

MEINUNG

Frank Müller
Der stellvertretende Chefredakteur der AZ über den Spitzelskandal bei der Telekom



Die Datenfalle

Sandra ist Studentin in Bayern, Sternzeichen Wassermann, in fester Beziehung lebend, 22 Jahre alt. Zu ihren Lieblingsfilmen zählt „Forrest Gump“, Sandra liest gern Böll und Goethe, ihre Freundinnen sind Romy und Iris. Wen das interessiert und woher wir das wissen? Erstens: mehr Menschen, als man denkt. Zweitens: von Sandras selbst angelegtem Profil beim Internet-Kontaktforum Myspace.

Es ist noch nicht lange her, da hätte die Vision von frei zugänglichen Datensätzen über Millionen von Menschen Stoff für albraumhafte Thriller Orwellscher Machart geboten. Heute dagegen wirkt die Leidenschaft etwa, mit der das halbe Land

Wer seine Freunde nicht im Netz besucht, der gilt als uncool

1987 gegen die Volkszählung kämpfte, nur noch rührend. Das Jahr 2008 kennt andere Probleme: Wer seine Freundschaften nicht bei Facebook und StudiVZ pflegt, ist uncool; wer beruflich etwas erreichen will ohne Lebenslauf bei Xing, sollte seine Karrierepläne schnell begraben.

Die Telekom kann froh sein, dass sie ihren unglaublichen Schnüffelskandal zu einem Zeitpunkt erlebt, da der Datenschutz ohnehin wie ein Relikt aus alter BRD-Zeit wirkt. Ansonsten würde sie ihn als Unternehmen womöglich nicht überleben. Der Kunde von heute aber, gewöhnt daran, dass ohnehin alles „im Internet“ zu finden ist, nimmt selbst das brutalste Datenschindluder achselzuckend zur Kenntnis.

Übrigens: Sandra und ihre Freundinnen heißen in Wahrheit anders. Ansonsten würde man die drei, kombiniert mit den Suchworten Böll, Goethe, Forrest Gump und Myspace bei Google auf Platz eins finden.

Liebe Abendzeitung,

Die Begeisterung der Menschen vor einem großen Turnier ist bei mir immer gut messbar. Und zwar am Absatz der Panini-Sammelbilder. Je näher die EM rückt, desto mehr Packerl gehen jeden Tag über meine Theke. Die Euphorie steigt. Bei mir auch.

Auch die Diskussionen in meinem Laden nehmen zu. Gerade die Debatte, ob es richtig ist, den Jens Lehmann weiter im Tor stehen zu lassen, beschäftigt die Leute. Ich halte mich da aber meistens zurück. Ich denke mir, der Trainer wird's schon wissen.

Und natürlich geht es bei den Gesprächen auch darum, wie weit die Deutschen kommen. Ich bin da ganz zuversichtlich. Wenn man von den beiden letzten Europameisterschaften absieht, waren wir schon immer eine Turniermannschaft, die haben die anderen nur ganz schwer schlagen können.

Persönlich tippe ich auf ein Finale zwischen Deutschland und Italien, das wäre sicher auch das Traumfinale von meinem Pizza-Wirt schräg gegenüber. Und die Möglichkeit zur Revanche für das verlorene Halbfinale vor zwei Jahren.

Damals war die WM bei uns natürlich ein noch größeres Ereignis als jetzt die EM. Denn da gingen noch mehr Panini-Packerl weg.

Katsche Schwarzenbeck, Weltmeister 1974, ist Schreibwarenhändler in der Au und schreibt dienstags in der AZ.

Abendzeitung IMPRESSUM

Gegründet von Werner Friedmann
Herausgeber: Anneliese Friedmann, Dr. Johannes Friedmann
Geschäftsführer: Ulrich Buser
Chefredakteur: Arno Makowsky
Stellvertretende Chefredakteure: Gunnar Jans, Frank Müller, Georg Thanscheidt
Produktionsleitung: Gerrit Faust
Chef vom Dienst: Karl E. Dittrich
Chefreporter: Fritz Janda, Matthias Maus
Verantwortliche Redakteure:
Thema des Tages: Matthias Maus
AZ-Aktuell: Frank Müller
München/Bayern: Georg Thanscheidt, Stelly: Katharina Rieger
Kommunalpolitik: Willi Bock
Landespolitik: Angela Böhm
Kultur: Volker Isfort
Koordinations-Gesellschaft: Renate Schramm
Sport: Gunnar Jans
Weitere leitende Redakteure: Karl-Maria Eberle, Michael Schilling, Anja Timmermann
Autoren: Michael Grill, Detlef Vetten
Layout: Susanna Schemberg
Foto: Angelika Roessler
Anzeigenleiter: Horst Rettig (verantwortlich)
Vertriebsleiter: Volker Winzer
 Alle Sendlinger Straße 10, 80331 München
 Die für das jeweilige Ressort an erster Stelle genannten sind verantwortliche Redakteure im Sinne des Gesetzes über die Presse vom 3. Oktober 1949.
 Zurzeit gilt Anzeigenpreisliste Nr. 56 vom 1. Oktober 2007. Tägliches Abonnement monatlich Euro 23,40, bei Postzustellung Euro 24,40. Abbestellungen sind nur schriftlich mit einer Frist von 6 Wochen zum Quartalsende möglich.
Abo-Service: 089/23 77-111
 Fax: 089/23 77-276
 Mail: aboservice@abendzeitung.de
Vertrieb: Fax: 089/23 77-274
 E-Mail: vertrieb@abendzeitung.de
Druck: Süddeutsche Societäts-Druckerei GmbH, Lise-Meitner-Straße 7, 82216 Maisach-Gemünden. Bei Nichterscheinen durch höhere Gewalt oder wegen vom Verlag unverschuldeter Arbeitskämpfe Maßnahmen besteht kein Belieferungs- und Entschädigungsanspruch.
Anschrift Verlag und Redaktion: Verlag DIE ABENDZEITUNG GmbH & Co KG Sendlinger Straße 10, 80331 München Chefredaktion@abendzeitung.de Telefon 089/23 77-0
Anzeigen: Fax: 089/23 77-209
 E-Mail: anzeigen@abendzeitung.de
Redaktion: Fax: 089/23 77-729
 E-Mail: redaktion@abendzeitung.de
 Altpapieranteil bis zu 90 %



Russischer Luxus zu Gast in München: Ein weißer Lamborghini parkt vor dem Hotel Bayerischer Hof. Russen residieren im Schnitt 2,5 Tage in der Stadt. Foto: Imago

Die Zahl der russischen Touristen in München steigt – und damit auch die Schar der Investoren, die in Bayern den Rubel rollen lassen

Boom auf Kyrillisch

Sie bleiben im Schnitt 2,5 Tage in der Stadt. Sie lieben bayerisches Essen und guten Wein – und Luxus. Wenn Russen nach München kommen, freuen sich die Händler, Gastronomen und Makler

Von Daniel Aschoff

Es gibt Momente, da macht selbst ein ausgebuffter Verkäufer wie Christian Stempfhuber große Augen: Zum Beispiel damals, als ein kräftiger Russe in Jogginghose und Badelatschen die „Dolce & Gabbana“-Filiale in den Fünf Höfen betrat und dann fast den halben Laden leerräumte: „Mitunter kaufen unsere russischen Kunden 20 Designerstücke auf einmal“, berichtet der Store-Manager. „Der Preis ist völlig egal.“

Es ist wie eine kleine Invasion. Allein in den ersten drei Monaten des neuen Jahres ist die Zahl russischer Touristen in München um stolze 30 Prozent gestiegen. 46 488 Übernachtungen zählte das Fremdenverkehrsamt von Januar bis März – die meisten davon in Luxus-Hotels mit vier oder mehr Sternen.

Scharf auf Villen in Grünwald - und Wodka auf der Wiesn

Kein Wunder, dass Innegrit Volkhardt, die Chefin des Hotels „Bayerischer Hof“, auf die osteuropäischen Gäste gut zu sprechen ist. Immerhin 3,5 Prozent ihrer Besucher kommen bereits aus Russland. „Sie bevorzugen den Aufenthalt in unseren Suiten, legen besonderen Wert auf sehr gutes Essen und sehr gute Weine“, berichtet die Hotel-Chefin. Neben den arabischen Gästen zählen sie zudem zu den Patienten, die sich in Münchens Privatkliniken mittlerweile am häufigsten behandeln lassen. Im Schnitt residieren sie 2,5 Tage in der Stadt – deutlich länger als Japaner oder auch Briten.

Viele bleiben aber auch für immer. Der Immobilienverband Deutschland (IVD) Süd beobachtet derzeit eine „besonders starke Nachfrage von osteuropäischen Investoren“. Ihr Hauptaugenmerk liegt dabei auf Münchens Nobel-Vorort Grünwald. „Es gibt da eine Reihe wohlhabender Perso-

nen aus Russland, die an der Gemeinde großen Gefallen gefunden haben“, erklärt Ralf Sorg, der Geschäftsführer des IVD Süd. Aber auch auf einen Teil des ehemaligen Klosters St. Anna sind die reichen Investoren scharf. Immerhin drei der 33 exklusiven Luxuswoh-

nungen, die die Bayerische Hausbau derzeit im Lehel errichtet, gingen mittlerweile an osteuropäische Investoren.

Auch bei Engel & Völkers hat man deshalb bereits reagiert: In den Filialen des Nobel-Maklers in und um München beschäftigt das Unternehmen mittlerweile drei russischsprachige Mitarbeiter: „Dadurch können wir unsere russischen Kunden adäquat betreuen“, erklärte Sprecherin Christine Dempf.

Einen anderen Weg geht Karl Langegger. Außer auf Deutsch gibt's die Speisekarte in seiner Traditionsgaststätte „Zum Spöckmeier“ seit kurzem auch auf Kyrillisch. „Irgendwann wurden die Sprachprobleme mit unseren zahlreichen russischen Gästen so groß, dass wir uns nicht mehr anders zu helfen wussten“, erzählt der Gastronom. Zudem beschäftigt Langegger einige Bedienungen aus der ehemaligen DDR, die der russischen

stellt: „Wenn sie es wünschen, bekommen sie im Zelt sogar Wodka“, heißt es bei der Wirte-Familie Kuffler. Fast alle Wirte verzeichnen heuer eine steigende Nachfrage von russischen Gästen. „Das Interesse nach Plätzen wird immer größer“, sagt Wiesn-Wirt Sepp Krätz, der vor drei Jahren sogar schon Öl-Milliardär Roman Abramowitsch zu Gast hatte. Bei der Bedienung soll sich der Multi-Millionär für den feuchtföhlichen Abend



In Moskau gibt's kein Hofbräuhaus: Auch deshalb genoss Inga Varvarenko (r.) aus St. Petersburg die Sonne in München. Foto: R. Zimmermann



Schweinsbraten auf kyrillisch: Karl Langegger, Wirt vom Spöckmeier, hat jetzt auch eine russische Speisekarte. Foto: Gregor Feindt

Sprache mächtig sind: „Das ist ein großer Vorteil bei der Verständigung.“

Ganz problemlos ist der Umgang mit den osteuropäischen Gästen für Langegger trotzdem nicht. Als der Wirt vor kurzem eine Gruppe von 16 russischen Touristen zu Gast hatte, waren seine sieben Flaschen Wodka, die er noch im Keller stehen hatte, in wenigen Stunden geleert: „Ich bin dann schnell zum Donisl gerannt und habe mir dort noch eine Kiste ausgeliehen.“

Auch auf dem Oktoberfest hat man sich mittlerweile auf die trinkfeste Klientel einge-

im Hippodrom mit einem oligarchischen Trinkgeld in Höhe von satten 1000 Euro bedankt haben.

Ganz so viel Zuschlag hat Inga Varvarenko nicht gegeben, als sie gestern mit ihrer Freundin im Hofbräuhaus zu Mittag aß. Genau wie ihrem reichen Landsmann hat's der Sankt Petersburgerin in München gut gefallen: „Wissen Sie“, sagt sie, „Russen und Bayern sind gar nicht so verschieden, wie man denken möchte.“ Im Gegenteil: „Wir lieben beide Würste und Bier.“ So einfach kann Völker-verständnis sein.

LUST AUF GERMANIJA

Seminare für den deutschen Markt

Russische Investoren haben Deutschland ins Visier genommen. Allein die 14 größten Investoren des Landes halten in Deutschland Werte in Höhe von 5,36 Milliarden Euro. Die Einkaufstour hat erst begonnen: Zu den größeren Firmen mit russischer Beteiligung gehörten TUI, Hochtief, EADS, K + S, Air Berlin, die BASF-Tochter

Wingas – und der Münchner Modekonzern Escada. Deutschland ist interessant, weil russische Investoren hier an technisches Knowhow kommen und vor allem an einen Zugang zu einem großen Markt. Die Außenhandelskammer in Moskau bietet für russische Manager sogar schon Seminare „Erfolgreich auf dem deutschen Markt“ an.

KLEINE SPRACH-FIBEL FÜR MÜNCHNER

DEUTSCH	RUSSISCH
Weißwürste isst man ohne Haut.	Belije sosiski nuzhno est' bez kozhury.
Nein, ich möchte mein Haus nicht verkaufen.	Njet, ja ne hotschu prodavat' svoj dom!
Herzlichen Glückwunsch zum UEFA Cup, Europameister werden aber wir.	Pozdravljajem s uspesnoi igroj v UEFA. No tschempionami jevropy budem vsjo ravno my!
Natürlich können Sie für Ihren Wodka einen Maßkrug haben.	Konetschno vy mozhete vzjat bolschuju pivnuju kruzhku dlja vodki.
Können Sie bitte etwas leiser singen?	Ne mogli by vy pet' po-tische?

Die Übersetzung hat die Sprachschule Aktiv geliefert: www.sprachschule-aktiv-muenchen.de