

Panoptikum

» Agenturecke

Expats in Wien

„Das Unternehmen Presup Professional Expat Support mit Sitz im Palais Palffy am Josefsplatz in 1010 Wien unterstützt Arbeitskräfte die aus dem Ausland nach Wien kommen, sowie Unternehmen die solche Arbeitskräfte beschäftigen. Presup setzt es sich als Ziel, für jeden Expat die Zeit in Wien so erfolgreich wie möglich zu gestalten und ihn gemäß seiner Wünsche und Anforderungen bestmöglich zu unterstützen. Der Service reicht von klassischen Relocationleistungen wie Umzugshilfe und Wohnobjektsuche, sowie Beratung bei der Schulplatzwahl und Erledigung von Behördengängen bis hin zu vielen anderen Angeboten. Das Hauptaugenmerk liegt jedoch auf einer gelungenen und nachhaltigen Integration ins soziale Umfeld, dessen Wichtigkeit bisher oft vernachlässigt wurde.“

Die beiden Gründerinnen Julia Mende und Jelena Milenovic erklären: „Nur ein Mitarbeiter, der sich rundum wohl fühlt und in Wien auch ein erfülltes Sozialleben hat, kann berufliche Höchstleistungen erbringen. Dies ist nicht nur für den Expat selbst ein Vorteil, sondern auch für seinen Arbeitgeber.“

Ein flexibles Modulsystem ermöglicht die einfache Kombination aller Leistungen je nach Bedarf und Budget. Presup nimmt sich Zeit, um mit jedem Kunden bzw. seinem Arbeitgeber ein individuelles Konzept zu erarbeiten, um seinen Aufenthalt in Wien für alle Beteiligten zu einer bereichernden und erfolgreichen Erfahrung zu machen.



Die beiden Geschäftsführerinnen Julia Mende (re.) und Jelena Milenovic kennen das Leben als Expat aus eigener Erfahrung.

» Consumer Watch

Zu vollmundig

Ein Marktcheck der deutschen Verbraucherzentrale will zeigen: Die Werbebotschaften für Energy-Riegel, -Bonbons, -Kaugummis und Ähnliches gehen an der Realität vorbei, Verzehrhinweise und Warnhinweise fehlen. Hier ein Auszug der kritisierten Werbesprüche:

„... sofort voll drauf ... verboten geil!“, „Länger durchhalten, länger wach bleiben, länger feiern“, „macht die Nacht zum Tag!“, „Zu Risiken und Nebenwirkungen frag Deinen Dealer oder Barkeeper“. Abgesehen von einigen „Ausreißern“ erreichen die meisten der begutachteten Produkte im Koffeingehalt aber gerade eine Tasse Kaffee. Warnhinweise zur ungefährlichen Dosierung würden fehlen. Ab Dezember 2014 kommt für alle koffeinhaltigen Lebensmittel der zwingende Hinweis: „Enthält Koffein. Für Kinder und schwangere Frauen nicht empfohlen“.

» Herr Richter mag's gern gut geplant

Sind die fetten Jahre vorbei?

RegioPlan beschäftigt sich seit Jahren mit der Entwicklung der Verkaufsflächen. Doch so wenig EKZ-Neueröffnungen wie heuer gab's nur selten.

DI. WOLFGANG RICHTER
Eigentümer & Geschäftsführer RegioPlan

„Dass 1989 und 1990 sich nicht mehr wiederholen, ist wohl jedem klar. Damals entstanden große Center wie die Plus City, das Center West, das Shopping Center Nord oder die Lugner City. Mit mehr als 200.000 m², die in diesen zwei Jahren – allein in Form von neuen Centern – entstanden, war das der Höhepunkt in der österreichischen Entwicklung von Einkaufszentrenflächen und nach der Eröffnung der Shopping City Süd 1976 ein weiteres Highlight in der Geschichte der gewerblichen Immobilien.“

Das vor kurzem umgebaute und refurbishte Center war damals schon eines der größten Europas und hält sich mit einer vermietbaren Fläche von aktuell circa 170.000 m² bis heute im Top-5-Ranking der größten Einkaufszentren Europas. Doch seither



flackerten nur mehr kleinere Sterne am Shopping-Center-Himmel auf: G3 oder Atrio heißen zwei davon.

Im vergangenen Jahr 2013 wurden nur noch drei kleine Center in Österreich eröffnet, die eine zusätzliche Fläche von lediglich ca.

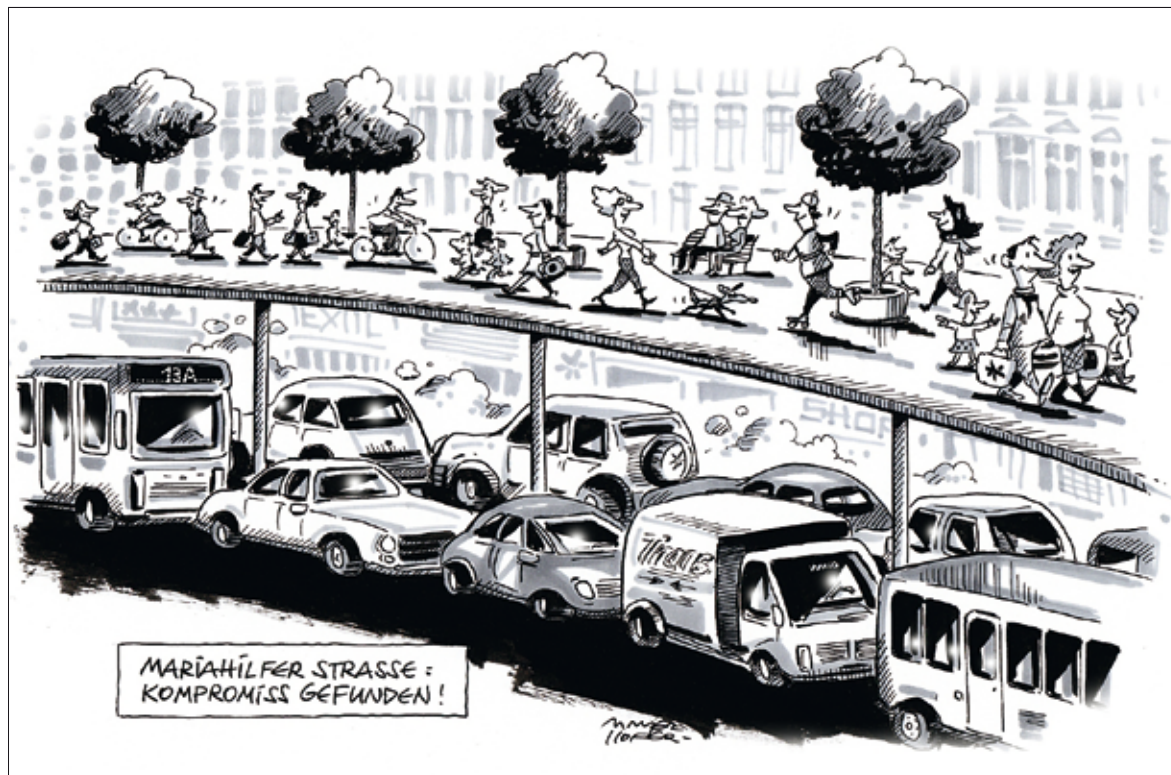
30.000 m² neu auf den Markt brachten: das Bloomfield in Leobersdorf, der Löwenpark in Melk und die Kufsteiner InnenstadtShops Kiss.

Auch für 2014 sind mit hoher Sicherheit nur zwei Eröffnungen geplant – das Shopping Center am neuen Wiener Hauptbahnhof mit 20.000 m² und das City Gate in der Wagramer Straße in Wien mit ca. 20.000 m².

Doch eines vergisst man bei all den Unkenrufen gerne: Trotz weniger Neubauprojekte sorgen die Erweiterung und das Refurbishment von bestehenden Shopping Centern für einen weiteren Flächenanstieg.“

» Cartoon

Gerald Mayerhofer



» Jetzt mal ehrlich, Herr Schalla

Wie „österreichisch“ ist das „Jeden Tag“-Sortiment?

Die ZHG hat in Deutschland, Österreich und der Schweiz Niederlassungen und ist ein 100%-iges Tochterunternehmen der Handelsmarken GmbH, die wiederum eine 100%-ige Tochter der Markant AG mit Sitz in der Schweiz ist. André Schalla, ZHG-Geschäftsführer, über die Österreich-Orientierung bei der Sortimentsgestaltung von „Jeden Tag“ (JT).

Wie viele JT-Produkte werden aktuell in Österreich hergestellt?

Vom 450 Artikel starken Gesamtassortiment an „Jeden Tag“-Produkten in Österreich, das sich über alle relevanten Warenbereiche zieht, werden zur Zeit 100 Artikel von 30 österreichischen Lieferanten produziert. Das entspricht einem Anteil von 42 Prozent



des Gesamtumsatzes, den wir mit Produkten österreichischer Lieferanten erzielen.

Österreich ist ein „Milchland“. JT-Molkereiprodukte kommen zum Teil noch aus dem Ausland. Wird sich das ändern?

Eine 100-Prozentlösung wird es nicht geben. Wir versuchen positive Synergieeffekte für unsere Handels- und Industriepartner zu erzielen. Das gilt auch für Handelsmarken wie „Jeden Tag“. Wir kennzeichnen aber nur diejenigen „Jeden Tag“-Verpackungen eindeutig mit österreichischem Herkunftsnachweis, die auch tatsächlich in Österreich hergestellt wurden. Bei diesen Produkten ist auch der Inverkehrbringer der Waren die ZHG Österreich. Bei Produkten aus Deutschland wird anders deklariert.