



300 Millionen Euro kostete allein der neue Hafen im Austragungsort Valencia.

Nicht nur die Boote hissen die Segel

Goldgräberstimmung: Wie der America's Cup die Hafenstadt Valencia schon jetzt verändert hat.

Alinghi und der America's Cup sind für den Austragungsort Valencia ein Segen. Hunderte von Millionen Euro wurden investiert. Doch nicht alle Valencianer sind so ganz glücklich damit.

VON DANIEL IZQUIERDO

19 Euro pro Person kostet die Paella Valenciana im Restaurant des Hotels Neptuno, rund das Doppelte als normalerweise in Valencia üblich. Aber auch im «La Pepica» oder im «L'Estimat» hat man die Preise kräftig nach oben korrigiert. Für die Wirte entlang der Strandpromenade war der 26. November 2003 ein einmaliger Glückstag. Damals entschied sich Ernesto Bertarelli für Valencia als Austragungsort des 32. America's Cup und als neuen Heimathafen seiner «Alinghi».

Seither gibt es im offiziellen Valencia kein anderes Thema mehr, 2007 ist als magische Zahl überall präsent. Sogar die Weihnachtsbeleuchtung hatte heuer die Form eines aufgeblähten Segels. Für die drittgrößte Stadt Spaniens bietet der America's Cup die lang ersehnte Möglichkeit, aus dem Schatten der Hauptstadt Madrid und von Barcelona herauszutreten: Barcelona hat dank der Olympischen Sommerspiele 1992 Weltruhm erlangt.

Valencia hat dafür aber tief in die Stadtkasse greifen müssen, wo eigentlich gar kein Geld, sondern ein tiefes Loch ist. Mehr schlecht als recht fanden Valencias Bürgermeisterin Rita Barberá, die Vertreter der Region Valencia und der spanische Staat ein gemeinsames Finanzierungsmodell. Die drei Regierungen gründeten ein Konsortium (Con-

so Valencia 2007), das für sämtliche Arbeiten rund um den America's Cup verantwortlich ist. «Der spanische Staat stellt dem Consorcio 2007 ein zinsloses Darlehen von rund 500 Millionen Euro zur Verfügung», erklärt Santiago de Juan vom Staatssekretariat in Madrid. Elena Gala vom Konsortium nennt im Gespräch mit CASH andere Zahlen. «Wir haben aus Madrid einen Kreditrahmen von 444 Millionen Euro erhalten, um sämtliche Infrastruktur- und Bauarbeiten durchzuführen. Der neue America's-Cup-Hafen hat bisher 300 Millionen Euro gekostet.»

Der America's Cup schafft neue und erhält alte Jobs

Wie viele Millionen von den drei Administrationen zusätzlich investiert worden sind, lässt sich nur schwer beziffern. Die Flughafenbehörde Aena zum Beispiel baut zurzeit für 100 Millionen Euro den Flughafen von Valencia aus. Die Landesregierung Valencias beziffert die Investitionen im Rahmen des Cup auf rund 3 Milliarden Schweizer Franken. In diesem Budget hat man aber seit Jahren hängige Verkehrsprojekte, wie etwa eine neue U-Bahn-Linie, eingerechnet.

Das Valencianische Institut für Wirtschaftsforschung (Ivies) veröffentlichte eine Studie, nach welcher der America's Cup zwischen 2004 und 2007 genau 72.236 Stellen schaffen oder erhalten würde. Ob dabei die mehreren Hundert Mitarbeiter der Teams, die für vier Jahre in Valencia ihren Wohnsitz haben, mitgerechnet wurden, wollte man beim Ivies nicht kommentieren. Abraham Canales von der stärksten Gewerkschaft des Landes kritisiert

die Zahlen: «Es kann sich dabei lediglich um eine Hochrechnung handeln, weitab von der Realität. Diese Zahlen sind auf jeden Fall übertrieben.»

Der America's Cup bietet Valencia in jedem Fall eine einmalige und weltweite Kommunikationsplattform. Schon die Regatten und Promotionen, welche Alinghi zusammen mit Hauptsponsor UBS weltweit veranstaltet, schenken Valencia eine enorme Publicity. Rund 21 Millionen Touristen besuchen jährlich die Region, der Grossteil blieb aber jeweils an der Costa Blanca im Süden der Provinz. 2002 zählte man 930.000 Besucher in der Stadt Valencia, im letzten Jahr kamen über 1,6 Millionen Touristen, was einem Zuwachs von 72 Prozent entspricht.

«Vor fünf Jahren hatten wir gerade mal drei 5-Stern-Hotels in unserer Stadt, heute sind es zehn», sagt Luis Marti Bordera vom regionalen Hotelverband gegenüber CASH. Und Hans-Ueli Hänzli, Verkaufsleiter der Helvetic Airline in Zürich, bestätigt: «Valencia ist zur neuen Trenddestination geworden.» Über 60 Prozent mehr Schweizer Touristen reisten letztes Jahr in die Heimatstadt des America's Cup.

Die Begeisterung der valencianischen Bevölkerung hält sich aber in Grenzen. Durchschnittlich 500.000 Besucher pro Jahr besuchten in den vergangenen Jahren den America's-Cup-Hafen, Ausländer, Spanier und Valencianer zusammengezählt. Als aber Fernando Alonso am 15. Januar dieses Jahres seine Premiere bei McLaren in Valencia feierte, kamen an einem einzigen Abend 210.000 Menschen zusammen. Und eine 500 Millionen Euro teure Veranstaltung, zu der gerade mal ein paar reiche Ausländer Zugang haben, stösst

STICHWORT

America's Cup

Der America's Cup ist nicht nur wegen seiner über **150-jährigen Geschichte** eine einmalige Regatta. Beim America's Cup nehmen nur zwei Boote teil, die einen Klub respektive eine Nation vertreten. Titelverteidiger und Herausforderer duellieren sich in sieben Regatten **ab 23. Juni 2007**, der Sieger gewinnt den «Auld Mug», wie die **älteste Sportrophäe** auch genannt wird. Er hat das Recht, die nächste Regatta durchzuführen und die Regeln zu bestimmen. Die Durchführung des Anlasses obliegt dem America's-Cup-Management, das über ein Budget von **über 200 Millionen Euro** verfügt. Teams aus Neuseeland, Spanien, Deutschland, USA, Frankreich, China, Italien, Schweden und Südafrika treten zu den Vorregatten an. Das einzige Mal, die «Alinghi» und alle elf Herausforderer zusammen zu erleben, ist der Louis Vuitton Act 14 (3. bis 7. April). Nach diversen Ausscheidungsrennen wird der «Alinghi»-Herausforderer **vom 1. bis 12. Juni** erkoren.

«Vor fünf Jahren hatten wir hier gerade mal drei Fünf-Stern-Hotels. Heute sind es deren zehn.»

Luis Marti Bordera, Hotelverband der Region Valencia

in Teilen der Bevölkerung auf Unverständnis.

Tatsache ist, dass man beim Sonntagsspaziergang kaum mehr als die hermetisch abgeriegelten Homebases der Mannschaften von aussen anschauen kann. Bleibt also nur der Besuch in einem der Fanshops. Doch in einem Land, wo laut einer Studie des Nationalen Statistik-Institutes über die Hälfte aller Haushalte Mühe bekundet, bis Monatsende durchzukommen, ist ein «Alinghi»-T-Shirt für 32 Euro zu teuer.

Mit Immobilien lässt sich jetzt gutes Geld verdienen

Kommt hinzu, dass durch den Zugang von Hunderten von Ausländern die Immobilienpreise massiv angeheizt wurden. «In der Gegend rund um den Hafen waren die Wohnungen noch günstig», sagt ein führender Immobilienvertreter, «als aber das Projekt America's Cup präsentiert wurde, war die Gegend über Nacht interessant.» Vermögende kauften sich eine Wohnung und profitieren gleich doppelt. Die Investitionen werten die Gegend auf, und während vier Jahren kann man diese Wohnungen für gutes Geld an die America's-Cup-Leute vermieten. Für die Mitarbeiter bezahlt Alinghi ohne Weiteres eine Monatsmiete von 1000 Euro, der offizielle Durchschnittslohn in Spanien beträgt hingegen 1922 Euro brutto.

José Santamaria jedoch freut sich über den America's Cup. Er ist Inhaber des Restaurants Mediterraneo an der Strandpromenade von Pinedo auf der anderen Seite der Stadt. Seit dem America's Cup kommen die Valencianer lieber an diesen Abschnitt. Die Paella Valenciana kostet bei José immer noch 8 Euro.