



© Metro/Wolfgang Prinz (3)

METRO

Start-ups am Start

VORBILD. Metro Cash & Carry unterstützt Start-ups: Nach Deutschland bringen nun drei Metro-Märkte in Österreich (Vösendorf, St. Pölten, Dornbirn) sogenannte Start-up-Regale, in denen junge Unternehmen ihre Produktneuheiten präsentieren. Metro Österreich-CEO **Arno Wohlfahrter** dazu: „Mit dem Projekt ‚Start-up-Regal‘ zeigen wir neue Produkte und Innovationen im Foodbereich und fördern gleichzeitig Start-ups, die erste Handelserfahrungen im B2B-Umfeld sammeln.“ Zu den ersten vier Start-ups gehören u.a. Helga, ein Algendrink, oder der gesunde Schokoriegel „pumpin’ panda“. (kai)

1. Christian Weber (Geschäftsleiter Metro Vösendorf), Arno Wohlfahrter (CEO Metro Österreich), Michael Pirka (Abteilungsleiter Sortimentsstrategie Metro Österreich, v.l.); 2. Helmut Schuster (Einkaufsleiter Metro Österreich); 3. Eines der neuen Start-up-Regale.



KARRIERE



© Kurt Kracher

Angelika Günther hat mit Jahresbeginn die Leitung Marketing und Kommunikation der LGV-Frischgemüse übernommen. Damit verantwortet die 29-Jährige die kommunikationsseitige Neupositionierung der Gärtnergenossenschaft sowie den Relaunch des gemeinsamen Markenauftritts der Gemüsespezialitäten der Wiener Gärtnerfamilien.



© SparPhoto-Graphics

Gerhard Weinberger, Filialorganisationsleiter Spar-Zentrale Marchtrenk, Johann Schatzl, Marktleiter Eurospar Ried, und Marktleiter-Stv. Gertraud Schneglbberger.

SPAR

Auszeichnung

AND THE TANNE GOES TO ... Eurospar Ried im Einkaufszentrum SES Weberzeile! Die „Goldene Tanne“ gilt als höchste interne Auszeichnung im Spar-Universum, über die sich Marktleiter **Johann Schatzl** im Namen seines 42-köpfigen Teams freuen durfte. Bei der Verleihung dabei waren u.a. Spar-Vorstandsleiter **Hans K. Reisch** und **Jakob Leitner**, Geschäftsführer der Spar-Zentrale Marchtrenk. Ausschlaggebend waren die perfekte Optik des Markts, der mit 1.400 Quadratmeter Verkaufsfläche punktet, eine umfangreiche Sortimentsvielfalt, Top-Werte bei der Kundenzufriedenheit sowie die Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter. (kai)



Die Handelsspannerin

••• Von Eva Kaiserseder

TALL IS BEAUTIFUL. Das Kuvert, mein heißgeliebter, gelber Freund aka Werbeprospekt unserer lieben Post, erzählt mir Folgendes: Der Diskonter meines Vertrauens dürfte irgendwie in der Zeitschleife gefangen sein. Fasching und Völlerei sind seit Mittwoch offiziell vorbei, zumindest für

Gefangen in der Zeitschleife

Fasten, Detox, usw. – so mainstream! Dachte sich auch Hofer, gewohnt individualistisch – und kontert gekonnt.

dieses Jahr, und was macht Hofer? Bietet unter dem Namen „XXL – Noch mehr für weniger Geld“ einen Tag nach Aschermittwoch so neckische Dinge wie 25 Kilo Zucker, 5 Kilo Ketchup oder ein Kilo Schokobits an. Was sagt uns das? Der Handel reagiert auf den nach wie vor munter wachsenden Atheismus und bietet das gediegene Rundumpaket für Fastenverweigerer an? Oder man hat sich in der Woche vertan, und eigentlich wärs als Verkleidung für Trump-Fans gedacht – Motto: Nichts macht mich

amerikanischer als der lässig geschulterte XXL-Ketchup-Kübel? Ein Mysterium ...

Ich persönlich zelebriere ja vorrangig eines: Dass der Fasching endlich vorbei ist. Verkleidungs- und Frohsinnszwang, kombiniert mit ob des Zucker- und Krapfenirrsinns völlig überdrehten Kindern – Hilfe! Die nächsten Wochen werden also garantiert ereignisfrei. Vielleicht sollte ich aber auch einfach den 25 Kilo-Sack Zucker kaufen und nach einem halben Jahr Zuckerentzug schauen, was passiert ... lei lei!