

EXPORT today

IHRE WÖCHENTLICHE INFORMATIONSQUELLE RUND UM DEN EXPORT

Ausgabe 11/2018

Österreich erobert Texas

Zu Gast am SXSW 2018 in Austin.

Einst als Musikfestival gegründet, hat sich das South-by-Southwest-Festival (SXSW) in Austin, Texas in den letzten Jahren als einen der wichtigsten Kreativ- und Innovations-Hotspots der Welt etabliert. Auf der SXSW 2018 war Österreich mit einer Auswahl seiner innovativsten Entrepreneure und Künstler aus Kultur, Musik und der Startup-Branche vor Ort. „Die SXSW ist die ideale Plattform, um einem breiten internationalen Fachpublikum Know-how, innovative Produkte und Kreativität aus Österreich vorzustellen“, betont Reanne Leuning, Branchenmanagerin für Creative Industries in der AWO. Herzstück des heimischen Auftritts war der Österreichtag im GERMAN HAUS im legendären Club Barracuda. Im Setting eines vom Café Landtmann



Austin, Texas war zuletzt Kreativ- und Innovationszentrum der Welt.

inspirierten, traditionellen Wiener Kaffeehauses standen neben Wiener Würstel und Sachertorte auch inspirierende Diskussionen, technische Innovationen sowie unterhaltsame Performances auf dem Menü. <

www.advantageaustria.org

Inhalt

Beratung zählt	02
Serviceinitiative „Leitbetrieb“	03
Granny's bei Division 4	04
Hybrid-Lokomotiven von TecSol	05
Schweitzer Regalsysteme	06

Top-Erfolg

Bestpreise für Ö-Wein.

Der Weinexport ist 2017 für die österreichischen Winzer zufriedenstellend verlaufen. Mengenmäßig wurde aufgrund der kleineren Ernte mit 47 Millionen Liter zwar etwas weniger exportiert als 2016, der Exportwert überstieg mit 158,6 Millionen Euro aber erstmals die 150-Millionen-Marke. Der Durchschnittspreis je Export-Liter stieg auf das Allzeithoch von 3,39 Euro. Den außerordentlichen Anstieg des Gesamtdurchschnittspreises stützte vor allem der Exportmarkt Deutschland.

newsroom.sparkasse.at

Fokus

Handelskonflikt

US-Präsident Trump treibt Isolationspolitik weiter voran.

Der US-Präsident erließ Stahlzölle in Höhe von 25 Prozent und Zölle auf Aluminium von zehn Prozent. Gleichzeitig kündigte Donald Trump „Spiegel-Steuern“ an. Das heißt: gleiche Steuersätze für gleiche Produkte im gegenseitigen Warenverkehr. Auch die Verbündeten in Europa bleiben zunächst nicht verschont. Neben den Konsequenzen für den internationalen Warenverkehr bedeuten die Zölle einen Anstieg der US-Preise. Kanada und Mexiko werden von den Zöllen auf unbestimmte Zeit ausgenommen. Die beiden Länder zusammen stehen für

mehr als ein Viertel der US-Stahlimporte. Die EU-Kommission wollte sich am Donnerstag zunächst inhaltlich gar nicht äußern. Handelskommissarin Cecilia Malmström bekräftigte ihre Auffassung, dass die EU von den Zöllen ausgenommen werden solle. Sie wolle demnächst mit dem US-Handelsbeauftragten Robert Lighthizer in Brüssel sprechen. Die EU hatte ihrerseits angedroht, US-Produkte mit Vergeltungszöllen zu belegen, darunter Bourbon-Whiskey aus Kentucky und Tennessee.

Ihre EXPORT today-Redaktion

newsroom.sparkasse.at

Impressum

EXPORT today wird vom Observer beobachtet.

Medieneigentümer, Redaktionsadresse: New Business Verlag GmbH, 1060 Wien, Otto-Bauer-G. 6, Tel.: +43/1/235 13 66-0, **Konzept, Gestaltung und Produktion:** New Business Verlag GmbH **Chefredaktion:** Melanie Wächter (melanie.wachter@newbusiness.at), Max Gfrerer (max.gfrerer@newbusiness.at) **Projektleiterin:** Sylvia Polak **Geschäftsführer:** Lorin Polak (+43/1/235 13 66-300, lorin.polak@newbusiness.at) **Artredaktion:** Gabriele Sonnberger (gabriele.sonnberger@newbusiness.at) **Hinweis:** Im Sinne der leichteren Lesbarkeit werden geschlechtsspezifische Bezeichnungen nur in ihrer männlichen Form angeführt. Dies impliziert keinesfalls eine Benachteiligung des jeweils anderen Geschlechts. Frauen und Männer mögen sich von den Inhalten unseres Newsletters gleichermaßen angesprochen fühlen.

www.newbusiness.at

Beratung zählt

Dass viele Unternehmen ihre Förderpotenziale nicht ausschöpfen, liegt nicht an mangelnder Information, sondern – ganz im Gegenteil – an der Vielfalt unzähliger Fördertöpfe.



„Wer eine negative Beurteilung nicht in Kauf nehmen möchte, muss sein Projekt richtig darstellen können.“

Christian Pfeiffer, Senior Consultant, m27

Mix aus Inhalten

Dennoch möchte Pfeiffer nicht von einem „Förderdschungel“ sprechen. „Es ist in diesem Sinne kein Dschungel, sondern es ist ein Mix aus Zielgruppen, Inhalten und regionalen Besonderheiten. Landwirtschaft und Tourismus haben eigene Institutionen bzw. werden von unterschiedlichen Einrichtungen betreut und Fördergelder aus unterschiedlichen Ministerien zur Verfügung gestellt.“ Was Gewerbe und Industrie betrifft, gibt es aber drei klare Stoßrichtungen: jene der Umweltförderungen über die Kommalkredit Public Consulting (KPC), jene zu Forschung und Innovation über die Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) und jene im Hinblick auf Haftungen, Garantien und der Bereitstellung von Beteiligungskapital über das Austria Wirtschaftsservice (aws). „Die Problematik fängt dort an, wo jedes Bundesland bzw. jeder Landeshauptmann noch spezifische Themen abdecken möchte“, erklärt Pfeiffer. Für den Experten ist es in jedem Fall entscheidend, sich der Sicht von außen zu bedienen: „Viele Unternehmen erkennen nicht, dass ihre Aktivitäten förderwürdig sind. Sie erkennen das Innovative an ihrer Arbeit nicht, weil sie sich tagtäglich damit beschäftigen.“ Häufig ist auch der Fall, dass viele einzelne, neue Dinge in einem Unternehmen passieren. Für sich alleine sind die oft nicht interessant genug. Von einem Experten gebündelt, können sie aber durchwegs förderwürdig sein.



Christian Pfeiffer ist ein absoluter Profi, wenn es um Fördermöglichkeiten geht. Er ist Senior Consultant bei m27, einem Unternehmen, das sich auf Förderberatung und Unternehmensfinanzierung spezialisiert hat. Aber selbst er muss zugeben, dass es nicht leicht ist, den Überblick zu bewahren: „Ein Beispiel: Es gibt im Moment in Österreich mehr als 45 Förderstellen die über 135 Fördertöpfe verwalten! Alleine im Umweltbereich gibt es sechs verschiedene Institutionen. Die Komplexität lässt viele Unternehmen verzweifeln oder aber eben zur Erkenntnis gelangen, dass dies alles zu kompliziert und zu zeitraubend sei.“ Dass dadurch tatsächlich Potenzial verloren geht, erläutert er an einer ganz einfachen Gegenüberstellung: Im Rahmen der staatlichen Forschungsprämie können Unternehmen zwölf Prozent ihrer F&E-Aufwendungen im Nachhinein beim Finanzamt geltend machen. Ein guter Teil der lediglich für die Forschungsprämie eingebrachten Aktivitäten wäre auch im Rahmen des einen oder anderen Programms im Vorhinein förderbar gewesen.

zwar ein interessantes Projekt haben, aber aufgrund von schlechter Darstellung eine negative Beurteilung erhalten“, so Pfeiffer. Meist wird dann der Förderstelle die Schuld zugewiesen und nicht hinterfragt, ob etwa der Antrag unzureichend war. Dazu gehört auch, dass man das Risiko eines Projekts ausreichend darstellt. „Wenn Sie ein Projekt umsetzen wollen, dessen Kosten sich binnen 18 Monaten von selbst rechnen, wird die Förderstelle weniger geneigt sein, Sie zu fördern. Das ist nicht deren Aufgabe“, erklärt Pfeiffer. Unterm Strich macht es keinen Sinn, wenn sich Mitarbeiter, die ansonsten Innovationen vorantreiben sollten, mit Förderanträgen herumschlagen. Man sollte Experten zu Rate ziehen. Die erkennen die förderfähigen Potenziale und sind in der Lage, diese auch umzusetzen. Durch Sammeln, Strukturieren und Verdichten der Daten, sodass am Ende eine höchstmögliche Förderung herauskommt. Das macht sich allemal bezahlt. <

INFO-BOX

Gut zu wissen!

Im Jahr 2016 sind bei der FFG mehr als 4.500 Anträge mit über 500 Millionen Euro Auszahlungen an Förderungen abgewickelt worden!

Story gut verkaufen

Wer gefördert werden will, muss auch seine „Story“ gut verkaufen. „Ein Fehler, der häufig gemacht wird, ist, dass Unternehmen

m27 UWEK GmbH

4061 Pasching, Schäringer Straße 1
Tel.: +43/720/30 40 70-0
Fax: +43/720/30 40 70-11
office@m27.eu
www.m27.eu



Mit den besten Empfehlungen

Die ServiceInitiative Leitbetrieb macht 2018 zum „Jahr der Empfehlungen“. Empfehlungen bringen Firmen Erfolg und stärken die Wirtschaft insgesamt.



Erich Stadler setzt auf die positive Wirkung persönlicher guter Erfahrungen.

Die ServiceInitiative Leitbetrieb rückt die positive Kraft des aktiven Empfehlens heuer verstärkt in den Mittelpunkt. Die Unternehmen der ServiceMarke Leitbetrieb setzen auf außergewöhnliche Servicequalität, um Kunden zu begeistern. Und begeisterte Kunden teilen ihre guten Erfahrungen, indem sie solche Anbieter weiterempfehlen. Deshalb ist es kein Zufall, dass die ServiceInitiative Leitbetrieb das aktive Empfehlen in diesem Jahr bewusst als Schwerpunktthema positioniert.

Wer empfiehlt, wird selbst empfohlen

„Wer ein Unternehmen schätzt und es weiterempfiehlt, tut vielen etwas Gutes: dem

empfohlenen Betrieb, dem Empfänger der Empfehlung, der Wirtschaft insgesamt – und nicht zuletzt sich selbst“, erklärt Erich Stadler, der Begründer der ServiceInitiative. Er verweist auf die positive Dynamik, die durch aktives Empfehlen entsteht und im besten Fall eine „Empfehlungswelle“ auslöst, wie es die Service-Expertin Anne M. Schüller nennt: Wer empfiehlt, veranlasst andere dazu, ihn ebenfalls weiterzuempfehlen. So ernten aktive Empfehler Dankbarkeit, Wertschätzung und vor allem auch selbst neue Kunden. „Eine hilfreiche Empfehlung macht also beide Seiten froh“, sagt Schüller. Sie hält die Empfehlungsrate (den Neukundenanteil, der auf Empfehlungen

zurückgeht) längst für eine der wichtigsten betriebswirtschaftlichen Kennzahlen.

Leitbetriebe haben hohes Empfehlungspotenzial

Internationale Studien bestätigen Empfehlungen als die mit Abstand glaubwürdigste Werbung – vorausgesetzt natürlich, dass das Empfohlene auch tatsächlich empfehlenswert ist. „Gerade für die Leitbetriebe der ServiceInitiative mit ihren hohen, wertehaltigen Standards und ihrer ausgeprägten Kundenorientierung steckt darin enormes Potenzial“, betont Erich Stadler.

Als Inhaber der AKZEPTA Group weiß Erich Stadler, wovon er spricht: AKZEPTA ist nicht zuletzt durch seine Empfehlungsquote von mehr als 96 % im Lauf von 30 Jahren zu einem führenden mitteleuropäischen Inkasso-Unternehmen geworden.

Diese Kompetenz in Sachen Empfehlung nützt auch die ServiceInitiative Leitbetrieb: Sie unterstützt die teilnehmenden Unternehmen dabei, Kunden zum aktiven Empfehlen zu inspirieren. Dazu stellt sie vorgefertigte Tools, z. B. „Empfehlungs-PDF“ und Online-Fragebögen für Kundenstatements zur Verfügung, wie sich bei AKZEPTA bestens bewährt haben.

Information-Offensive zum Thema

Nicht zuletzt verstärkt die ServiceInitiative Leitbetrieb ihre Informationen in diesem Bereich. So bietet auch der neue Service-Letter „Mit besten Empfehlungen – weil Sie selbst am meisten davon profitieren!“ umfassende Tipps und Anregungen rund um das Jahresthema (Download kostenlos unter www.leitbetrieb.com).

„Empfehlungen bringen Erfolg, doch sie dürfen kein Zufall sein. Mit dem ‚Jahr der Empfehlungen‘ wollen wir möglichst viele Unternehmerinnen und Unternehmer dafür begeistern, diese überzeugende Form der Kundengewinnung bewusst und mit System einzusetzen“, fasst Erich Stadler zusammen.

www.leitbetrieb.com

Granny's Etat geht an DIVISION 4

Österreichs Nr. 1 unter den gespritzten Apfelsäften, Granny's, vertraut auf die Expertise des DIVISION 4 Teams.

Full-Service-Betreuung, mit Schwerpunkt auf kundenorientiertem Erlebnismarketing, ist eine der Kernkompetenzen der Wiener Kommunikationsagentur DIVISION 4. Genau mit diesem Ansatz gewann Agenturchef Alexander Zoubek bei einem Pitch Granny's, die heimische Nummer Eins* unter den gespritzten Apfelsäften. „Der strategisch-konzeptionelle Zugang hat uns ebenso überzeugt wie die Creative Idea“, begründet Margareta Seiser, Leitung Marketing & PR von Egger Getränke, die Entscheidung. „Die Agentur hat nicht nur professionelles Markenverständnis bewiesen, sondern auch durch eine witzige und stimmige Kampagne begeistert.“

DIVISION 4 Inhaber, Alexander Zoubek, zeigt sich ebenso hoch erfreut über den spannenden, neuen Kunden. „Ich freue mich persönlich schon sehr auf die Umsetzung der geplanten Aktivitäten. Wir sind stolz diese österreichische Traditionsmarke, Full-Service betreuen zu dürfen.“ Der Granny's-Etat umfasst TV, Print und Online Aktivitäten ebenso wie B-t-L und verkaufsorientierte Maßnahmen. Zoubek: „Ein besonderes Augenmerk wird künftig auf Erlebnis-Marketing und den Dialog mit den Zielgruppen gelegt. Dabei möchten wir auch die Produktphilosophie von Granny's in den Fokus rücken: Nachhaltigkeit, österreichische Qualität und 100 % klimaneutrale Herstellung, gekoppelt an der einzigartigen Partnerschaft mit Arche Noah, einem Verein, der sich für den Erhalt der vom Aussterben bedrohten Kulturpflanzensorten einsetzt.“

Über Egger Getränke

Die Egger Getränke GmbH & Co OG beschäftigt am Standort Unterradlberg über 200 MitarbeiterInnen und setzt über 100 Millionen Euro um. Der niederösterreichische Pionier füllte nach seiner Gründung 1988 als erstes österreichisches Unternehmen Limonade und Wasser in PET-Verpackungen ab. Mit den drei Geschäftsreichen starke Marken, Lohnfüllung und



V.l.n.r.: Karlheinz Wasserbacher, Sabine Tauböck, Margareta Seiser, Alexander Zoubek

Handelsmarken werden in Summe rund 316 Millionen Flaschen und Dosen produziert. Die bekanntesten Marken sind Egger aus der Privatbrauerei Egger (www.egger-bier.at), Radlberger Limonaden, die österreichische Traditionsmarke mit einer großen Geschmacksvielfalt (www.radlberger.at), und Granny's der Marktführer im Bereich Apfelsaft gespritzt im heimischen LEH (www.grannys.at). Neben dem Inland bedient Egger Getränke zahlreiche Exportmärkte.

Durch Investments von mehr als 50 Millionen Euro in den letzten Jahren zählt die Privatbrauerei Egger zu den modernsten Brauereien Europas. Egger Getränke produziert klimaneutral und bezieht die Energie aus dem am Standort befindlichen Biomassekraftwerk und einem externen Stromanbieter, der zu 100 % mit regenerativen Energieträgern arbeitet.

Über DIVISION4 Group

Die DIVISION4 Group entwickelt und realisiert seit über 20 Jahren preisgekrönte Ge-

samt-Kommunikationskonzepte mit den Schwerpunkten Below-The-Line, Experiential Marketing, Event, Promotion, Campaigning, Guerilla-Marketing, Ambient Media, Design und Sponsoring. Sitz der Agentur ist die Brotfabrik in Ottakring, wo 16 Mitarbeiter & Freelancer tätig sind, die jederzeit auf einen Pool von über 500 Promotoren zugreifen können. Zu den langjährigen Kunden gehören u.a. Allianz, Bahlsen, Nestlé, Nespresso, Danone, Manner, Iglo, Knorr, OMV, IBM, Santander Consumer Bank, Amgen, UPC, McDonald's Österreich, GW Cosmetics, UniCredit Leasing, Österreich Werbung, Philips, Julius Meinl, Flughafen Wien, Purina, Campari, Garnier, Gino Venturini, Trenkwalder, The Lorenz Snackworld, TKMaxx, Schlumberger, Coca-Cola, Wilkinson und Unilever.

www.eggergetraenke.at

* Quelle: ACNielsen, bezogen auf die Marktführerschaft bei Apfelsaft gespritzt, Marktanteil Basis: Absatz LEH inkl. H/L, KW 52/2016 – KW 39/2017



Beim Einsatz der neuen Technologie ist mit einem Einsparungspotential von 700 bis 800 Euro je Lokomotive und Tag rechnen.

Saubere Leistung

Das steirische Technologieunternehmen TecSol expandiert erfolgreich mit dem Umbau von Hybrid-Lokomotiven.

Der Umbau auf Hybrid-Antrieb gilt im Eisenbahnbereich als technologisch enorm anspruchsvoll. Die bestehenden Lokomotiven werden dabei mit einem Batteriesatz und Hochleistungskondensatoren ausgerüstet. „Wir haben als einziger Anbieter weltweit in einem Pilotprojekt mit den ÖBB die Wirksamkeit unserer Technologie bewiesen“, betont der TecSol-Gründer CEO Willibald Maier. So sind Hybrid-Lokomotiven künftig geradezu prädestiniert für den Einsatz in Häfen, bei Anschlussbahnen von Industriebetrieben oder auf Verschubbahnhöfen.

Hybrid-Lokomotiven ohne Leerlaufzeiten

Als Kostenvorteile nennt der Technologie-Experte Mag. Martin Platzer, der in der Geschäftsführung sitzt, die gegenüber einer Diesel-Lok um zwei Drittel niedrigeren Instandhaltungskosten für E-Hybrid-Lokomotiven. Und natürlich sinken auch die Kosten beim Energiebedarf. „Pro Jahr produziert eine Diesel-Lok also rund 400 Tonnen CO₂-Ausstoß, der mit unserer Technologie zu vermeiden ist. Ganz zu schweigen vom gesundheitsschädlichen Feinstaub, der ja immer mehr zu heftigen Diskussionen und Einschränkungen führt“, erklärt Mag. Platzer. Mit dem Umbau auf moderne Hybrid-Technologie kann die Laufzeit von vorhandenen Lokomotiven um bis zu 30

Jahre verlängert werden. Die Kosten für die Umrüstung belaufen sich je Lok auf 1,2 bis 1,4 Millionen Euro. Eine neue Lokomotive kostet im Vergleich rund 2,5 bis 3 Millionen Euro und hat eine konzipierte Laufzeit von bis zu 35 Jahren.

Weltweite Nachfrage

Das Marktpotential im Bereich Bahntechnik scheint enorm. Alleine in Europa gibt es mehr als 1.000 registrierte Bahnbetriebe. „Unsere Technologie ist weltweit einsetzbar. Es fahren ja jetzt auch TecSol-Lokomotiven in Thailand und Kambodscha“, erklärt Gesellschafter Dr. Christoph Strobl. Neben der Umrüstung von Lokomotiven auf Hybrid-Antrieb verfolgen die Bahntechnik-Experten mit dem Umbau von Waggons der „Rollenden Landstraße“ einen weiteren Leistungsschwerpunkt. In diesem speziellen Segment zählen die Schweizerischen Bundesbahnen und die Rail Cargo bereits zu den Kunden. Angesichts der Chancen steckt sich das steirische Technologieunternehmen ambitionierte Ziele. So sollen bereits heuer Umsätze in Höhe von rund 10 Millionen Euro erwirtschaftet werden. Damit wird auf Anhieb ein doppelt so hoher Umsatz angestrebt, als dies im besten Jahr vor der Insolvenz gelang.

www.tecsol.at

Expansion

Kastner & Öhler eröffnen fünf neue Filialen in der Steiermark.

Was größte Mode- und Sportunternehmen in österreichischem Besitz, Kastner & Öhler (K&Ö), hat im abgelaufenen Geschäftsjahr deutliche Zuwächse verzeichnet und blickt zuversichtlich in das laufende Jahr. In der ersten März-Hälfte eröffnet das Unternehmen gleich fünf neue Filialen und sichert damit mehr als 120 Arbeitsplätze. Auch im Online-Handel will man die Präsenz noch stärker ausbauen, berichtet Mag. Martin Wäg, Vorstandsvorsitzender der Kastner & Öhler AG.

Im Gesamtgeschäftsjahr 2017/18 sind die Umsätze von Kastner & Öhler und Gigasport um 3,5 Prozent auf 270 Mio. Euro gestiegen. Die Zahl der Mitarbeiter erhöht sich mit den neuen Filialen auf 1.700. Damit bestätigt Kastner & Öhler seine Position als führender Mode- und Sporthändler in österreichischem Besitz.

K&Ö setzt auf Multi-Channel-Strategie

Im Online-Handel, durch den Kastner & Öhler ganz Österreich erreicht, hat das Unternehmen seine Umsätze im abgelaufenen Geschäftsjahr mehr als verdoppelt – Tendenz weiter steigend. Insgesamt bieten K&Ö und Gigasport online 30.000 Artikel an. Martin Wäg: „Wir werden Online weiter ausbauen, das steht jedoch in keiner Konkurrenz zum Ausbau unseres Filialnetzes. Unsere Kundinnen und Kunden sollen bei uns gustieren, sich informieren und einkaufen können wann, wo und wie sie möchten.“

Neuer Standort Leoben

Schon seit längerer Zeit hat Kastner & Öhler einen neuen Standort in Leoben gesucht. Mit der Erweiterung des Leoben City Shopping (LCS) hat das Unternehmen dafür die geeignete Fläche mitten im Stadtzentrum gefunden. Auf in Summe 4.000 m² entsteht eine K&Ö- und eine Gigasport-Filiale. Leoben erhält dadurch rund 50 neue Arbeitsplätze. 2018/19 peilt K&Ö weitere Wachstumsschritte an.

www.kastner-oehler.at

Ein „Würfel“ für alle Fälle

Das neue Regalsystem BackTRIS von Schweitzer – die ladenmanufaktur bietet einzigartig-funktionell eine Erweiterung für jeden Laden – ob im Bedienbereich, SB oder als Cross-Selling-Tool. Mit Flexibilität, Ästhetik und Transparenz folgt BackTRIS dem aktuellen Anspruch und Trend in der Ladeneinrichtung.



Das neue modulare Präsentationssystem BackTRIS lässt Kunden Produkte neu entdecken.



Das Welser Unternehmen Schweitzer Ladenbau entwickelte ein neues Regal-Konzept, frei nach Regeln altbewährter Weisheiten:

- „flexibel“ soll es sein, in Größe und Form entsprechend
- „wandelbar“ soll es sein, je nach Sortiment;
- „individuell“ soll es sein, an Farbe und Raum angepasst
- „modular“ soll es sein, in seiner Struktur vielfältig
- „praktisch“ soll es sein
- schnell auf-, um- und abzubauen
- und natürlich soll es gut aussehen ...

Man hat versucht, all diese Weisheiten in ein Regalsystem einfließen zu lassen, welches bei allem Minimalismus doch den größtmöglichen Erfolg für die Warenpräsentation zulässt.

Das Regalsystem BackTRIS

Dabei herausgekommen ist das innovative Regalsystem BackTRIS. Die einzelnen 40 x 40 cm großen Elemente können freistehend oder an die Wand montiert werden. Jedes dieser Elemente ist mit LED-Licht ausgestattet und lässt somit eine gute Ausleuchtung der einzelnen Produkte zu, um diese

für den Kunden gut sichtbar zu präsentieren. Die verstellbaren Holz-Brotrostre können zur Brotschwinge erweitert werden oder sind umgeklappt als Regalboden nutzbar. Hochgeklappt und eingerastet können die Holz-Brotrostre für Schreib- oder Werbetafeln genützt werden. Des Weiteren kann man die Elemente auch mit simplen Regalfächern zur Präsentation von Zusatzprodukten aus-statten.

Individuell wächst jedes BackTRIS-System frei nach Fantasie und Idee – funktionell angepasst an jeden nur erdenklichen Einsatzzweck. Das System bietet, bei geringstem Platzbedarf, ein neues Level für den Verkauf von zueinander passenden und sich ergänzenden Produkten. Wunderbar wandelbar! <

SCHWEITZER LADENBAU GmbH

4600 Wels, Ginzkeystraße 29

Tel.: +43/7242/238-0

Fax: +43/7242/410 77

post@schweitzer.at

www.schweitzer.at

SCHWEITZER
die ladenmanufaktur

NEW BUSINESS

**Alles, was
Sie für Ihr
Business
brauchen!**



DAS NEW BUSINESS PAKET um nur 33 Euro!

Abonnieren & profitieren Sie!

Hotline: 01/235 13 66-100

Fax: 01/235 13 66-999

E-Mail: sylvia.polak@newbusiness.at

- ☐ Ja, ich bestelle NEW BUSINESS für ein Jahr
(elf Ausgaben) um nur 33 Euro.
- ☐ Ja, ich bestelle das Vorteilsabo NEW BUSINESS für zwei Jahre
(22 Ausgaben) um nur 55 Euro.