

SHORT

AK klagt Meinel Bank und Meinel Success

Wien. Die AK hat am Montag wie erwartet zwei Klagen gegen die Meinel Bank und Meinel Success eingebracht. Eine Schadenersatzklage gegen die Meinel Bank wird gerade geprüft. „Die Berater haben alles schön geredet, aber auf das Risiko wurde nirgends hingewiesen“, so AK-Direktor Werner Muhm. Bei den Arbeiterkammern haben sich rund 650 Konsumenten gemeldet. Die AK führt für einen Anleger ein Musterverfahren gegen die Meinel Success.

Strabag kauft italienische Adanti



Strabag rundet mit Adanti sein Know-how im Tunnelbau ab.

Wien. Der Baukonzern Strabag hat die in Bologna ansässige Baufirma Adanti SpA zur Gänze erworben. Verkäufer des Unternehmens mit einem Jahresumsatz von 160 Mio. € ist die S.E.C.I., Holding des Konzerns Maccaferri. Adanti soll mittelfristig als ein führendes Bauunternehmen am italienischen Markt positioniert werden. Über den Kaufpreis wurden keine Angaben gemacht. (APA)

Post übernimmt Scanpoint zur Gänze

Wien. Nachdem im Jänner 07 die Post AG 51% des Unternehmens Scanpoint Europe Holding übernommen hat, erfolgte nun – wirtschaftlich rückwirkend mit 1.1.08 – die Übernahme der restlichen 49%. Das Kerngeschäft der Scanpoint-Gruppe ist die datenschutzgerechte Digitalisierung von Dokumenten und die Zulieferung geschäftsrelevanter Informationen in den hausinternen Workflow des Kunden.

OeNB: Klaus Liebscher warnt vor Preisspirale



Liebscher: Warnung vor Teuerungsausgleich über Einmalzahlungen.

Wien. Der Gouverneur der Oesterreichischen Nationalbank (OeNB), Klaus Liebscher, warnt die Regierung vor wirtschaftspolitischen Schnellschüssen in Sachen Teuerungsausgleich. „Die Abgeltung der Inflation über höhere Löhne oder Einmalzahlungen der öffentlichen Hand geht mit der Gefahr einher, dass diese Maßnahmen in einer Preisspirale, steigenden Budgetdefiziten, höheren Steuern und letztlich sinkender Wettbewerbsfähigkeit enden“, so Liebscher am Montag in einer Aussendung.

Mega-Business Für Medien, Handel und Werbung in den USA ist das Football-Finale der Event des Jahres

Super Bowl 2008: Seid umschlungen, Millionen!

Auch heimische Unternehmen sollen künftig an der Super Bowl-Hysterie mitnaschen, plant die AWO.

JAN WEINRICH

Phoenix. Das Megaspktakel Super Bowl XLII ist Geschichte: Knapp 100 Mio. US-Bürger – im Vorjahr zählte CBS 93,18 Mio. Seher – saßen am Sonntagabend vor den Fernsehern und verfolgten den Showdown im Wilden Westen. Der Underdog – die New York Giants – bezwang die New England Patriots in letzter Minute mit 17 zu 14.

Abgesehen vom sportlichen Aspekt entpuppte sich der Super Bowl auch 2008 zum Megaevent für Medien, Handel und Werbung.

Rund 15.000 t Kartoffelchips, 1,2 Mio. Chicken Wings und etwa 384 Mio. Flaschen Bier stellten die US-Unternehmen in diesem Jahr bereit, um hungrige und durstige Zuschauer zufriedenzustellen. Und der Konsument honoriert diese Vorbereitungen: Laut ACNielsen verzeichneten die 73 beliebtesten Speise- und Getränkearten in der Woche vor dem Vorjahresfinale ein kumuliertes Absatzplus von 261 Mio. USD (176 Mio. €) gegenüber einer normalen Woche.

2,7 Mio. USD in 30 Sekunden

Auch für die Werbeindustrie und den diesjährigen Exklusivsender Fox hatte der Super Bowl höchste Priorität. Traditionellerweise heben sich die Werber ihre kreativsten Spots gerade für diesen Abend auf und zahlen die höchsten Werbein-schaltungskosten des Jahres: Fox verlangte für einen 30 Sekunden Werbeslot die Rekordsumme von 2,7 Mio. USD (1,8 Mio. €) und generierte in Summe rund 275 Mio. USD (185 Mio. €) an Werbespendings an einem einzigen Tag. Ein großer Teil davon stammte heuer von Budweiser-Brauer Anheuser-Busch: Insgesamt hat der Bierbrauer für 16



Touchdown für die Wirtschaft: Der Super Bowl lässt Millionen USD in den Handel, die Medien und die Elektroindustrie fließen.

Mio. USD (10,8 Mio. €) Werbeminuten geschaltet. Dass diese Werbemillionen gut investiertes Geld sind, belegt eine aktuelle Studie der Retail Advertising & Marketing Association: 36,3% der Zuseher schauen den Super Bowl in erster Linie um die Werbespots zu sehen.

Und nicht zuletzt profitiert auch die Elektronikindustrie vom Mega-Business Super Bowl: Die amerikanische NPD Group ermittelte, dass die Zahl der HDTV-Käufe in den Wochen vor der letztjährigen Veranstaltung um 33% anstieg.

AWO-Offensive

Ange-sichts der astronomischen Absatzzahlen des Super Bowls wünscht man sich bei der Aussen-

wirtschaft Österreich verständlicherweise, dass die amerikanischen Football-Fans künftig auch zu Mannerschnitten, Zotterschokoladen oder Ottakringer Bier greifen.

Um das auch in eine realistischere Nähe zu rücken, plant die AWO im Mai 2008 einen „Touchdown“ österreichischer Spezialitätenhersteller in New York: Präsentationen heimischer Lebensmittel, österreichische Lebensmittelwochen in einer New Yorker Supermarktkette sowie begleitende PR- und Medienkampagnen sollen dem amerikanischen Konsumenten Lust auf „Made in Austria“ machen.

Insgesamt beteiligen sich 40 heimische Hersteller, die WKO, das Lebensmittelministerium, die AMA und das Österreichische Weinmarketing an

dieser Infooffensive. Das Ziel der Aktivitäten ist klar: Heimische Produkte verstärkt auf den US-Markt für Lebensmittel & Getränke – mit einem Umsatzvolumen von über 1.000 Mrd. USD (675 Mrd. €) der größte der Welt – zu bringen.

Super Bowl-Indikator

Abseits von Absatzzuwachsen und Exportgelüsten weckt der diesjährige Super Bowl neue Hoffnung in der gebeutelten Finanzwelt: Der sogenannte Superbowl Indikator besagt nämlich, das es immer dann an den US-Aktienmärkten aufwärts geht, wenn das Team der National Football Conference siegreich ist. Und die New York Giants spielen in der National Football Conference.

Führungskraft 15. GC Führungssymposium, 10./11.4.08 Symposium zu „guter Führung“

Ludwigsburg/Spillern. „Führungskraft“ steht im Mittelpunkt des 15. Führungssymposiums, zu dem GC Graphic Consult am 10. und 11. April 2008 ins historische Reithaus in Ludwigsburg einlädt. Als Teilnehmer werden ca. 150 Top-Führungskräfte der Grafischen Industrie erwartet. Namhafte Referenten, Unternehmer und Experten beleuchten unterschiedliche Facetten guter Führung: u.a. Stefan Aumüller, Gesch. Ges. Auer Druck, Edgar

K. Geffroy, seit 2007 in der German Speakers Hall of Fame, Rudolf Lisibach, Vors. d. Geschäftsleitung Ringier Print Zofingen, Rüdiger Nehberg (er steht für unkonventionelle Wege und Veränderungen des Blickwinkels), Christine Wegerich, FH Technik und Wirtschaft in Berlin. Im Rahmen des Symposiums wird zum elften Mal der „GC Management Award“ für hervorragende Unternehmensführung vergeben. Infos: www.GC-online.at



Sie referieren über „Führungskraft“: Edgar K. Geffroy (li.) und Rüdiger Nehberg.



Ecoplus Auszeichnung für niederösterreich. Exportbetriebe Neuland Awards in Wien vergeben

Wien. Niederösterreichs Unternehmen haben 2007 Waren und Dienstleistungen im Wert von 24 Mrd. € exportiert. Die herausragenden KMUs wurden Mittwochabend mit dem jüngst geschaffenen „Neuland-Award“ prämiert. In der Kategorie „Markterweiterung und Standortsicherung“ ging Platz eins an Polytechnik, Weissenbach, vor CE Services, Wolkersdorf, und Styx Naturkosmetik. Die Kategorie „Innovator“ entschied Thonhauser, Perchtoldsdorf, für sich, vor der Eurofox Vertriebs GmbH, Wr. Neustadt, und – wieder – Styx Naturkosmetik. Als „Newcomer“ ausgezeichnet wurden Mischtechnik Hoffmann und Partner, St. Andrä Wördern, die Kirschenhofer Holding (für „Generic“), Krems, und entfuechter.at, Mittelberg.

Newcomer Award für Generic

Generic, die Zweirad-Marke der Kirschenhofer-Holding (Platz zwei in „Newcomer“) ist ein Komplettanbieter vom Roller bis zum Motorrad (Umsatz 07/08: 48 Mio. €, 110 Mitarbeiter) und exportiert in 33 Länder. Die Erfolgsgeschichte der Marke

Generic begann 2005 mit der Motorfachmesse „Intermot“ in München, wo man im Look der Salzburger Designschmiede Kiska und mit neuem Werbeauftritt für Aufsehen sorgte. Mit neuem Motoren- und Rahmenkonzept und den neuen Modellen Soho, Roc und Zion will man den Absatz heuer auf 75.000 verkaufte Einheiten steigern. Gleichzeitig soll der Vertrieb in neue Märkte in Mittel- und Südamerika, Asien und die USA ausgeweitet werden.



Das Generic Geschäftsführer-Duo Michael und Christian Kirschenhofer (v.li.).