

## Nach der WM 2010: 'Made in Spain' ist wieder etwas wert

Vom WM-Sieg der spanischen Fußball-Nationalmannschaft erhofft sich das krisengeschüttelte Land einen wirtschaftlichen Aufschwung. Vor allem die Tourismusbranche soll profitieren

15-07-2010

**HOLGER WEBER** Nach Spaniens Titelgewinn bei der Fußball-Weltmeisterschaft in Südafrika sind Autohuppen und Tröten mittlerweile wieder verstummt. Doch es bleibt die Hoffnung, dass der Triumph außer einer langen Partynacht wie in Palma, wo über 20.000 Menschen den Sieg der spanischen Mannschaft feierten auch langfristig positive Folgen haben wird. Experten erhoffen sich nicht weniger, als dass der Titel zur wirtschaftlichen Erholung des krisengeschüttelten Landes beitragen wird. Spanien ist bekanntlich wie kaum ein anderes EU-Mitglied von der Wirtschaftskrise betroffen, die zu einer Arbeitslosenquote von 20 Prozent geführt hat. Nun könnte der WM-Erfolg dafür sorgen, dass die Spanier wieder mehr auf sich selbst vertrauen. Die Leichtigkeit ist zurück", schrieb eine Kommentatorin von Spaniens größter Tageszeitung *El País*. Tourismus- und Industrieminister Miguel Sebastián hatte bereits vor dem Finale orakelt, wenn Spanien das Finale gewinne, müssten die Schätzungen für das Bruttoinlandsprodukt korrigiert werden. Ökonomen der Amro-Bank halten ein zusätzliches Wachstum von bis zu 0,7 Prozent möglich. Sollte es sich tatsächlich einstellen, würde die spanische Wirtschaftskraft nicht mehr um 0,4 Prozent schrumpfen (so die Prognose des Internationalen Währungsfonds für 2010), sondern sogar ein wenig wachsen.

Vor allem in der Tourismuswirtschaft, die immerhin zehn Prozent des spanischen Bruttoinlandsprodukts ausmacht, erwartet man sich Impulse für die bereits begonnene Hochsaison. Der WM-Titel bedeutet viel mehr als der Gewinn eines Fußballspiels. Er kann die Marke Spanien stärken und sich auch

## Después de la Copa del Mundo 2010: "Hecho en España" es algo que vale la pena

De victoria en la Copa Mundial de la selección nacional de fútbol española es la esperanza del país en crisis un auge económico. debe profirieren En particular, la industria del turismo

15-07-2010

**HOLGER WEBER** Después de ganar el título de España en la Copa del Mundo en Sudáfrica, bocinas y trompetas son ahora de nuevo en silencio. Pero queda la esperanza de que el triunfo no es más que una larga noche de fiesta como en Palma, donde más de 20.000 personas celebraron la victoria de la selección española en el largo plazo las consecuencias positivas. Los expertos esperan no menos de que el éxito contribuya a la recuperación económica en el país en crisis. España es bien conocida, como ningún otro miembro de la UE afectados por la crisis económica que ha dado lugar a una tasa de desempleo del 20 por ciento. Ahora el éxito la Copa del Mundo podría asegurar que los españoles una vez más se basan más en sí mismos. La instalación está de vuelta ", escribió un comentarista del periódico de mayor tirada de España el diario *El País*. Turismo y ministro de Industria, Miguel Sebastián oráculos ¬ tenía antes de la final, si España gana la final, en caso de las estimaciones del producto interno bruto será corregido. Amro economista del Banco mantenga un crecimiento adicional de hasta un 0,7 por ciento posible. En caso de que, el poder económico español no se reduciría un 0,4 por ciento (de acuerdo con las previsiones del Fondo Monetario Internacional para 2010), pero incluso crecer un poco.

Especialmente en la economía del turismo, que representa no menos del diez por ciento del PIB español, se espera estimular la temporada ya ha comenzado. El título mundial significa mucho más que ganar un partido. Puede servir para fortalecer la marca y España también se vieron afectados a corto

noch kurzfristig auswirken", frehlockt **José Luis Zoreda**, der Präsident des Branchenverbandes **Exceltur**. Die Urlauber würden sich immer später entscheiden. Auch in dieser Saison hätten viele Menschen ihren Urlaub noch nicht gebucht. Die WM könnte jetzt die Wahl auf Spanien fallen lassen.

Genau darauf zielt eine Kampagne, die vom spanischen Fremdenverkehrsverband Turespaña betrieben wird. In den 25 wichtigsten Quellmärkten, darunter auch Deutschland, soll jetzt mit den Helden von Südafrika in großen Zeitungsanzeigen geworben werden. Einen entsprechenden Vertrag hatte Turespaña mit dem spanischen Fußballverband bereits im Mai dieses Jahres unterzeichnet. Das Motto der Kampagne: "Unsere Art zu spielen, ist wie unsere Art zu leben." Auch der letzte Weltmeister, Italien, hatte vor vier Jahren vom Sieg der squadra azurra in Deutschland profitiert. Nach dem Finalsieg über Frankreich war die Zahl der Italiengläuber sprunghaft um fast 13 Prozent gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Spanien hatte im Vergleich dazu im selben Jahr nur ein Wachstum von 3,6 Prozent verzeichnet.

Produkte mit dem Label 'Made in Spain' lassen sich jetzt besser verkaufen", sagt Carles Torrecilla, Marketing-Professor an der renommierten Wirtschaftshochschule Esade in Barcelona. Das glaubt auch Aurelio Vázquez, Präsident des mallorquinischen Hotelkettenverbands. Jedoch bezweifelte er, dass die Branche kurzfristig einen bedeutsamen Aufschwung erleben werde.

Bereits jetzt ist die Freude bei den Gastronomen groß. Bei den Spielen der spanischen Mannschaft verzeichneten die Wirte auf Mallorca Umsatzsteigerungen von bis zu 40 Prozent. Die andernfalls eher düsteren Geschäftsbilanzen seien dadurch in den vergangenen Wochen erheblich aufgehellt worden, sagte die Präsidentin des Verbandes der Barbesitzer auf Mallorca, Pilar Carbonell, dem Diario de Mallorca". Ebenso durften sich die Inhaber von Sport- und Bekleidungsgeschäften freuen, da das spanische Trikot so gut wie ausverkauft war. Auch beim Verkauf von Fernsehern wurde eine 20-prozentige Steigerung verzeichnet.

plazo ", se regocija José Luis Zoreda, el presidente de la asociación de la industria Exceltur. Veraneantes siempre decidiría más tarde. Esta temporada, muchas personas no han publicado sus vacaciones. La Copa del Mundo podría ahora la elección de la caída de España.

Esta es la idea central de una campaña que está dirigida por el Turespaña Turística Española. En los 25 principales mercados emisores, como Alemania, ahora se anuncian con los héroes de Sudáfrica en los anuncios de los periódicos. El contrato correspondiente se firmó con la Federación Española de Fútbol Turespaña en mayo de este año. Para reproducir el lema de la campaña: Nuestro estilo es lo que nuestro modo de vida. "Incluso la última Copa Mundial, Italia, se han beneficiado de cuatro años de la victoria de la Azurra squadra en Alemania. Después de la victoria final sobre Francia fue el número de turistas italianos saltando por casi el 13 por ciento más que el año pasado. España tenía en comparación con el mismo año sólo registró un crecimiento del 3,6 por ciento.

Los productos con la etiqueta Hecho en España 'ahora puede vender mejor ", Carles Torrecilla, profesor de marketing, dice en la escuela de negocios ESADE prestigiosas de Barcelona. También cree Aurelio Vázquez, presidente de la asociación hotelera de la cadena mallorquina. Sin embargo, dudaba de que la industria en el corto plazo experimentando un repunte significativo.

Ya, la alegría de los restauradores es grande. El equipo español en los juegos enumerados en los hosts de ventas Mallorca aumentos de hasta un 40 por ciento. La otra vez las hojas sombrío balance de negocios son así en las últimas semanas han sido iluminó considerablemente ", dijo el presidente de la asociación de propietarios de bares en Mallorca, Pilar Carbonell, el Diario de Mallorca". También podría esperar a los titulares de los deportes y tiendas de ropa, como la camiseta española era tan bueno como se vende a cabo. También a la venta de televisores, un aumento del 20 por ciento registrado.