das Tourismusergebnis im heurigen Sommer gewaltig trüben. Klaus Ennemoser, Bundesobmann des Fachverbandes Hotellerie in der Wirtschafts-

kammer Österreich, rechnet mit einem Minus von 7,5 Prozent bei den Tourismuseinnahmen und mit einem Minus von fünf Prozent bei den Nächtigungen.

„Das ist noch eine optimistische Sicht“, sagte der Präsident der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV), Sepp Schellhorn, dem STANDARD. „Viele versuchen nun, ihre Felle über die Auslastung zu retten, und gehen mit den Preisen zurück. Das ist Panik, keine Problemlösung.“ Schellhorn fordert zusätzliches Geld für die Österreich Werbung, die im Vergleich zur Schweizer Tourismuswerbung deutlich unterdotiert sei. „Entscheidend wird sein, wie sich der Winter entwickelt. Gibt es auch dort ähnliche Einbrüche wie jetzt im Sommer, dann Halleluja“, sagte der ÖHV-Präsident.

Die Wirtschaftskrise mache Schwächen im österreichischen Sommertourismus offensichtlich, sagte die Chefin des österreichischen Renommierbetriebs Hotel Hochschober, Karin Leeb, im STANDARD-Interview. „Im Sommer sind wir Zweit-, Dritt- oder Vierturlaubsdestination. Den großen Urlaub machen viele woanders.“

Die Aufenthaltsdauer geht indessen weiter zurück. Im Durchschnitt bleiben die Gäste nur noch 3,9 Tage in Österreich. (red) S. 19

HEUTE

AUA-Maschine entging Unglück Im Mai 2007 ist ein Airbus der AUA gefährlich nah an einem anderen Flieger vorbeigeschrammt. Seite 5

Tierschützer im Visier Laut Finanzbeamten wird dem Verein gegen Tierfabriken die Gemeinnützigkeit aberkannt. Seite 8, Kommentar Seite 32

Keine Elektroautos für Wien Statt auf umweltfreundliche Autos zu setzen, baut die Wien Energie das Erdgas-Tankstellennetz aus. Seite 10

Molterer verteidigt Deals Der Ex-Finanzminister weist alle Vorwürfe rund um die Spekulationsmillionen zurück. S. 18, Kommentar S. 32

Auftakt in Bayreuth Trotz Streikdrohung der Gewerkschaft ist Katharina Wagner, neue Ko-Chefin der Festspiele, optimistisch. Seite 25

STANDARDS

NetBusiness	12
Finanzen & Märkte	24
Veranstaltungen	27
Rätsel, Kino, Sudoku	28
Kommunikation	29
TV, Switchlist	30
Kolumne Hans Rauscher	31

WETTER

Es wird sonnig und heiß mit kräftigem Südföhn in einigen Tälern. Die Tageshöchsttemperaturen liegen zwischen 28 und 34 Grad. S. 27

Nachrichten in Echtzeit auf derStandard.at



Die Sonnenbrillen für die längste Finsternis



So-Fi-Experten wissen es: Um im Dunklen den Durchblick zu haben, muss man lustige Brillen tragen. In Nepals Hauptstadt Kathmandu ließ man Schulkinder daher schon am Dienstag trainieren, wie sie Mittwochmorgen die totale Sonnenfinsternis richtig beobachten sollen. Von der Westküste Indiens

über China bis zu den Pazifikinseln verschwand das Sonnenlicht. Am längsten weg war es auf dem zu den Marshallinseln zählende Eniwetok-Atoll im Pazifik. Sechs Minuten und 39 Sekunden blieb es dort finstern, was die längste totale Verdunkelung im 21. Jahrhundert bedeutet.

Foto: EPA/Narendra Shrestha

Streit um Verfahrensanwalt

Treuhänder Bartensteins - Grüne und BZÖ wollen Ablöse

Wien - Um den Verfahrensanwalt des Untersuchungsausschusses zur Spitzel- und Spionage-Affäre ist ein politischer Streit entbrannt. Der Grüne Peter Pilz und Ewald Stadler vom BZÖ verlangten am

Dienstag den Rückzug von Klaus Hoffmann, da dieser als Treuhänder für den von SPÖ, ÖVP und FPÖ bestellten U-Ausschussvorsitzenden Martin Bartenstein tätig ist. Bartenstein wurde wegen seiner eigenen Kontakte nach Kasachstan kritisiert - die familieneigene Lanacher Heilmittel GmbH macht dort Geschäfte. Pilz hielt es für „vernünftig“, wenn der ÖVP-Politiker den Vorsitz abgeben würde.

Bartenstein dagegen sieht „absolut kein Problem“, und sein Treuhänder sei „nichts Neues“, das Parlament sei seit 1995 davon informiert. Auch Anwalt Hoffmann sieht keinen Grund für einen Rücktritt. Er habe vor der konstituierenden Sitzung des Ausschusses seine Funktion für Bartenstein erklärt.

Stadler und Pilz machten am Dienstag auch einen Vorstoß zur Zusammenlegung der Geheimdienste, deren Aktivitäten vom Ausschuss geprüft werden sollen.

Verteidigungsminister Norbert Darabos (SP) lehnt dies aber ab. Eine Zusammenlegung würde keine Kosten sparen, aber die Effizienz mindern. (red) Seite 7 Kopf des Tages und Kommentar S. 32

Obama kritisiert Wall Street: Aus der Krise nichts gelernt

Washington - US-Präsident Barack Obama hat den Bankern an der New Yorker Wall Street die Leviten gelesen. Er fordert von den Bankern mehr Bescheidenheit. In einem Fernsehinterview zeigte er sich zudem besorgt, dass der „Kulturwandel“ am Finanzplatz noch nicht eingetreten ist. Banker zeigten keine Reue, daher sei auch eine Neuregulierung des Finanzmarktes unumgänglich. Die Reform des Finanzsystems solle einen Kulturwandel einläuten.

Obamas Kritik folgt auf eine der besten Börsenwochen dieses Jahres. US-Banken wie Goldman Sachs und JPMorgan Chase haben mit Milliarden Gewinnen überrascht. Doch Obama zeigte sich darüber „frustriert“; die Gewinne stammten insbesondere aus Spekulationen an den Finanzmärkten.

In der Bevölkerung ist Ernüchterung bezüglich Obama eingetreten. Vor allem die geplante Gesundheitsreform erweist sich als unpopulär.

In Kalifornien hat Gouverneur Arnold Schwarzenegger durch einen Budgetkompromiss den Staatsbankrott abgewendet. (red) Seite 3, Seite 17, Kommentar Seite 32

Totò unwürdige Erben

Nachdem voriges Jahr die *New York Times* eine schwere Gaunerwarnung für Rom ausgegeben hatte, widmen sich heuer Nippons Medien ausführlich dem Thema „bidone“ (Beschiss) in der unheiligen Stadt. Ausgelöst wurde die Indignation durch die Geschichte des japanischen Pärchens, dem im Restaurant „Passetto“ bei der Piazza Navona für ein Mittagmahl nicht nur - anhand der Speisekarte nicht im mindesten nachvollziehbare - 579,50 Euro verrechnet, sondern darüber hinaus 115,5 Euro unfreiwilliges Trinkgeld von der Kreditkarte abgezogen wurden.

gutra

Da haben sie etwas übertrieben, die edlen Römer - obwohl das Vorbild Totò unerreichbar ist, der einst einem Amerikaner den Trevi-Brunnen verkaufte. Im Film *Real* sind hingegen die Beschwerden von 2300 übers Haxl gehauten Rom-Touristen bei diversen Stellen allein in den ersten Julitagen, wie *La Repubblica* meldet. Angeblich berechnen bis zu 20 Prozent der Restaurants Fremden automatisch höhere Preise. Die beiden Japaner wandten sich übrigens an die Polizei: Nach einer Inspektion musste das elegante „Passetto“ kurzfristig zusperrt werden. Wegen schwerer Hygienemängel.

1/2 GRUNDENTGELT EIN A1 LEBEN LANG

NUR NOCH 10 TAGE



„Strukturkrise im Tourismus verstärkt sich“



Die Wirtschaftskrise mache Schwächen im Sommertourismus offenkundig. Umso wichtiger sei es, dass ein Betrieb auf begeisterte Mitarbeiter zurückgreifen könne, sagt die Chefin des Hotels Hochschober, Karin Leeb, auf Fragen von Günther Strobl.

STANDARD: Lange schien es, als wäre die Krise auf Urlaub. Österreichs Tourismus wurde vom Platzen der Dotcom-Blase und anderen Ereignissen kaum tangiert. Ändert sich das jetzt?

Leeb: Das ist Kaffeekudenserei. Die Österreich Werbung sagt, jetzt sei die Zeit des Inlandtourismus angebrochen und dass es schöne Zuwachsraten geben wird. Wir merken davon noch nichts. Was wir aber sehen, ist, dass es vieler zusätzlicher Aktivitäten bedarf, um das Niveau der Vorjahre zu halten.

STANDARD: Das Problem ist der Sommer, weniger der Winter?

Leeb: Wir müssen viel mehr in den

Sommer investieren. Der Winter ist noch immer ein Selbstläufer, da ist Österreich für viele Gäste Ersturlandsland. Im Sommer sind wir hingegen Zweit-, Dritt- oder Vierturlandsdestination. Den großen Urlaub machen viele woanders. Die Strukturkrise, die es im österreichischen Sommertourismus immer schon gegeben hat, wird von der Wirtschaftskrise verstärkt.

STANDARD: Manche behaupten, der klassische Haupturlaub ist in Krise?

Leeb: Ich gehöre nicht dazu. Je höher die Anforderungen in der Gesellschaft sind, desto mehr sind wir als Hoteliers gefragt. Wir bieten Urlaub von der Krise. Im Hochschober versuchen wir, Sachen vorwegzunehmen, von denen die Menschen noch gar nicht wissen, dass sie es brauchen könnten.

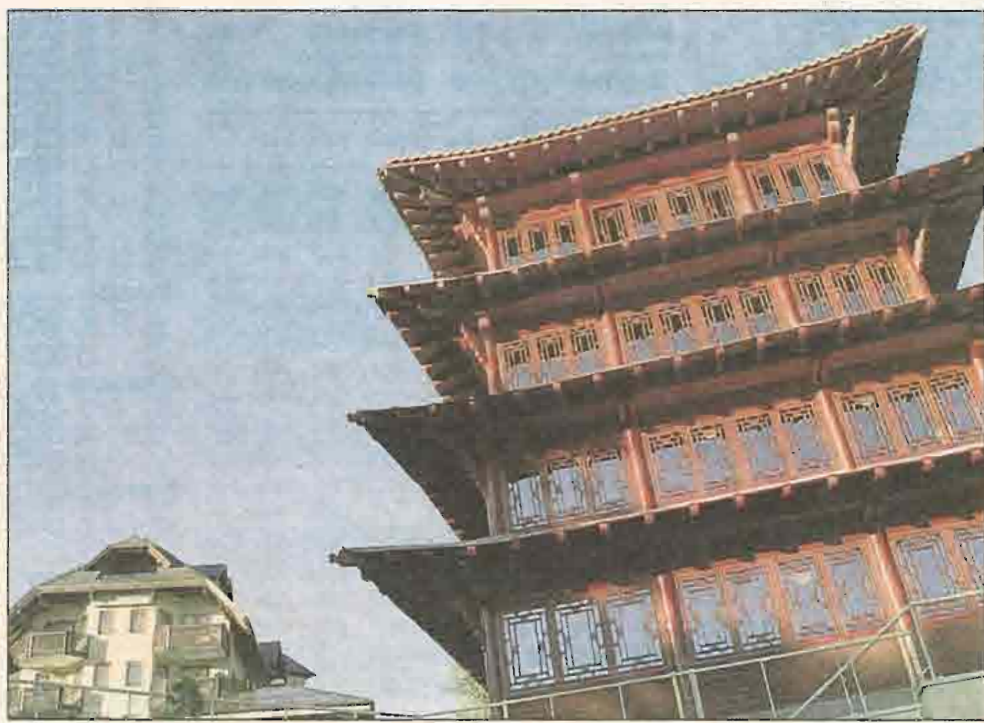
STANDARD: Das Hotel liegt in 1750 Meter Höhe – ein Refugium für Manager, die im Tal Produktionen zurückfahren, Werke schließen und sich zurückziehen möchten?

Leeb: Das wäre zu einfach gedacht. Ich bin aber überzeugt, dass wir die Krise meistern werden. Wir haben die Mitarbeiter ins Boot geholt, zeigen ihnen unsere Wertschätzung. Das kommt zurück und erlaubt uns, eine Art von Gastfreundschaft zu pflegen, die jetzt noch mehr verlangt wird.

STANDARD: In Zeiten, wo in vielen Betrieben Verzicht gepredigt wird, ist Unauffälligkeit gefragt?

Leeb: Das kann durchaus sein. Die Turracher Höhe und der Hochschober haben eine Tradition im Understatement. Erstens ist die Destination nicht klingend, zweitens ist auch das Haus subtiler im Luxus als viele andere Hotels. In Lech oder Kitzbühel möchte man zeigen, was man hat. Wie die Gäste tatsächlich entscheiden, wird man sehen.

STANDARD: Der Hochschober ist ein Leitbetrieb in Österreich. Was empfehlen Sie Ihren Kollegen, die angesichts der



Ein Chinturm auf 1750 Meter Seehöhe: Das Hotel Hochschober auf der Kärntner Seite der Turracher Höhe versteht es immer wieder, sich von der Konkurrenz abzuheben.

Fotos: Hochschober

Weniger Linienflüge und Pauschalreisen im Halbjahr gebucht

Wien – Die Wirtschaftskrise macht auch in der Luft nicht halt. Fluggesellschaften leiden schon seit Monaten unter sinkender Auslastung, Reisebüros sprechen von einem äußerst schleppendem Geschäft.

Nach vorliegenden Zahlen sind in Österreich im ersten Halbjahr 2009 um 9,3 Prozent weniger Linienflüge und um 6,6 Prozent weniger Pauschalreisen gebucht worden als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Das geht aus dem Austrian Air Traffic Index (AATIX) hervor. Der Index bildet die wirtschaftliche Entwicklung des österreichischen Reisebüromarktes ab. Dafür analysiert Amadeus Austria, Anbieter von Buchungsplattformen, die Linienflug- und Veranstalterbuchungen von 100 großen Reisebüros im Land.

Das Schlimmste dürfte aber überstanden sein, glaubt der Geschäftsführer von Amadeus Austria, Wilfried Kropp. Er verweist auf Juni: „Die Linienflugbuchungen lagen nur noch um 0,9 Prozent unter dem Vorjahresniveau, bei Pauschalreisen gab es ein Plus von 10,8 Prozent.“ (stro)

STANDARD: Der Hochschober ist ein Leitbetrieb in Österreich. Was empfehlen Sie Ihren Kollegen, die angesichts der

SCHWERPUNKT:
Weiter kein Urlaub von der Krise

STANDARD: Sie sind mit vielen Innovationen in den Sommer gestartet, von Alhornwanderun-

gen über Naturerlebnisse mit Five-Finger-Shoes bis zu Schatzkisten am Berg, in denen Ihre Gäste auf Wanderungen kalte Getränke finden. Wie erspüren Sie, was verlangt wird?

Leeb: Durch ständiges Hinterfragen, was gut ist und was besser gemacht werden kann, aber auch durch Beobachtung, was Kollegen von uns machen. Wir reisen in der Welt herum, schauen uns neue Entwicklungen an. Man kann auch aus anderen Branchen super Inputs holen. Und es sind auch die Mitarbeiter, die viel beitragen.

STANDARD: Wann haben Sie realisiert, dass es die Krise gibt?

Leeb: Ende Oktober 2008, auf einer Messe in London. Da wollten mein Mann und ich etwas erfahren über Design. Es wurde nur gejamert. Alle CEOs der großen Hotelketten wie Hilton, Intercontinental oder Starwood sind dort gesessen und haben Prognosen abgegeben – eine düsterer als die andere. Da haben wir begriffen, dass die Krise auch uns treffen wird.

STANDARD: Wie haben Sie reagiert?

Leeb: Ende 2008 haben wir überlegt, was wir im Sommer machen und wie wir die Mitarbeiter miteinander beziehen. Wir haben begonnen, auch die Kosten zu durchleuchten.

STANDARD: Sie sind mit vielen Innovationen in den Sommer gestartet, von Alhornwanderun-

gen über Naturerlebnisse mit Five-Finger-Shoes bis zu Schatzkisten am Berg, in denen Ihre Gäste auf Wanderungen kalte Getränke finden. Wie erspüren Sie, was verlangt wird?

Leeb: Durch ständiges Hinterfragen, was gut ist und was besser gemacht werden kann, aber auch durch Beobachtung, was Kollegen von uns machen. Wir reisen in der Welt herum, schauen uns neue Entwicklungen an. Man kann auch aus anderen Branchen super Inputs holen. Und es sind auch die Mitarbeiter, die viel beitragen.

STANDARD: Wie viel Prozent ist dabei Intuition, wie viel Transpiration?

Leeb: Rund 40 Prozent ist die Idee, etwa 60 Prozent die Umsetzung. Die Widerstände, die es zu überwinden gilt, sind oft enorm.

ZUR PERSON:

Karin Leeb (39) ist Anfang 2003 in den elterlichen Betrieb Hotel Hochschober (180 Betten, 100 Mitarbeiter) auf der Turracher Höhe eingetreten, sie ist geschäftsführende Gesellschafterin. Zuletzt war die verheiratete Mutter zweier Kinder bei Ringhotels Deutschland tätig.

An der Spitze des Eisbergs

Harte Geschäfte mit Eiswürfeln vom Fließband

Verena Kainrath

Wien – Die perfekten Eiswürfel sind Kegel. Kristallklar und ohne Sauerstoffeinschlüsse sind sie, in einem Glas fast unsichtbar. Sie verklumpen nicht, dank gehärteter Oberfläche, kühlen rasch und schmelzen langsam. Für Hermann Steckerl ist gefrorenes Wasser alles andere als banal – so ein Eiswürfel herzustellen sei schwieriger, als es vielleicht aussehe, sagt er, noch dazu äußerst teuer, vor allem sein Transport.

Steckerl versetzt manch Eiswürfelhersteller in Schockstarre. Unter seiner Führung spannt die deutsche Crio Ice seit 2008 ein Netz an Eistruhen über Österreich. Tankstellen, Großhändler, Eventbetreiber lagern in ihnen gefrorenes Wasser aus dem Schwarzwald, portioniert in Würfeln, Hohlkugeln, gerusst und in trockenen Scherben.

Als die Brüder Schweitzer 2003 mit ihrem Plan antraten, den Deutschen abgepackte Eiswürfel zu verkaufen, die sich ohne viel Aufwand auch im eigenen Gefrierfach fabrizieren lassen, glaubten viele an einen Sonnenstich. Mittlerweile produzieren die beiden unter der Marke Icefrocks in Birkenfeld 160 Tonnen Gefrorenes am Tag und beliefern Lebensmittelriesen wie Edeka und Rewe ebenso wie Tankstellen- und Gastronomieketten. Gut zehn Mio. Euro setzt der Betrieb um und tritt nun zur europaweiten Expansion an. Erste Station neben Italien und der Schweiz ist Österreich.

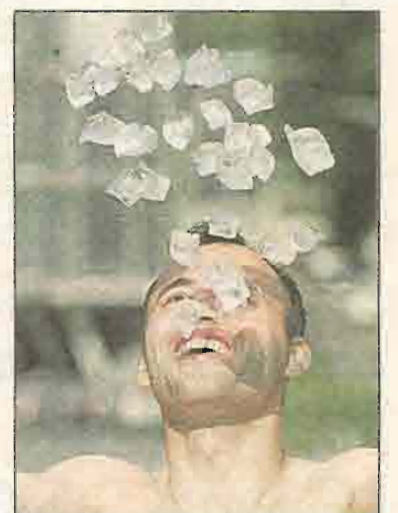
„Wir kratzen an der Spitze eines Eisbergs“, sagt Steckerl und erzählt von einer Verdreifachung des Umsatzes in Österreich seit Jänner. An die 400 Vertriebspartner habe man mittlerweile gewonnen und Events wie den Life Ball abgekühlt. Die beiden Lagerstätten sollen um weitere ergänzt werden, auf jeden Fall werde hier mittelfristig eine eigene Produktion entstehen. „Unser Ziel sind Eiswürfel made in Austria.“

Die gibt es freilich bereits, wenngleich in zartem Ausmaß, und der Vormarsch von Icefrocks wird vie-

le von ihnen vollends zum Schmelzen bringen. Einer namens Iceage gab bereits auf – er ist Geschichte, seit er im Rennen um die Tankstellen das Nachsehen hatte.

Peter Dostal will sich nicht ohne weiteres geschlagen geben, auch wenn er schon einiges Geschäft an die Deutschen verlor. Dass ein Eiswürfel den Wiener Walzer tanze, sei Larifari, sagt er. Eis sei Eis, und aus. Dostal zählt mit dem Zustelldienst Eiswürfel.cc zu den Pionieren der Branche. Er versorgt private Partys wie Gastronomen und macht ihnen farbige Würfel schmackhaft. Auch koschere hat er im Programm. Wer hier überleben wolle, müsse halt gehörig strampeln, resümiert er.

Andere betreiben das eisige Geschäft nebenbei. Alexander Lovrek etwa, er kombiniert Cocktail-Catering mit einer südamerikanischen Tanzgruppe – und Eiswürfeln. Der Markt für gefrorenes Wasser allein gebe in Österreich zu wenig her, erklärt er. Und ob der Würfel nun ein Zylinder sei oder hohl, das lasse 99 Prozent der Kunden völlig kalt. Icefrocks sieht sich für Temperaturen jenseits der 30 Grad auf jeden Fall gerüstet: Seit April wird Wasser im Dreischichtbetrieb tiefgefroren.



Mit gefrorenem Wasser lässt sich durchaus Geld verdienen. Foto: APA

Herbe Umsatzeinbußen in Hotellerie

Rückgang um 7,5 Prozent bis Saisonschluss erwartet – ÖHV fordert Werbemillionen

Wien – Die Sommersaison im österreichischen Tourismus läuft schlechter als Anfang des Jahres gedacht, die Wirtschaftskrise dürfte in den Bilanzen vieler Hotelbetriebe rote Spuren hinterlassen. „Viele versuchen nun, ihre Felle über die Auslastung zu retten und gehen mit den Preisen zurück“, sagte der Chef der Österreichischen Hoteliervereinigung (ÖHV), Sepp Schellhorn, dem STANDARD. „Das ist Panik, keine Problemlösung.“

Wie eng Konjunktur und Tourismus miteinander verzahnt sind, zeigt ein simples Beispiel: Jeder Prozentpunkt Wirtschaftswachstum bedeutet 1,25 Prozentpunkte Zuwachs im Tourismus. Doch jeder Prozentpunkt Rückgang der Wirtschaftsleistung – gemessen am Bruttoinlandsprodukt (BIP) – wird von Wirtschaftsforschern mit einem Faktor von 1,5 auf den Tourismus umgelegt.

„Die Einnahmen im Tourismus gehen heuer voraussichtlich um 7,5 Prozent zurück – wenn wir Glück haben, wird es weniger, wenn wir Pech haben, wird es mehr“, sagte der Bundesobmann des Fachverbands Hotellerie in der

Wirtschaftskammer Österreich, Klaus Ennemoser, in einer Pressekonferenz am Dienstag.

Die Wintersaison sei, was die Nächtigungen betrifft, noch gut gelaufen, der Sommer nicht mehr: „Für diese Sommersaison rechnen wir mit einem Rückgang von fünf Prozent – da geht die Welt nicht unter; wir haben das Niveau von 2007 erreicht“, beschwichtigt der Branchenexperte. Als „die großen Verlierer“ nannte Ennemoser die gehobene Hotellerie, die Stadthotellerie sowie Beherbergungsbetriebe, die auf Tagungen, Kongresse und Messen spezialisiert sind.

Aufenthaltsdauer sinkt weiter

International seien die Rückgänge zum Teil wesentlich dramatischer: Die Länder im Mittleren Osten oder in Osteuropa, die zuletzt Boomphasen durchlebten, seien heuer mit Einbrüchen bei der Auslastung von 20 Prozent und Preisrückgängen von bis zu 30 Prozent konfrontiert.

„Wir müssen aber nicht nur von der Auslastung, sondern auch vom Preis reden“, räumte Ennemoser ein. In Zeiten, in denen das Angebot steige und die Nachfrage sinke,

komme es natürlich zu Änderungen an der Preisfront. Doch die „Dynamisierung der Preispolitik“ habe schon seit längerem eingesetzt. „Es gibt eventuell bald kaum mehr gedruckte Preislisten, sondern nur noch Tagespreise im Internet“, glaubt Ennemoser.

Zudem sei es zu einer „Italienisierung des Buchungsverhaltens“ gekommen. „Die italienische Großfamilie bucht am Tag vor der Ankunft vier Zimmer über das Internet – das ist jetzt in fast allen Ländern so“, sagte Ennemoser. Erschwerend kommt hinzu, dass sich sowohl Nebeneinnahmen als auch Aufenthaltsdauer aller Voraussicht nach weiter verringern werden. Derzeit liegt die durchschnittliche Verweildauer bereits nur noch bei 3,9 Tagen je Gast.

ÖHV-Präsident Schellhorn plädiert für zusätzliche Werbemillionen. Während die Schweiz mit rund 40 Mio. Nächtigungen ein Werbebudget von 67 Mio. Euro habe, stünden der Österreich Werbung bei rund 110 Mio. Übernachtungen im Land nur 58 Mio. Euro zur Verfügung. Schellhorn: „Das ist eine Diskrepanz, die unverstärkt ist.“ (stro, APA)