

SALZBURG/TIROL Mini-Agentur aus Mittersill kommt immer mehr ins große Veranstaltergeschäft

EPA/Langsdon, Wildbild



Seit Langem wirbt Tirol um die **Tour de France** - auf einmal stehen in Paris alle Türen offen. Ein Organisations-Exzentriker aus Salzburg macht's möglich

Event-Rebell Weiss greift nach der Tour de France

Wolfgang Weiss, Organisator der Rad-WM 2006 und der EURO-Fanzone in Salzburg, will als Nächstes die Tour de France an Land ziehen. 2013 dürfte es ihm gelingen.

Mittersill/Innsbruck. Wolfgang Weiss, Chef der Zwei-Mann-Agentur Future Events in Mittersill, will 2013 die Tour de France nach Tirol bringen. Nach der Mountainbike-Weltmeisterschaft 2002 in Kaprun und der Straßen-WM vor drei Jahren in der Stadt Salzburg wäre es der dritte Radsport-Coup des 42-jährigen Organisationsprofis. „Tour-Direktor Christian Prudhomme ist dem Projekt extrem zugetan. Wir sind enge Freunde“, sagt Weiss.

Der einzige Österreicher im Elitezirkel „Le Club de Tour de France“ pusht Innsbruck als Tour-Startort gegen 200 andere Bewerberstädte aus der halben Welt. Bis 2012 sind die Prologe bereits vergeben (etwa nächstes Jahr an Rotterdam). „Die Tour de France ist eine ganz heiße Kiste. Dank der Kontakte von Wolfgang Weiss hat uns die Tourleitung im nächsten Jahr erstmals zur Präsentation nach Paris eingeladen“, bestätigt der Chef der Tirol Werbung, Josef Margreiter, dem WirtschaftsBlatt.

Millionen-Projekt

Die Tirol-Werbung strampelt sich seit Jahren um das mit Abstand größte Radspektakel der Welt ab. Auf den kleineren Giro d'Italia ist man abonniert. „Radsport steht in vielen unserer Zielmärkte für

naturnahe Freizeiterlebnis, also perfekt für uns“, meint Margreiter. Das Doping-Thema verschwinde daneben als Randnotiz. Weiss, der's für

„Für das Geld meiner Kunden lege ich mich mit jedem Lieferanten an“

Wolfgang Weiss
Future Events-Chef

Weiss. Der 42-jährige gelernte Hotel- und Reisebüro-Manager ist das, was man einen hemdsärmeligen Macher nennt. Für seine Ziele schont



der frühere Langläufer nichts und niemanden. „Für das Geld meiner Kunden lege ich mich mit jedem Lieferanten an. Bevor die zu kalkulieren beginnen, habe ich längst recherchiert, was die Leistung ehrlich kosten darf“, sagt

Weiss, der sich auch als Chef der EURO-Fanzone in Salzburg einen Namen gemacht hat. Es war die einzige der vier Zonen ohne Finanzproblem. Sein Jahreshonorar: 120.000 €. „Das reicht mir.“

Übernachtung im Auto

Auf der Sponsorsuche für die Rad-WM 2006 in Salzburg hat der Sparmeister in Mailand in seinem Kleinwagen übernachtet. In der Früh schloss er mit der „Gazzetta dello Sport“ einen Millionenvertrag ab. Weiss kassiert weder Provisionen noch zahlt er welche. „Das macht sonst keiner in der Branche“ meint der Event-Rebell. Einziger Fix-Mitarbeiter ist Agentur-Partner Martin Roseneder. Er erledigt die PR.

MICHAEL J. MAYR
michael.mayr@wirtschaftsblatt.at

IN KÜRZE

Gewinnung von Heilsalz startet

Speltenbach. In der Oststeiermark wurde eine Anlage zur Gewinnung von Heilsalz in Betrieb genommen. 300 Kilogramm Heilsalz für den Apotheken- und Direktvertrieb sollen täglich hergestellt werden. Betreiber ist die BGM-Tochter Speltenbacher Thermalwasser GmbH, die das Bohrloch bzw. die Wasserrechte dafür von der Gemeinde gepachtet hat. Insgesamt 1,3 Millionen € wurden in zwei Vakuumverdampfungsanlagen sowie ein Betriebsgebäude investiert. (apa)

Fressnapf setzt auf Welpenschule

Salzburg. Der Tierfutter- und -zubehöranbieter Fressnapf Österreich schickt Hund & Herrl in die Schule: ab Oktober bieten 44 Hundevereine die Fressnapf-

Welpenschulkurse an, Ende 2010 sollen es 70 sein. Für heuer rechnet Chefin Heidi Obermeier mit der Teilnahme von 1000 Welpen. (ris)

Unterinntalbahn: Trasse ist jetzt fix

Innsbruck. Der Verlauf der Unterinntaltrasse zwischen Schafstau und Kundl steht nun fest. Das Trassenfindungsverfahren wurde am Freitag abgeschlossen. Noch ausständig war allerdings die Umweltverträglichkeitsprüfung für diesen Abschnitt. 2012 soll der erste Ausbauschnitt der neuen, insgesamt 40 Kilometer langen Unterinntalbahn, die Teil der nördlichen Zulauftrecke zum Brenner-Basistunnel ist, in Betrieb gehen, teilte die Brenner Eisenbahn GmbH (BEG) mit. Die Weiterführung der nun fixierten Neubautrasse in Richtung Deutschland befindet sich derzeit in Verhandlung. (apa)

WIEN Softwareunternehmen agiert als crossmediale Brücke

Take Off will im Ausland mit Interaktion abheben

Wien. In Zeiten der Krise suchen Unternehmen nach neuen Werbeformen. Für die Take Off Informationstechnik liegt die Zukunft in der interaktiven Werbung. Das junge Wiener Software-Unternehmen bietet seinen Kunden Interaktion mit bestimmten Zielgruppen. Verpackt ist diese für den Konsumenten in einer Spaßplattform, wo man sich darstellen kann, gewinnen kann und mit Freunden Lustiges erleben wird.

Im Mobile Entertainment-Bereich hat das Unternehmen eine flexible Video-Service-Plattform aufgebaut. „Jeder spricht von interaktivem Fernsehen, wir haben eine fertige Lösung, die eine Brücke zwischen den unterschiedlichen

Medien darstellt“, so der Geschäftsführer von Take Off, Jürgen Gutmayer.

Für Unternehmen bedeutet dies eine neue Art der Werbung und die Möglichkeit, eine ganz bestimmte Zielgruppe anzusprechen und sie mit einzubeziehen. „Wir machen jede Kampagne interaktiv und crossmedial. Wir integrieren die nötige Technik auf jede Website. Aufsetzen der Kampagne, Betrieb, Wartung, Contentmanagement: Wir bieten alles“, so Gutmayer. Partner wie Radiosender, Onlineseiten, TV-Sender und auch Telekommunikationsbetreiber profitieren vom Zusatzumsatz durch das interaktive Element bei der Kampagne. Immer mehr nachgefragt wird

das Response Element, vor allem in Zeiten, in denen der Endkunde mit seiner Handycamera Contentproduzent ist.

Expansionspläne

Take Off hegt ehrgeizige Pläne. Ein eigenes Geschäftsmodell für Telekommunikationsbetreiber in Richtung Interaktion, ein TV-Format mit der Spaßplattform missionblog sind einige der noch für 2009 geplanten Impulse. Gearbeitet wird auch an einer auf Fußballfans ausgerichteten Missionplattform. Nach Projekten mit Medienpartnern in Österreich will Take Off nun ins Ausland gehen, um frühzeitig den Markt zu besetzen. Im Fokus liegen Italien, Frankreich und Deutschland. (mt)

TIROL Hände weg von der Förderung

Innsbruck. Die gemeinnützige Wohnbauwirtschaft fürchtet die Budgetfolgen der diversen Konjunkturpakete. Konkret: dass bei der Sanierung der Staatsfinanzen auch der geförderte Wohnbau zum Handkuss kommen könnte. Das gilt für Bund und Länder. „Gerade die Gemeinnützigen sind ein enorm stabilisierendes Element“, betont Klaus Lugger, Vorstand der gemeinnützigen Wohnbaugesellschaft Neue Heimat Tirol und Obmann der VP-nahen Arge Eigenheim. Mit mehr als 520.000 Miet- und Genossenschaftswohnungen sowie knapp 300.000 Eigentumswohnungen haben die gemeinnützigen Bauvereinigungen einen Anteil von mehr als zwei Fünftel am Geschloßwohnungsbestand. Derzeit sind etwa 23.000 Wohnungen in Bau, 2010 sollen es 22.000 Wohnungen sein. Der Wohnbau profitiere zwar auch von der Krise (durch gesunkene Bau-, Energie- und Zinskosten), negativ eingeschle sich die Krise aber durch die steigende Zahl der Kurzarbeiter und Arbeitslosen nieder. „Das betrifft stark auch unsere Wohn-Klientel“, sagt Lugger.

„Finger weg“

Mit den anderen Mitgliedern der ARGE Eigenheim fordert Lugger die Politik auf, „die Finger von der Wohnbauförderung zu lassen und auch die Grundsteuer nicht anzutasten“. Vor allem müsse die Zweckbindung der Wohnbauförderung wieder eingeführt werden. Lugger: „Unsere Kunden können nur mit der verfassungsrechtlichen Sicherung der Wohnungsgemeinnützigkeit gut schlafen.“

Die gemeinnützige Wohnungswirtschaft habe sich in der Wirtschaftskrise als stabiler Faktor erwiesen. Im Vorjahr konnte sie ihr Bauvolumen weiter erhöhen, und es seien derzeit keine Krisenzeichen erkennbar, betonte der Arge Eigenheim-Obmann. Bei der Wohnbaufinanzierung in Österreich gebe es keine Kreditklemme, Bausparen sei weiter gefragt, und einige Elemente der Konjunkturpakete förderten auch die Wohnungswirtschaft. (mr)

BUSINESSCORNER

Dienstleistungen

Mietstapler

T: +43/3334/2239
www.stapler.net

