

## SHORT

**Rewe verspürt weiter Übernahmehunger**

**Köln.** Der Handelsgruppe Rewe ist auch nach der Übernahme von mehr als 300 deutschen Plus-Filialen der Appetit auf Zukäufe nicht vergangen. Trotz der Wirtschaftskrise wolle Rewe sich 2009 Gelegenheiten für Zukäufe anschauen, sagte Vorstandschef Alain Caparros. Es habe bereits Anfragen von anderen Unternehmen gegeben. 2009 will Rewe rund 1,6 Mrd. € investieren – Zukäufe nicht eingerechnet, berichtet Reuters. (APA)

**McDonald's lanciert neue Verpackungen**

2008 erzielte McDonald's Österreich einen Umsatz von 406 Mio. €.

**Wien.** Seit Anfang März werden Hamburger, Big Macs und Co neu verpackt. Bis 2010 sollen alle 118 McDonald's-Länder die neue Verpackung verwenden. Neben einem Produktfoto und dem Produktnamen finden sich auf der Verpackung ab jetzt mehr Informationen über den enthaltenen Nährwert, die Inhaltsstoffe sowie eine Abbildung der enthaltenen Nahrungsmittel. (APA)

**Baumärkte erneut mit weniger Umsätzen**

**Köln.** Die Baumarktbranche hat 2008 erneut an Umsatz verloren. Der Erlös sank im Vergleich zu 2007 um 2 Prozent auf 17,55 Mrd. €. Vor allem das Frühjahrsgeschäft sei enttäuschend verlaufen. Auch die hohe Inflationsrate habe die Konsumlust geschmälert. Nach einem guten Start ins Jahr 2009 zeigt sich die Branche aber zuversichtlich. (dpa)

**Rekordjagd geht 2009 voraussichtlich zu Ende**

Adidas zeigt sich für 2009 wegen der weltweiten Rezession vorsichtig.

**Herzogenaurach.** Der Sportartikel-Herstellers Adidas erzielte 2008 neue Bestwerte bei Umsatz und Gewinn. Der Überschuss kletterte im vergangenen Jahr um 16% auf 642 Mio. €, der Umsatz stieg um 5 Prozent auf 10,8 Mrd. €.

Für 2009 rechnet Adidas mit einem geringeren Gewinn je Aktie. Der Umsatz dürfte währungsbereinigt um einen niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentsatz sinken. Zudem soll der Schuldenberg von 2,2 Mrd. € reduziert werden. (APA)

**swissies** Ein neuer, als revolutionär propagierter Kinderschuh kommt in Kürze in den österreichischen Schuhfachhandel

# Ständig in Bewegung – ein gesunder Schuh fürs Kind

Michael Garzon, Gründer und ehemaliger CEO von MBT, möchte die Branche revolutionieren.

JUTTA MAUCHER

**Wien.** „Nur ein Prozent aller Babys hat kranke Füße, aber schon 60 Prozent aller 37-Jährigen haben Fußprobleme“, zitiert Christian Lutz, einer der beiden swissies-Gründer, eine wissenschaftliche Studie. Und sein Partner, Michael Garzon, ergänzt: „Mangelnde Reize an das Gehirn – durch zu wenig Bewegung oder monotone Impulse, die unser Gehirn meist durch normale Schuhsohlen erhält – schwächen nachweislich die Konzentration und Aufmerksamkeit.“

Swissies sind nunmehr die ersten Kinderschuhe, deren Sohle einen veränderlichen Untergrund schafft, der sowohl Nerven als auch Muskeln fördert und trainiert. „Unsere Schuhe unterstützen eine gesunde Entwicklung, da durch die Stärkung der Muskulatur die Haltung verbessert und durch die variable Aktivierung der Nerven die Aufnahmefähigkeit und Kreativität positiv angeregt wird“, erklärt Michael Garzon.

**Wie die Kinder fühlen**

Und Garzon kennt sich auf diesem Gebiet bestens aus: Er hat vor zehn Jahren den MBT (Masai Barefoot Technology)-Schuh, den Trainingsschuh für den Alltag, entwickelt: „Aufgrund meiner Erfahrung, die ich während meiner Zeit als CEO bei MBT machen konnte, war es mir ein dringendes Bedürfnis den Kinderschuhmarkt zu revolutionieren und etwas Positives für die Entwicklung unserer Kinder zu tun. Wir wollen von Anfang an Vorsorge anbieten und informieren, worauf es beim Schuhkauf für Kinder ankommt. Aus diesem Grund stellen wir den Händlern auch swissies-Matten zur Verfüg-



Michael Garzon und Christian Lutz, swissies-Gründer, bringen Kinderfüße auf einen weichen und veränderlichen Untergrund.

ung, die den Eltern die Möglichkeit geben, zu fühlen wie das Kind steht, geht oder sich bewegt.“

**In 24 Stunden durch Europa**

Offiziell werden die Schuhe auf der GDS (International Event for Shoes and Accessoires) vom 13. bis 15. März in Düsseldorf dem internationalen Schuhhandel vorgestellt. Gleichzeitig startet swissies den Aufbau eines globalen Netzes an Vertriebspartnern in Europa, Amerika und Asien, um möglichst rasch in vielen Ländern swissies in den Fachhandel zu bringen. „Im Gegensatz zum üblichen Vororder-System der Schuhbranche beliefert swissies den Fachhandel über ein hochmodernes,

„Das Gesundheitsbewusstsein ist sehr hoch. Daher gehen 89 bis 99 Euro für swissies in Ordnung, sagen uns Eltern.“

MICHAEL GARZON, SWISSIES

europäisches Zentrallager in Ungarn, welches es dem Handel über Online-Systeme ermöglicht, jeder-

zeit individuell Ware zu bestellen, die innerhalb Europas binnen 24 Stunden ausgeliefert wird“, sagt Christian Lutz, der den Bereich Logistik verantwortet.

Die innovativen Schuhe haben einen empfohlenen Verkaufspreis von 89 bis 99 € und sind in den Größen 25 bis 36 erhältlich. „Eine Umfrage unter Eltern zeigt uns, dass der Preis in Ordnung geht, da das Gesundheitsbewusstsein heutzutage sehr hoch ist und viele bereit sind, dafür auch Geld auszugeben.“ Auch der Schuhhandel zeigt massives Interesse an dem Produkt. „Wir wollen aber nicht, dass sich die Händler konkurrieren. Swissies werden daher nicht in jedem Geschäft erhältlich sein“, so Garzon.

**Jubiläum Jährlich werden 16.000 Hörsysteme angefertigt Zehn Jahre Hartlauer-Hörgeräte**

**Steyr.** Mit insgesamt 93 Hörstudios ist Hartlauer seit zehn Jahren auf dem Gebiet der digitalen Hörsysteme am österreichischen Markt präsent. Jeder vierte Österreicher, der ein neues Hörgerät benötigt, vertraut dabei auf die Produkte des heimischen Unternehmens. Dies führt zu einer jährlichen Produktion von über 16.000 digitalen Hörsystemen.

„Seit nunmehr zehn Jahren beweisen wir unsere Stärke am Hör-

gerätemarkt. Bei uns steht der Kunde im Mittelpunkt – wir garantieren ihm nicht nur den besten Preis, sondern auch höchste Qualität und ein Rundum-Service mit hochqualifizierten, geprüften Mitarbeitern“, ist Robert F. Hartlauer überzeugt. Gefeierte wird das Löwen-Jubiläum mit dauerhaft günstigen Preisen für alle Digitalhörsysteme, die mit Kassenbewilligung sogar bereits ab 0 € erhältlich sind. (toe)



Hartlauer feiert sein Jubiläum mit dauerhaft günstigen Preisen für Digitalhörsysteme.

**Prekär Beschaffungskosten erhöhten sich dramatisch Senfsaat ist kaum noch verfügbar**

**Wien.** Senfersteller sehen sich erstmals in ihrer Geschichte nicht nur von einem außergewöhnlichen wirtschaftlichen Umfeld bedroht, sondern sind darüber hinaus mit einer drastischen Verknappung ihrer Rohstoffe konfrontiert. Durch Ernteausfälle, Klimakatastrophen und die verstärkte Produktion von Biomasse ist die Senfsaat kaum noch verfügbar. Die Beschaffungskosten sind um mehrere hundert Prozent angewachsen und es kommt immer wieder zur Aufkündigung ganzer Kontrakte durch Lieferanten.

„Unsere Senfersteller sind gezwungen, je nach ihren betrieblichen Voraussetzungen, Lagerbeständen, Beschaffungsmöglichkeiten oder bestehenden Kontrakten, ihre Kalkulationen anzupassen. Anderenfalls besteht das Risiko von Versorgungsengpässen. Selbstverständlich haben weiterhin der höchste Qualitätsanspruch der heimischen Markenerzeugnisse und die volle Versorgung des Marktes oberste Priorität“, so Bruno Mayer, Geschäftsführer des Verbandes der Senfersteller. Die Erntesituation verschlech-

terte sich 2006 und 2007 nach einem klimatisch problematischen Anbaujahr. Betroffen sind alle Anbauregionen weltweit. Einige Regionen der Ukraine mussten zur Aufrechterhaltung der Eigenversorgung sogar Exportverbote für Senfsaat verhängen. In Tschechien und Rumänien lagen die Erträge unter 400 kg pro ha, während in normalen Jahren von Erntemengen von mindestens 1.000 kg ausgegangen werden kann. (toe)



Senfersteller sind nun gezwungen, ihre Kalkulationen anzupassen.