08. September 2010

Categories : Archiv

Deutschsprachige Nachrichten aus Panamá

XVIII. Wein Ausstellung

Vom 15. bis 18. September findet im „Multicentro“ die „XVIII. Expo Vino“ statt.

800 unterschiedliche Weinsorten sollen vorgestellt werden wie Delikatessen und andere Speisen, die in Panamá angeboten werden.

Erst vergangene Woche fand im Atlapa Zentrum die „Karawane“ statt, eine kleine „Weltausstellung“, wo Stände aus ca. 80 Ländern auf privater Initiative und zu wohltätigen Zwecken Produkte ihrer Heimatländer anboten. Auch hierbei spielte das Kulinarische eine gewisse Rolle, wenn auch nicht die alleinige. Wäre am deutschen Stand nicht neuerdings in Panamá selbst gebackenes deutsches Brot frisch angeboten worden, wäre es wieder nur bei langweiligen Würstchen, Gulaschsuppe und Bier verblieben - „Humba, humba, humba - tätera!“

Italiener und Griechen hatten dagegen sehr wohl Delikatessen gepaart mit Fröhlichkeit und Gesprächsbereitschaft anzubieten, die Dominikanische Republik konkurrierte selbst in Panamá mit ihrem eigenem Kaffee und darüberhinaus mit Aloe Vera Natur-Kosmetik Produkten. Die Schweiz bot herausragenden selbstgebrannten „Pflümli“ an, lateinamerikanische Länder wie auch Japan und Vietnam verlegten sich mehr auf das Kunstgewerbe.

Nun also „Expo Vino“. Da sollten sich die Deutschen besser ganz raushalten, wenn sie denn nicht mit badischem Wein kommen. Der Rest ist bekanntlich „Von der Sonne verhöhnt“.

Aber der neue deutsche Bäcker sollte sich überlegen, bei der Weinausstellung eventuell die „Neutralisationshäppchen“ zu liefern.

Konkurrenz für PriceSmart

Daß kleine asiatische Lebensmittelgeschäfte eine starke Marktposition in Panamá haben, sieht jeder auf den ersten Blick.

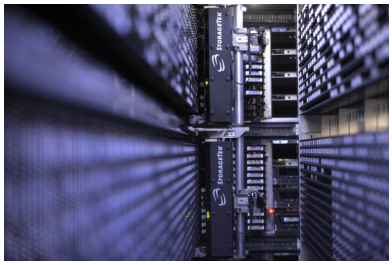
Nun kommen auch die Großmärkte in den Focus.

Diese Woche öffnet in David (Chiriquí) - direkt gegenüber vom unmittelbaren Konkurrenten PriceSmart auch noch - der ähnlich gestrickte neue Großmarkt „Song Depot“. Er wird also ebenfalls in der Vía Panamericana gelegen sein. In die Niederlassung hat man USD 3 Millionen investiert.

Der PriceSmart hatte im April eine Gesamtinvestition in Panamá abgeschlossen gehabt in Höhe von USD 40 Millionen mittels der Filiale in der Vía Tocumen in der Hauptstadt.

Der PriceSmart hat in Panamá derzeit ca. 70.000 Mitglieder. Nur mit einem derartigen Mitgliedsausweis kann man dort einkaufen. Anders als etwa in der deutschen „Metro“ gibt es für die Einkaufsberechtigung als einzige Bedingung die Zahlung der Jahresgebühr für den Ausweis, man muß kein Geschäft nachweisen.

C&W geht nach Panamá Pacifica



„Cable & Wireless“ wird sein hochmodernes neues Datencenter errichten In der Wirtschaftssonderzone von Panamá Pacifico (AEEPP) in Howard. Bekannt ist das prinzipiell schon länger.

Mit dem Datencenter dort wird würde die Leistung seines Unternehmens einen deutlichen technologischen Sprung nach vorn machen, erklärte C&W Direktor José Quintero. Das läge nicht zuletzt daran, daß man von dort gut Lichtwellenleitungssysteme (LWL - hier „fibra óptica“ genannt) anschließen könne über die Puente de las Américas und bis zu den Schleusen von Miraflores. Damit gewährleiste man künftig hochmoderne Anschlüsse.