

Kauffrau mit viel Herz

... und Verstand: Danijela Veljkovic eröffnet ihren ersten eigenen Adeg Markt in Laxenburg auf 390 Quadratmetern.



© Philippe Ramakers/Douglas/CC BY-SA 4.0

Adeg Kauffrau Danijela Veljkovic und ihr Team aus dem neueröffneten Markt in Laxenburg blicken optimistisch in die Zukunft.

LAXENBURG. Gestern Donnerstag, 8. März, eröffnete Kauffrau Danijela Veljkovic ihren ersten Adeg Markt. Sie bringt frischen Wind und neue Ideen ins modernisierte Geschäft im niederösterreichischen Laxenburg.

„Das schönste am Beruf der Kauffrau ist der Kontakt mit den Menschen. Die Leute sollen sich in meinem Markt wohlfühlen und gerne zusammenkommen“, sagt die junge Kauffrau, die in den vergangenen Jahren reich-

lich Erfahrung im LEH sammeln konnte.

Eine Frage der Lokalität

Auf 390 m² Verkaufsfläche bietet sie der Gemeinde Laxenburg und Umgebung weiterhin umfassende Nahversorgung mit einem Vollsortiment und Eigenmarken von „Ja! Natürlich“ bis „clever“. Darüber hinaus findet man über 200 lokale und regionale Produkte von insgesamt 30 Erzeugern direkt aus Niederös-

terreich und Umgebung. Denn: Als selbstständige Kauffrau ist Veljkovic die regionale Wirtschaft wichtig.

Neben den fünf Mitarbeitern, die sie vom Vorgänger übernimmt, möchte sie zukünftig das Team noch erweitern. „Eine engagierte, junge Kauffrau im Adeg Markt Laxenburg zu wissen, freut mich ganz besonders“, lobt entsprechend Adeg Vorstandsvorsitzende Alexandra Draxler-Zima (red)

Maggi mit neuer Kampagne

Wiener Agentur Fessler überzeugt Nestlé-Konzern.

WIEN. Das neue kommunikative Rezept für Maggi, einer der bekanntesten Marken in der Lebensmittellandschaft, stammt von der Wiener Agentur Fessler. Sie setzte sich im Herbst 2017 gegen zwei Mitbewerber durch und sorgt nun mit der Kampagne „Maggi? Mag'i!“ für Aufmerksamkeit.

Dabei handelt es sich bereits um den zweiten Etat-Gewinn

von Nestlé für das Team rund um Jörg Fessler, der sich schon seit über einem Jahr auch erfolgreich um diverse B2B-Kommunikationsprojekte von Nespresso kümmert. „Mit Maggi konnten wir nun zum zweiten Mal im Nestlé-Konzern überzeugen und unsere Markenexpertise unter Beweis stellen – das macht uns sehr stolz“, freut sich entsprechend Jörg Fessler. (red)



© Fessler

STRAFZÖLLE

EU will Steuern auf US-Produkte

BRÜSSEL. Wegen der drohenden US-Strafzölle auf Stahl und Aluminium bereitet die EU ebenso drastische Gegenmaßnahmen vor. Mögliche US-Produkte, auf die die Europäer ihrerseits Strafzölle erheben könnten, umfassen unter anderem Erdnussbutter, Orangensaft und Whiskey. (APA)

KONZERNE

Procter & Gamble spart bei Werbung



© P&G

CINCINNATI/OHIO. Im Werbesektor geht die Furcht vor drastischen Budgetkürzungen des US-Konsumgüter-Konzerns Procter & Gamble um. Anleger stießen am Mittwoch Aktien großer Werbeagenturen ab: Publicis verlor in Paris 2,5 Prozent, WPP in London 1,6 Prozent.

Der Konzern will seine Zusammenarbeit mit Werbepartnern weiter reduzieren. Einem Bericht der britischen Tageszeitung *The Telegraph* zufolge will Procter & Gamble mehr Geld in interne Analysen stecken und plant, seine Werbeausgaben zurückzufahren.

Die *Financial Times* berichtete, dass die Amerikaner über die nächsten drei Jahre rund 1,25 Mrd. USD (eine Mrd. €) weniger für Werbeagenturen ausgeben wollen. (APA)