

VATIKAN

Bankier Gottes gesucht

Die Affäre um den Finanzexperten des Vatikans, Erzbischof Paul Marcinkus, der in einen der größten Finanzskandale Italiens verwickelt ist, stört anscheinend zunehmend die Spendenfreudigkeit der Gläubigen. Marcinkus, zusammen mit dem Mafia-Bankier Roberto Calvi in den Konkurs des Banco Ambrosiano verwickelt, ist Präsident des Instituts für religiöse Werke Ior, die Schatzkammer des Vatikans. Gegen ihn läuft ein Haftbefehl der italienischen Staatsanwaltschaft, und nur die Souveränität des Vatikanstaats



schützt ihn vorerst noch vor den Handschellen. Der illustre Erzbischof wird nun aber zunehmend zur Belastung für den Heiligen Stuhl. Denn er erwirtschaftet Jahr für Jahr rund 60 Milliarden Lire an Defizit - ein Betrag, den das Volk der Katholiken durch Spenden decken sollte. Dazu wird der sogenannte Peterspfennig erhoben, eine Spendensammlung, die zu Peter und Paul am 29. Juni durchgeführt wird. Der sich in die Länge ziehende Skandal um Paul Marcinkus läßt den Vatikan nun aber fürchten, daß es

wegen des angekratzten Ansehens, das der Heilige Stuhl dank der Geschäfte des Erzbischofs bekommen hat, heuer mit den Spenden nicht gut stehen wird. Und deshalb die Bemühungen, möglichst schnell einen Nachfolger für den belasteten Marcinkus zu finden. Wie die Tageszeitung "La Repubblica" zu berichten weiß, ist der Machtkampf um die Nachfolge schon voll im Gang. Als die zwei aussichtsreichsten Kandidaten werden zwei Brescianer genannt: Giovanni Bazzoli, der Präsident des Nuovo Banco Ambrosiano, der aus der alten Bank Calvis hervorgegangen ist und Giuseppe Camadini, Ex-Präsident der Banca San Paolo.

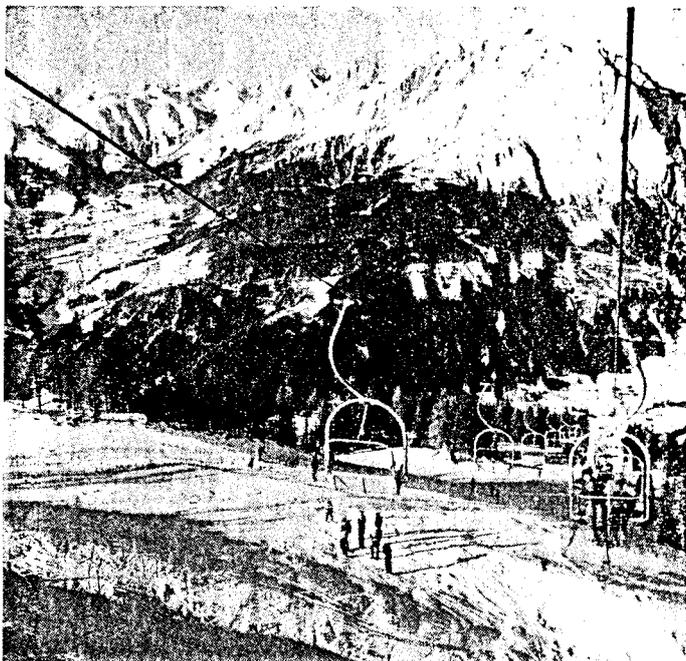
Kunstschatz des Vatikans. Anstatt des vermeintlichen Reichtums hat er allerdings Schulden.

NORDTIROL

Das Beispiel der Brüder

Der neue Nordtiroler Landeshauptmann Alois Partl geht in der Wirtschaftspolitik einen Weg, von dem man in Südtirol noch weit entfernt ist. Um die Alpen zu schützen, werden die Subventionen für Skilifte und Seilbahnen gestrichen. Partl verkündete letzte Woche eine Trendwende in der Raumordnungspolitik. Aus der Erkenntnis heraus, "daß wir bei der touristischen Erschließung da und dort an Grenzen gestoßen sind und mit der Landschaft

behutsam umgehen müssen", haben sich Liftprojekte in Zukunft selbst zu tragen. Dafür werden aber Einrichtungen des sanften Tourismus wie Wanderwege und Langlaufloipen verstärkt gefördert. Das Credo, daß Aufstiegsanlagen nur dort einen Sinn haben, wo sie sich zumindest selbst tragen, wird seit längerem auch in Vorarlberg anerkannt. In Südtirol dagegen glaubt die Landesregierung auf Druck der Liftbesitzer und der Wirtschaftsverbände immer noch, daß Skilifte und Seilbahnen zu rund einem Drittel aus Steuergeldern finanziert werden müssen.



Skilifte in Tirol (Osttirol): keine Subventionen mehr.

RUNDFUNK

Pleite im Äther

Der Traum so mancher privater Radiomacher scheint nun auch in Deutschland zu zerplatzen. Experten sagen in Bayern eine Welle von Pleiten bei privaten Rundfunkstationen voraus. Der Grund: die Konkurrenz ist viel zu groß, als daß alle Sender sich mit Werbeeinnahmen finanzieren könnten. Die Industrie- und Handelskammer in München hat eine Schätzung vorgelegt, daß die 92 geplanten Rundfunksender Werbeeinnahmen von jährlich rund 100 Millionen Mark (70 Milliarden Lire) bräuchten, um überleben zu können. Es sei aber zu bezweifeln, daß neben den 130 Millionen Mark, die der Bayerische Rundfunk 1986 für Spots eingenommen hat, von den Firmen noch einmal 100 Millionen zu holen seien. Schon jetzt kommen die vier großen Privatsender in München, die jährlich 15 Millionen Mark für ihr Programm ausgeben, nicht auf ihre Kosten. Die gewachsene Konkurrenz auf dem Werbemarkt trifft auch Südtiroler Sender hart. Vor Jahren noch, als in Deutschland Privatfunk nicht erlaubt war und der Empfang von Südtiroler Bergspitzen aus die einzige Möglichkeit war, Privatsender zu empfangen, lief das Geschäft nicht schlecht. Nun aber leiden



die Ausländer darunter, daß sie im Großraum München, wo die meisten Werbeaufträge zu holen sind, im Vergleich zur lokalen Konkurrenz schlechter zu empfangen sind. Und das gibt jedem Werbekunden zu denken. Radio C zum Beispiel, ein Sender des bayerischen Elektronik-Unternehmens Conrad, war in den letzten beiden Wochen in Bayern gar nicht mehr zu hören. "Technische Probleme", heißt es dazu in Bozen. Der Werbekuchen wird mittlerweile in derart kleine Stücke aufgeteilt, "daß man schon bei einem bißl Professionalität einen Gewinn vergessen kann", bestätigt der Direktor von Radio Tirol, Gerald Fleischmann. Dennoch hat vor kurzem ein Innsbrucker Möbelhändler zusammen mit der Tageszeitung Kurier mit Radio Tele Zirog vom Brenner aus die Sendungen für Nordtirol aufgenommen. Ob daraus ein Geschäft wird, muß sich erst zeigen.