

## GETRÄNKE

**Rauch legt um 33,4% im Erlös zu**

RANKWEIL. Der Vorarlberger Fruchtsafthersteller Rauch verzeichnete 2022 mit 1,535 Mrd. € einen neuen Umsatz-Höchstwert (2021: 1,151 Mrd. €). Gegenüber dem Vorjahr bedeutet das ein Plus von 33,4%. Der Anteil des international erzielten Umsatzes liegt bei 72,2% (red)

## SPENDENAKTION

**Adeg hat ein Herz für die Feuerwehr**

EBENTHAL. Regionale Schmankerl zubereiten und gleichzeitig Gutes tun – das war das Motto der Kampagne um das Adeg Land & Leut' Kochbuch im vergangenen Winter. Für jedes verkaufte Exemplar geht ein Großteil des Erlöses an den jeweiligen Landesfeuerwehrverband. Stattliche 10.000 € kamen zusammen, die Spende wird gleichmäßig auf die Verbände aufgeteilt.

**Hohe Wertschätzung**

In Ebenthal überreichte Adeg Kaufmann Alexander Maier am 22. März 2023 feierlich den Scheck von 1.250 € an Landesfeuerwehrkommandant Rudolf Robin (Bild). Maier: „Auf die Freiwillige Feuerwehr ist immer Verlass, weshalb unsere Wertschätzung ihr gegenüber natürlich enorm hoch ist.“ (red)



© Adeg/Karlheinz Fessl

# Verspielter Osterhase

Der Wiener Spielwarenhandel macht beträchtliche zehn Prozent seines Jahresumsatzes mit dem Ostergeschäft.



© PantherMedia/FamVeldman

**Osterfreude**

Zu Ostern werden gern Spielwaren verschenkt, besonders beliebt sind neben Lego und Playmobil Kinderfahrräder.

WIEN. Wenn es um Geschenke geht, ist Ostern nach Weihnachten der Main-Event. Pro Kopf werden heuer durchschnittlich 50 € ausgegeben, für Kinder sogar 70 €. „Neben süßen Schokohasen und bunten Eiern landen vor allem Spielwaren im Wiener Osternest“, erläutert Margarete Gumprecht, Obfrau der Sparte Handel in der Wirtschaftskammer Wien. „Passend zum Frühlingsbeginn sind besonders Outdoor-Spielsachen gefragt

– vom Sandspielzeug bis zum Federball-Set oder einem neuen Ball.“

**Mitbringsel unter 20 Euro**

Ein Großteil der Geschenke fällt auf Produkte unter 20 € wie Sammelfiguren- und Karten, Bastelsachen oder kleine Spiele. Die Klassiker im Osternest lauten auf Lego, Duplo und Playmobil. „Die meisten Geschenke werden von den Kunden nicht gezielt gesucht, sondern spontan beim

Einkaufen mitgenommen – also klassische Mitbringsel und kleine Osterüberraschungen“, so Gumprecht. Folgerichtig spielt in diesem Sortimentsbereich der stationäre Handel die unumstrittene Hauptrolle.

Mit Käufen vor den Osterfeiertagen machen die Spielwarenhändler rund zehn Prozent des Gesamtumsatzes (60 Mio. €). Fast jeder vierte Wiener, der zu Ostern Geschenke macht, besorgt Spielwaren (23%). (red)

## Mittendrin im Chips-Sackerl

Kellys immersive Werbeaktion in Wien Mitte The Mall.

WIEN. Wer in der Vorwoche durch The Mall in Wien Mitte spazierte, kam in den Genuss eines interaktiven Erlebnisses der besonderen Art: Kellys nutzte nämlich eine revolutionäre Technik und spielte in Partnerschaft mit Ingage Media einen Werbespot aus, der die Chips dreidimensional durch die Luft der Mall schweben ließ. Man war also quasi mittendrin

im Chipssackerl oder am Feld zwischen den Erdäpfeln – ganz ohne zusätzliche Hardware wie 3D-Brille oder Bildschirm.

Bei dem Werbespot wird eine Hypergram-Aktivierung genutzt, eine neue holografische Technologie. Das Hypergram-Display macht herkömmliche Bildschirme oder Brillen überflüssig und ermöglicht so ein immersives und interaktives Erlebnis. (red)



© Kellys