

event der woche

Toblerone: Von Adlern, Bären und Bergen

Unsere Großväter kennen sie, unsere Väter und auch wir – Toblerone, die dreieckige Schokolade aus den Schweizer Bergen. Heuer feiert die beliebte Süßware in stilvoller Verpackung ihren hundertsten Geburtstag. Es könnte wohl keinen besseren Anlass geben, um nun auch in Österreich auf Tour zu gehen, dachte sich Gerhard Neumayr, Süßwaren-Chef von Kraft Foods Österreich. Und so gastiert die Wanderausstellung „100 Jahre Toblerone“ bis 11. Oktober im designforum im



Gerhard Neumayr (Kraft Foods) und Andreas Tobler (r.) haben die Toblerone-Ausstellung eröffnet.

Wiener MuseumsQuartier. Bei der Eröffnung durfte freilich auch Andreas Tobler, Enkel des Toblerone-Erfinders und Buchautor, nicht fehlen. Geredet wurde im Anschluss vor allem über die Werbung der beliebten Schoko-Marke. Von Adlern und Bären bis zu Bergen und Tälern – Toblerone verspricht auf Plakaten, Leinwänden und in TV-Spots nicht nur Gaumenfreuden, sondern auch das Einswerden mit Mutter Natur.



MODE-OFFENSIVE.
Max-Well-Chef Mario Haidinger etabliert nach Wiener Vorbild seine Geschäfte in ganz Europa.

Austro-Mode für Europa

Es war ein Schritt ins Ungewisse, als der gelernte Offsetdrucker Mario Haidinger das Fach wechselte und ins Modebusiness einstieg. 1993 gründete der 48-Jährige das Modelabel Max Well und eröffnete noch im selben Jahr seinen ersten Store in Wien-Meidling. Heute entwirft er gemeinsam mit seiner Frau Monike jährlich zwei Damen-Kollektionen, die er über sechs Filialen vertreibt. Neben eigenen Entwürfen führt Max Well auch internationale Marken wie Guess, GF Ferre oder Strenesse. Rund 28.000 Stück – vom Blazer bis zum Gürtel – gehen so pro Jahr über die Ladentische. Anders als die Konkurrenz lässt Haidinger beinahe die Hälfte seiner Kollektionen in Wien fertigen, der Rest wird ausschließlich in Ita-

lien produziert. Mit diesem Konzept erwirtschaftet der Designer Umsätze im siebenstelligen Bereich. „2007 erzielten wir ein Plus von 16 Prozent“, erzählt Haidinger. Der Erfolg treibt jetzt die Expansion des Austro-Designers voran. Sein Ziel: „Ich will Max Well international etablieren.“ Anfang 2009 soll ein Shop in Bratislava eröffnet werden, im Frühjahr folgt Zagreb. Auch über einen eigenen Standort in München wird derzeit intensiv verhandelt. Die Finanzierung soll aus dem Cashflow erfolgen. Franchising oder der Vertrieb über fremde Boutiquen „sind nicht unser Weg. Das Label soll exklusiv bleiben“, erläutert Haidinger. „Und warum soll international nicht möglich sein, was in Wien bestens funktioniert?“

Molkereien unter Druck

Eine Studie des Beratungsunternehmens Arthur D. Little malt ein etwas trübes Zukunftsbild für die österreichischen Milchverarbeiter: Der Druck zum Zusammenschluss steige, problematisch sei auch der im Europa-Vergleich hohe Milchpreis, den die heimischen Bauern bekommen.

Spar Vital baut aus

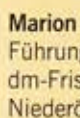
Seit einem Jahr hat die Handelskette Spar eine Eigenmarke, die ausgewogene Ernährung unterstützt. Mittlerweile umfasst das Sortiment 70 Produkte. Noch im Oktober wird Spar Vital in Tschechien und in Ungarn eingeführt. Im Frühjahr kommen die Produkte in slowenische und kroatische Regale.

personalities der woche

Alfred Lehner, 62, Geschäftsführer der Vereinigten Fettwarenindustrie, verbessert Rezeptur und Design des Speisefett-Klassikers Ceres.



Heidi Obermeier, 45, Chefin von Fressnapf Österreich, bietet in den Filialen ab sofort auch Reisen an. Buchung und Infos: www.fressnapf-reisen.at



Marion Mohrmann, 32, übernimmt die Führung von sieben dm-Filialen sowie dm-Friseur- und Kosmetikstudios in Niederösterreich und im Burgenland.



ticker die newflashes der woche

- +++ **Start-up.** Diät-Caterer Bodyfriend startet mit Hauszustellung leichter Kost. Infos: www.bodyfriend.at
- +++ **Ikea.** Der Umsatz der schwedischen Möbelhandelskette stieg 2007/08 um 7,9 Prozent auf 531,6 Millionen Euro.
- +++ **Hauptbahnhof Wien.** ECE erhält Zuschlag für Shopping-Center.