

# business

Die Nachrichten der Woche: Was Sie wissen müssen, um mitreden zu können

Bernhard Salomon  
Thema der Woche



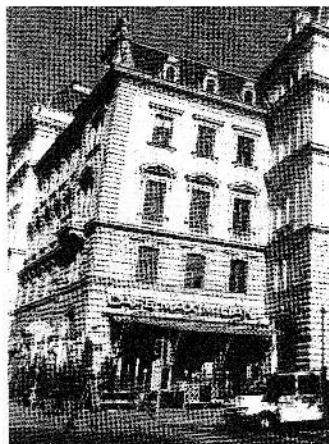
FORMAT  
Wirtschaft

## Meinls Deadline

Vor kurzem schwamm die MEL noch dermaßen im Geld, dass sie großzügig eigene Aktien zurückkaufen konnte. Jetzt ist es mehr als knapp. Denn die Immobilienfirma muss im Osten 35 Einkaufszentren errichten, was sie mehr als drei Milliarden Euro kosten wird. Der Geldvorrat liegt derzeit bei rund 1,2 Milliarden Euro. Damit kann die MEL ungefähr bis Anfang 2009 bauen. Danach herrscht Ebbe in den Kassen. Es müsste schon ein Wunder geschehen, bekäme sie nochmals Geld vom Kapitalmarkt. Die Banken sind bei Immobilienkrediten enorm vorsichtig geworden und werden es bei der MEL erst recht bleiben. Um das nötige Kapital zu beschaffen, müsste sie also spätestens in anderthalb Jahren einen Partner hereinnehmen. Wozu Julius Meinl V. zuerst das Problem der sogenannten Partly Paid Shares bereinigen müsste, die jetzt noch jeden Investor abschrecken. Zu erwarten ist allerdings, dass dieser Prozess weit schneller geht. Meinl hat bereits vor zwei Wochen erklärt, dass er mit finanzkräftigen potenziellen Partnern Gespräche führt.

## BIG verkauft zwei Häuser an Ukrainer und Araber

Das Interesse der Immobilieninvestoren am Zinshaus in der Wiener Universitätsstraße 2 war groß. Die Bundesimmobiliengesellschaft (BIG) veräußerte das ehemalige Uni-Gebäude, weil die Institute längst ausgezogen sind und Flächen leer stehen. Vor zwei Wochen erhielt die A.M. Alpha Verwaltungsgesellschaft, hinter der ukrainische Investoren stehen, für 4,2 Millionen Euro den Zuschlag. Ebenfalls an einen ausländischen Käufer gab die BIG jüngst ein Wohnhaus in der Hillerstraße 11 in Wien-Leopoldstadt ab. Die Eldib Handels GmbH., geführt von Arabern, kaufte das Objekt um 1,6 Millionen Euro. Für die BIG waren das vorerst die letzten Verkäufe. „Die Portfoliobereinigung ist damit abgeschlossen“, so Sprecher Ernst Eichinger.



BIG-CHEF CHRISTOPH STADLHUBER. Mit den Verkäufen ist die Portfoliobereinigung abgeschlossen.

## Hauptpreis bei der „Effie“- Gala ging an Rewe Austria

Logische Favoritensiege bei der Hauptveranstaltung der österreichischen Werbewirtschaft: Während Leodegar Pruschak, Marketingdirektor der Raiffeisen-Zentralbank, als bester „Marketer“ des Jahres 2006 ausgezeichnet wurde – was Überraschungsgast Hermann Maier entsprechend freute, siehe auch Seite 120 –, ging der platinene „Effie“ für die erfolgreichste

Kampagne des Jahres an die Rewe Austria und ihre Agentur Demner, Merlicek & Bergmann. Max Palla, Präsident der veranstaltenden IAA, forderte vor 800 Gästen wieder einmal die Abschaffung der Werbesteuer – man sei der Erfüllung dieser jahrzehntealten Forderung „so nah wie noch nie“.



PREISGEWINNER. Die „ja! Natürlich“-Kampagne (der Bauer und sein sprechendes Schweinderl) für Rewe von Demner, Merlicek & Bergmann.