Wirtschaft

Notiz Block

Arbeitszeiten mit mehr Flexibilität

Die Sozialpartner haben sich auf flexiblere Arbeitszeiten geeinigt. Demnach können die Kollektivvertragsverhandler künftig eine höhere Maximalarbeitszeit von bis zu zwölf Stunden täglich und 60 Stunden in der Woche vereinbaren. Allerdings muss es nach acht Wochen Ausnützung der Höchstarbeitszeit eine Pause von zwei Wochen geben, in denen die Normalarbeitszeit nicht überschritten werden darf. Die Kollektivvertragspartner werden auch ermächtigt, die Normalarbeitszeit auf bis zu zehn Stunden täglich anzuheben. Weiterer Kernpunkt der Einigung sind gesetzliche Mehrarbeitszuschläge für Teilzeitbeschäftigte. Teilzeitkräfte, die Mehrarbeit leisten, haben künftig unter bestimmten Voraussetzungen einen Anspruch auf einen gesetzlichen Mehrarbeitszuschlag von 25 Prozent.

Tourismus verliert seit Jahren

Der österreichische Tourismus verliert seit über zehn Jahren Marktanteile, im Durchschnitt 0,2 Prozent pro Jahr. Da der Großteil der Österreich-Urlauber aus Ländern mit langsamem Wachstum kommt, sollten neue Märkte erschlossen werden, sagte der Wirtschaftsforscher Egon Smeral beim Tourismustag im Salzburger Werfenweng. 56 Prozent der Urlauber aus dem Ausland kommen aus Deutschland, das über eine sehr langsam wachsende Wirtschaft verfügt. Würde der Nächtigungsanteil der Gäste aus den Bric-Ländern (Brasilien, Russland, Indien und China) statt bei einem bei fünf Prozent liegen, ergäbe dies allein eine Wachstumsrate von einem halben Prozentpunkt. Bei gleich bleibender Gästestruktur würde die Zahl der Nächtigungen von gegenwärtig 119 Mio. nur auf 125 Mio. im Jahr 2015 steigen. Die Tourismuspolitik müsse sich daher noch mehr dem Kultur- und Städtetourismus, dem Wintersport und dem Bereich Wellness widmen. Dazu seien eine Ganzjahresorientierung, weitere Internationalisierung sowie eine Destinationsbildung nötig. Auch sollen die Vertriebskanäle im Internet optimiert werden.

Mahnungen im UN-Klimabericht

Der weltweite Treibhausgasausstoß muss bis spätestens 2015 stabilisiert werden, um die schlimmsten Folgen des Klimawandels noch abzuwenden. Das geht aus dem dritten Teil des UN-Klimaberichts hervor. Die Kosten für eine Eindämmung des Klimawandels halten sich demnach in Grenzen. Wenn die Erderwärmung im beherrschbaren Bereich von 2,0 bis 2,4 Grad Celsius bleiben soll, koste dies im Jahr weniger als 0,12 Prozent des weltweiten Bruttoinlandsprodukts, heißt es in dem Bericht. Die Autoren halten es sogar für möglich, dass der Einsatz klimaschützender Technologien das Wirtschaftswachstum leicht beschleunigt. Um den Temperaturanstieg zu begrenzen, muss der Treibhausgasausstoß drastisch reduziert werden. Spätestens in acht Jahren dürfen die Emissionen nicht weiter ansteigen, mahnen die Forscher. Bis 2050 müsse der Kohlendioxid-Ausstoß um 50 bis 85 Prozent gesenkt werden.

Bausparen ist wieder gefragt

Die Wohnbaufinanzierung über den „Bausparer“ ist angesichts der steigenden Zinsen hierzulande wieder gefragt. Die Finanzierungsleistung der heimischen Bausparkassen erhöhte sich 2006 auf drei Mrd. Euro, nach 2,7 Mrd. Euro im Jahr 2005. Die Gesamtausleihungen beliefen sich auf 14,5 Mrd. Euro (2005: 14 Euro). Bei den neuen Bausparverträgen wurden mit rund 873.900 allerdings weniger abgeschlossen als im Jahr davor. (943.100). *APA*

Fortsetzung von Seite 13

Für Genießer prickelnder Spezialitäten ist interessant zu wissen, dass Diageo auch Moët & Chandon und Dom Pérignon vermarktet. Ebenso ressortieren Hennessy Cognac (Vertrieb) und Gordon’s Gin zu Diageo wie auch eine Reihe von schottischen Classic Malts wie Talisker, Caol Ila, Lagavulin oder Glenkinchie.

Trinken mit Leidenschaft

Diageo-Chef Paul Walsh tut seinen Aktionären eine lustige Firmenphilosophie kund: „Leidenschaft, Integrität und Durst nach einer herausragenden kommerziellen Performance“ sei der Leitgedanke des Konzerns. 2006 erzielte dieser einen Umsatz von umgerechnet 10,5 Mrd. Euro bei einer satten operativen Marge von rund 22 Prozent. Das Getränke-Business leidet also nicht gerade unter Katererscheinungen. Hauptumsatzbringer von Diageo ist übrigens mit über 40 Prozent Scotch Whisky, gefolgt von Wodka, Rum und Tequila.

Gleich hinter den Briten liegt der französische Konzern Pernod Ricard, hervorgegangen in den 70er Jahren aus den beiden gleichnamigen Pastis-Herstellern. Was danach folgte, war exzessive Akquisitionspolitik: Pernod Ricard übernahm Irish Distillers, die Dach-Holding der irischen Whisky-Brennereien, dann Teile der damaligen kanadischen Spirituosenfirma Seagram und vor knapp zwei Jahren den Alkoholriesen Allied Domecq. Was sich bei Pernod Ricard versammelt, hat wirklich Klang: Die US-Whiskeys Wild Turkey und Four Roses, die populäre Tequila-Marke Olmeca, die mexikanischen Kaffeeliköre Kahlúa und Tía Maria, Martell-Cognac und Whiskys wie Glenlivet, Scapa, Tormore (Schottland) oder Jameson (Irland). Die Kasse klingelt auch durch den weltweiten Vertrieb (außer in den Ursprungsländern) der russischen Wodkas Stolichnaya und Moskovskaja und des kubanischen Rums Havana Club. Die italienische Marke Ramazzotti und den tschechischen Kräuterlikör Becherovka hat sich Pernod Ricard ebenso unter den Nagel gerissen, dazu den unter Feinspitzen berühmten armenischen Eriwan-Cognac. Und seit der Aufhebung des Absinthverbots in der EU vor einigen Jahren wird auch dieser Heavy Drink wieder unter das schluckfreudige Volk gebracht. Das börsenotierte Unternehmen Pernod Ricard setzte 2006 rund sechs Mrd. Euro um. Dass seine Drinks gern serviert werden, zeigte sich in einem 68-prozentigen Umsatzplus im Vergleich zum Jahr 2005.

Pernod Ricard hat zwar mit der Übernahme von Allied Domecq den nächstgrößeren Konkurrenten aus dem Weg geräumt, Teile der Marken aber an den Lifestyle-Mischkonzern Fortune Brands abgeben müssen. Das bunte Unternehmen aus Illinois (USA), das neben geistigen Getränken auch Haushaltswaren, Möbel und Einrichtung, Badezimmerarmaturen sowie Golfausstattung im Programm hat, vermarktet den schottischen Laphroaig-Whisky, Jim Beam-Bourbon, Sauza-Tequila, Canadian Club und Courvoisier-Cognac. Fortune Brands macht im Spirituosengeschäft rund zwei Mrd. Euro Umsatz und süffige Gewinne, verkündete Konzernchef Norm Wesley im letzten Aktionärsbrief. Anstoßen auf gute Erträge kann auch der Konzern Brown Forman aus Louisville, Kentucky (USA). Das Unternehmen, das den Grundstein für sein Geschäft wie schon Seagram in der US-Prohibitionszeit der 1920er Jahre gelegt hat, ist mit einem Umsatz von 1,8 Mrd. Euro zurzeit der weltweit viertgrößte Spirituosenanbieter. Die Bar ist gut bestückt: Bei Brown Forman hebt man die Gläser mit Marken wie Jack Daniels und Canadian Mist, Finlandia Vodka, Southern Comfort (mit dem sich seinerzeit Janis Joplin bevorzugt Magen und Hirn zuschüttete), Appleton Jamaica Rum, diverse Tequilas und Nobelweine. Dazu kommt eine Kooperation mit Bacardi.

Neben diesen Platzhirschen des feinen Trankes gibt es einige kleinere Player, die ihre Marken wacker hochhalten. Dass ein Rausch auch nobler Luxus sein kann, versucht etwa der Markenkonzern Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMH) zu beweisen. Dort wird einem mit gleichnamigem Luxus-Champagner und Cognac eingeschenkt. Und schließlich Bacardi, Ende der 50er Jahre aus Kuba vertrieben: Das Unternehmen sitzt heute auf den Bermudas und destilliert neben klassischem Bacardi-Rum den Gin Bombay Sapphire, die Tequila-Marke Cazadores oder den französischen Grey-Goose-Wodka. Auch der italienische Martini gehört zur Bacardi-Gruppe.

Die Liste ließe sich noch lange fortsetzen: Von Rémy Cointreau (Bols, Macallan, V.S.O.P.) bis zu Stroh-Rum (Jagatee, Punsch) spannt sich ein weites Feld, auf das wir jetzt erst einmal anstoßen. Prost!

Zahlenspiel

Ein Morgen ohne Kaffee – unvorstellbar. Waschen, Duschen, Zähneputzen, ganz selbstverständlich drehen wir den Wasserhahn auf und können sofort den Durst und all unsere hygienischen Bedürfnisse stillen. Die Wiener Wasserwerke haben den täglichen Wasserbrauch der Einwohner der österreichischen Hauptstadt auf die einzelnen Tätigkeiten hochgerechnet. Das Ergebnis: Im Schnitt verbraucht der Wiener etwa 150 Liter Wasser täglich. Das meiste davon – 48 Liter – wird für das Wegspülen der Exkremente verwendet. Nach dem ausgiebigen Morgentoilettengang heißt es natürlich Duschen oder zumindest Händewaschen (43 Liter). Rückstände in der Ober- und Unterbekleidung werden dann in der Waschmaschine weggeschwemmt (18 Liter), das Kaffeehäferl landet im Geschirrspüler – dafür werden sechs Liter eingerechnet. Am wenigsten Wasser hingegen geht für die leiblichen Genüsse, also für Trinken und Kochen, auf (drei Liter). *ask*