



1



4



5



6



7



2



3

SHOPPING GUIDE 2018 & POP-UP-STORE

Preisregen und Modeschau

GLAMOURÖSER TEENIE. 13 wird er heuer, der Shopping Guide. Als fancy Einkaufsführer für den heimischen Einzelhandel ist er konzipiert und wartet jährlich neben vertrauten Größen mit allerlei Geheimtipps für Einkaufsbegeisterte auf. Die heurige Präsentation im ViennaBallhaus glänzte nicht nur mit einer Modenschau von **Anelia Peschev**, Designerin of the Year, sondern auch mit dem Enjoy Shopping Pop-up-Store, einem Querschnitt heimischer Brands. Als Highlight wurde der Enjoy Award für die besten Shops verliehen, nebst Fashionfixstern Peschev (Kategorie „Austrodesign Abendmode“) wurden **Karl Lagerfeld** (Kategorie „Damen Luxus“) oder **Marie Boltenstern** (Kategorie „Austrodesign Accessoires/Schmuck“) ausgezeichnet. (kai) www.shoppingguideaustria.at

1. Enjoy Award-Preisträgerin Marie Boltenstern (Mi.) mit Moderatorin Carina Schwarz (re.) und Shopping Guide-Herausgeberin Irmie Schüch-Schamburek; 2. Designerin Anelia Peschev; 3. Shopping Guide Mastermind Alexandra Otto (medianet); 4. Enjoy Award für Luis Trenker/Philipp Egger; 5. Enjoy Award für Karl Lagerfeld/Adina Olensky; 6. Enjoy Award auch für Claudia Ginalsky; 7. Guy Debast, Simona Katzlinger, Alexis Fernandez (v.l.); 8. Preisträgerin Petra Wiesner; 9. Gastgeberin Hannah Neunteufel/ViennaBallhaus.



8



9

© Gregor Turecek/Dodge and Burn (9)



Oma Wurst

Familiär vorbelastet, ist die heimische Brut schon seit geraumer Zeit Fan einer ganz speziellen Marke.

Kommentar

••• Von Eva Kaiserseder

ANGEFIXT. „Heidi, Heidiii, deine Welt sind die Berger-Schinken ...“, tönt es mit glockenhellem Stimmchen aus dem Kinderzimmer. Die Dreijährige ist smart, die Dreijährige ist eine autonome Zelle und die Dreijährige weiß, was sie will – und das ist seit geraumer Zeit Bergerschinken, aber zacki.

Und exklusiv. Weils nicht wurscht ist, gell, Frau Conchita. Und nein, nicht die göttliche Fügung wars, sondern eine gewisse, nennen wir es, familiäre Präferenz. Denn Oma E. ist Aficionado. Oma E. ist passionierte Berger-„Werbedame“ und hört mitnichten mit Dienstende auf, ihr Lieblingsprodukt gekonnt an Mann, Frau und Kind zu bringen. Ich bin auch grundsätzlich bestens informiert, was „die Kundschaft“ zu neuen Produkten sagt und warum die Klassiker Klassiker sind. Oma E. ist nämlich in ihrer

Funktion als Hui-Verkäuferin zusätzlich auch noch Marktforscherin und Soziologin und – ganz wichtig – sie interessiert sich für die Kundschaft. Das merken die Leute. Sollten Sie also demnächst im Supermarkt Ihres Vertrauens eine große, im Gute-Laune-Swing befindliche Frau mit kurzen weißen Haaren und exzentrischer Brille sehen: Verweilen Sie doch auf ein Schwätzchen und eine Kostprobe. Sie werden es nicht bereuen. Und vermutlich für den Rest Ihrer Tage nur mehr Berger-Produkte kaufen wollen.