

Atlantische Konkurrenz

Billiger fliegen mit Open Sky

MARIANNE TRUTTMANN, Brüssel

Ende März tritt das Open-Sky-Abkommen zwischen der EU und den USA in Kraft, das dank mehr Wettbewerb die Transatlantikflüge verbilligen soll.

Mit dem Open-Sky-Abkommen zwischen der EU und den USA können europäische und amerikanische Fluggesellschaften beliebige Strecken zwischen der EU und den USA bedienen. Die Auswirkungen am schnellsten spüren dürfte der Flughafen London Heathrow, wo heute 40 Prozent aller Flüge in die USA beginnen. Bisher konnten ab Heathrow einzig British Airways, Virgin Atlantic einerseits und United Airlines und American Airlines andererseits Transatlantikflüge anbieten. Swiss und Lufthansa werden allerdings noch nichts unternehmen, während aber Air France-KLM gleich einen Direktflug London-Los Angeles anbieten will. British Airways will sich dagegen mit einer neuen Fluggesellschaft namens «Open Skies» und Flügen von Festlandflughäfen aus nach New York wehren. Gemäss einer Studie der EU-Kommission von Anfang 2007 soll das Open-Sky-Abkommen Einsparungen von 12 Milliarden Euro ermöglichen. Die Passagierzahl werde von derzeit etwa 50 Millionen auf 74 Millionen anwachsen und es sollen 80 000 neue Arbeitsplätze entstehen.

EFFEKT FÜR DIE SCHWEIZ. Für die Schweiz, die ein eigenes Open-Sky-Abkommen mit den USA besitzt, hat die neue EU-US-Regelung laut Bundesamt für Zivilluftfahrt kaum direkte Auswirkungen, erklärt Sprecher Anton Kohler. So gilt für die im Besitz der EU-Gesellschaft Lufthansa stehende Swiss weiterhin das Schweizer Open-Sky-Abkommen mit den USA. Das relativ liberale Abkommen aus dem Jahr 1995 soll allerdings revidiert werden. Staatssekretär Jean-Daniel Gerber hatte im Juli die Diskussion darüber lanciert. Ein durch das Open-Sky-Abkommen EU-USA ausgelöster Preisdruck dürfte allerdings auch die Schweiz nicht unberührt lassen. Wenn die Fluggesellschaften zudem ihre Strategien ändern und beispielsweise wie British Airways oder Virgin Atlantic ihr Netz ab den europäischen Festlandflughäfen verstärken, werden sie dabei auch die Verbindungen aus der Schweiz in die USA in ihre Überlegungen einbeziehen.

Alitalia landet hart im Wahlkampf

Silvio Berlusconi plustert sich als nationaler Airline-Retter auf

ROMAN ARENS, Rom

Das Drama um Alitalia ist zum Wahlkampfespektakel geworden. Während Air France-KLM und neun Gewerkschaften um die billigeren Konditionen ringen, betritt Silvio Berlusconi mit einem kürzlich erst gescheiterten Vorschlag als Alitalia-Retter die Bühne.

Es ist Wahlkampf. Der erneut aussichtsreiche Bewerber um das Amt des Regierungschefs will, dass einheimische Unternehmer den immer näherrückenden Absturz der Fluggesellschaft abwenden. «Jetzt engagiere ich mich», so der Medientycoon am Freitagmittag, «folglich macht man das auch.» Er habe an den Stolz italienischer Unternehmer appelliert, die wie er selber nicht «kolonisiert» werden wollten. Die pathetische Mahnung Berlusconis: «Entweder man macht Alitalia oder man stirbt.»

KÜHL. Die Reaktionen in der Wirtschaft blieben vorläufig bei null bis kühl. Selbst die Kinder Berlusconis sprangen ihrem Vater überhaupt nicht bei. Die von diesem zitierte Banca Intesa wollte mit der Sache auch nichts zu tun haben – nicht schon wieder. Die Banca Intesa gehörte zur Gruppe um die mit der Lufthansa liierte italienische Gesellschaft Air One, die grosses Interesse an einem Kauf von Alitalia gezeigt hatte und gleichzeitig die Bedeutung des Mailänder Flughafens Malpensa als zweiten Hub erhalten wollte. Das verschaffte der Air-One-Lösung in Norditalien Sympathien. Doch die Regierung in Rom gab dem Angebot von Air France-KLM den Vorzug.

Die französisch-holländische Gesellschaft, die eine Entscheidung bis Ende März will, hat ihr Angebot an eine Reihe von Bedingungen geknüpft, darunter die Zustimmung der Gewerkschaften, die sich vor al-



Nur ein Koffer voll. Air France-KLM will für Alitalia nur den Preis von ein paar Flugzeugen zahlen. Foto Keystone

lem Sorgen machen über den Fortbestand der Frachtabteilung Cargo und der für die Bodendienste zuständigen Alitalia-Teilgesellschaft AZ Servizi mit über fünftausend Arbeitsplätzen von insgesamt rund achtzehntausend.

KEINE KOMPROMISSE. Bei den Verhandlungen in dieser Woche – Fortsetzung am kommenden Dienstag – haben die Gewerkschaften bei Air France-KLM kaum Kompromissbereitschaft erkannt. Ursprünglich sollten 1600 Arbeitsplätze gestri-

chen werden, jetzt geht es um 2100. Eine weitere Air France-KLM-Bedingung ist die Zustimmung der jetzigen und der im April zu wählenden Regierung. Die Antwort an Air France des künftigen Premier – «das bin ich» – sei «ein klares und trockenes Nein», äusserte sich Berlusconi. Mit seinen markigen Worten übergeht der Ex-Premier, dass er vor Jahren schon einmal angekündigt hat, mit seinem «Talent» ein Problem zu lösen, das andere nicht hätten lösen können. Schon zur Regierungszeit Berlusconis steckte Alitalia in erheb-

lichen Schwierigkeiten, die der damalige Premier entgegen seines Selbstlobs aber nicht behoben hat.

Jetzt schwankte er zwischen Ablehnung und Annahme des Air France-KLM-Angebots. Sein verspäteter Vorschlag einer neuen inneritalienischen Lösung entlässt ihn nach Ansicht von Beobachtern aus dem Wahlkampf-dilemma, bei einer Entscheidung für ökonomische Vernunft sich gegen die Wünsche norditalienischer Wähler und besonders der Regionalpartei Lega Nord stellen zu müssen.

Pendlerin zwischen zwei Welten

Melanie Martinelli nutzt die Chancen des boomenden Marktes Indien



Geschmolzen. Melanie Martinelli mit einem indischen Geschäftsmann beim Fondue-Essen in Bangalore. Foto René Sollberger

CHRISTIAN MIHATSCH

Die Baslerin Melanie Martinelli ist nach Indien ausgewandert und hat dort eine Firma gegründet. Sie berät indische und europäische Firmen im Umgang mit kulturellen Differenzen.

Wir schreiben das Jahr 2004, und Melanie Martinellis Studium an der Fachhochschule beider Basel – heute die Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) – neigt sich dem Ende zu. Noch steht aber ein Auslandspraktikum auf dem Programm. China und Indien sind ihre Favoriten. «Meine Entscheidung war letztlich zufällig. Ich fühlte mich einfach mehr zu Indien hingezogen», erzählt die heute 27-jährige Frau aus Allschwil. So macht sie ein viermonatiges Praktikum bei Aztecsoft, einem indischen IT-Dienstleister in Bangalore, dem Herzen der indischen Software-Industrie. Anschliessend war klar: Ihre Diplomarbeit widmet sie den kulturel-

len Unterschieden zwischen Indien und Europa und deren Bedeutung in gemeinsamen Softwareprojekten.

MANAGERIN. Mit ihrer Diplomarbeit gewinnt sie prompt den renommierten Prix Bartholdi. Zu der Zeit ist sie aber schon wieder in Bangalore. Diesmal nicht als Praktikantin, sondern als reguläre Mitarbeiterin von Aztecsoft. Als erfolgreiche Absolventin der Basler Fachhochschule wird sie mit der Geschäftsentwicklung Europa betraut und managt im Alter von 25 Jahren ein Team von 20 Mitarbeitern. «In Indien bekommt man viel schneller Verantwortung übertragen», sagt sie. «In der Schweiz hätte ich in diesem Alter kaum so viele Leute managen können.» Überhaupt gebe es für junge Europäer in Indien viele Chancen.

Das Einstiegsgehalt ist für Schweizer Verhältnisse allerdings tief: rund

tausend Franken pro Monat. «In Bangalore kommt man damit aber gut zurecht. Ich zahle 200 Franken Miete, und das Essen ist auch sehr günstig. Man wird Teil der lokalen Wirtschaft.» Dazu gehöre auch, mit täglichen Stromausfällen, der saisonalen Wasserknappheit, dem Smog und dem permanenten Verkehrschaos zurechtzukommen.

Noch vor drei Jahren haben nur wenige junge Europäer in Bangalore gelebt. Mittlerweile gibt es in der südindischen Zehn-Millionen-Stadt Hunderte Europäer, darunter viele Spanier, Deutsche und Franzosen. Die meisten kommen wie die junge Schweizerin anfangs als Praktikanten und bleiben dann ein bis zwei Jahre. «Überall, wo Sprachen wichtig sind, wie etwa im Marketing, werden immer wieder neue Leute gebraucht», sagt Martinelli. Die Jobchancen von Europäern auf dem indischen Arbeitsmarkt seien daher gut. Mittlerweile gibt Martinelli ihr Wissen auch weiter. Sie lehrt interkulturelle Kommunikation an der FHNW in Basel und am Indian Institute of Planning and Management in Bangalore.

UNTERNEHMERIN. Heute ist Martinelli schon einen Schritt weiter mit ihrer In-



SERIE. Indien wird für die Schweizer Wirtschaft immer wichtiger. Eine Serie mit Beiträgen über und aus Indien.

> www.baz.ch/go/india

tegration in die indische Wirtschaft: Anfang letzten Jahres hatte sie das Gefühl, «wieder etwas Neues» machen zu müssen. Im April 2007 gründete sie ihre eigene Firma: Die «Let's Bridge IT (Bangalore) Pvt. Ltd.». Die Rechtsform entspricht in der Schweiz einer GmbH. «Um eine GmbH zu gründen, braucht man in Indien nur dreitausend Franken, dafür aber viel Geduld», weiss die Jungunternehmerin. Dafür profitiert sie vom Boom auf dem Subkontinent: «Aktiv Kunden akquirieren musste ich nur gerade in den ersten paar Monaten. Seither kommen die Aufträge über Mund-zu-Mund-Propaganda.»

Mit ihrer Firma hat sie das Thema ihrer Diplomarbeit wieder aufgegriffen: Sie berät und schult indische und europäische Firmen im Umgang mit kulturellen Unterschieden. «Schon bei meiner Diplomarbeit habe ich festgestellt, dass viele Projekte wegen kultureller Missverständnisse verzögert werden oder gar scheitern.» Während Europäer zum Beispiel versuchten, Prozesse und Meilensteine zu definieren, um ein Projekt unter Kontrolle zu haben, bauen Inder eine persönliche Beziehung mit den anderen Projektbeteiligten auf. «In Europa redet man erst übers Geschäft und geht dann essen. In Indien geht man erst essen und redet dann übers Geschäft», erklärt Martinelli den unterschiedlichen Ansatz.

PENDELN. Ob sie vorhabe, je wieder in die Schweiz zurückzukommen? «Ja, wenn ich eine Familie gründe», antwortet sie spontan. Geplant sei das aber noch nicht, und so werde sie wohl vorerst weiter zwischen Bangalore und Basel pendeln. Momentan ist sie mit der Gründung einer Schweizer Niederlassung beschäftigt – und vielleicht, so sagt sie, schreibt sie ja auch noch eine Doktorarbeit.

> www.lets-bridge-it.com

indisches tagebuch



Corinne Dietiker (25) berichtet täglich von ihrer Studienreise nach Indien.

Gute Kleidung gehört dazu

UNIFORMIERT. Auf den verschiedenen Fahrten quer durch Delhi ist mir aufgefallen, dass Inder eine Art Uniform tragen. Hemd und gute Hose sind ein Standard, ob auf der Baustelle eine Mauer gebaut wird, in der Firma ein Auto geschweisst oder im Call Center einer IT Firma gearbeitet wird. Es spielt keine Rolle, ob jemand in einer Wellblechhütte lebt oder aus einem schicken Appartement kommt, die Kleidung ist stets gepflegt. Für den Arbeitsweg legen viele Inder einen langen Weg die staubige Strasse entlang zurück – und kommen wie aus dem Ei gepellt an. Wahrscheinlich werden die Inder bereits als Kinder auf gute Kleidung aufmerksam gemacht. Auch die Mädchen haben auf dem Nachhauseweg noch einen perfekt sitzenden «Pferdeschwanz» und weisse (!) Strümpfe. Die Kleidung hat offensichtlich einen hohen Stellenwert in Indien, ganz nach dem Motto «Kleider machen Leute». Ich frage mich bloss, wie ich es nächstes Mal schaffe, auf dem Weg vom Hotel bis zum Bus meine weissen Ballerinas nicht zu beschmutzen.

> www.baz.ch/go/india