

KARRIERE



© NÖM

Veronika Breyer

NÖM

Veronika Breyer übernahm per 1.1.2020 die Abteilungsleitung Marketing bei der NÖM AG. Die gebürtige Badenerin ist seit Oktober 2014 bei der Badener Molkerei und zeichnet in den letzten Jahren als Senior Brand Manager für die Dachmarke NÖM verantwortlich. In ihrer neuen Funktion wird sie ein Team aus vier Produktmanagern, einer PR-Managerin, zwei Grafikern und einer Assistentin führen.



© Ottakringer

Kerstin Neumayer

Ottakringer

Kerstin Neumayer ist seit 15. Jänner Marketingleiterin der Wiener Traditionsbrauerei. Neumayer war bis Anfang 2019 Vorstandsvorsitzende der Merkur Warenhandels AG und davor 20 Jahre Marketingleiterin der Billa AG. Neumayer dazu: „Meine Aufgabe ist es, Ottakringer als Marke für die Menschen erlebbar zu machen. Ich mag das Bier, ich mag die Marke und ich freue mich darauf, die Zukunft maßgeblich mitzugestalten.“



© Christian Dusek/Billa

Starkes Team
432 neue Mitarbeiter fanden 2019 den Weg zu Billa; insgesamt bringt es die Supermarktkette jetzt auf 1.104 Filialen mit mehr als 20.000 Mitarbeitern.

Billa zieht für 2019 innovative Bilanz

Innovationshöhepunkt 2019 war die erste Scan & Go-Filiale, bei den Eigenmarken gab es einen Relaunch.

WIENER NEUDORF. Bei Billa stand das abgelaufene Jahr 2019 im Zeichen von Wachstum und Innovation – Zweitere wurde zuletzt mit der Eröffnung der ersten Scan & Go-Filiale in Wien Meidling zur Schau gestellt; dort kann nun am Standort Euro Plaza der Einkauf allein via Smartphone erledigt werden – das Anstellen an der Kassa entfällt gänzlich.

„Wir blicken zufrieden auf das Jahr 2019 zurück, denn wir haben uns auch im vergangenen Jahr begeistert für Lösungen eingesetzt, die vor allem eines zum Ziel haben: allen unseren Kundinnen und Kunden ein volleres Leben zu ermöglichen“, erklärt Billa-Vorstandssprecher Robert Nagele. Dafür wurden österreichweit 31 neue Filialen eröffnet, 38 Filialen moderni-

siert und die Click & Collect-Filialen auf 100 ausgebaut. 432 neue Mitarbeiter konnten in 2019 bei Billa andocken. Mithin verweist die Rewe-Supermarktkette auf 1.104 Filialen und mehr als 20.000 Mitarbeiter.



© Peter Rigaud/Billa

Billa-Vorstand Robert Nagele.

Eigenmarke neu sortiert

Die Eigenmarke Billa wurde 2019 einem Relaunch unterzogen – und ausgebaut. Das Sortiment umfasst nun mehr als 500 Produkte; ihre Anforderungen: Sie liegen im Trend, haben einen leistbaren Preis und werden so weit wie möglich regional hergestellt. „Regionalität ist für uns ein zentrales Thema, das wir gemeinsam mit rund 370 österreichischen Produzenten umsetzen. Zudem werden wir in unseren Filialen ab Mitte 2020 Frischfleisch nur mehr aus österreichischer Erzeugung anbieten“, sagt dazu Billa-Vorstand Elke Wilgmann.

Weiters wurden im vergangenen Jahr Lebensmittel im Wert von rund 16,5 Mio. € gespendet – als „ein Zeichen für Menschlichkeit“, so Nagele. (red)