

SHORT

Henkel stärkt in USA sein Friseurgeschäft

Düsseldorf. Der Konsumgüterkonzern Henkel baut sein Geschäft mit Haarpflegemitteln in den USA aus: Vom Finanzinvestor TSG Consumer Partners kauft Henkel die Unternehmen SexyHair, Alterna und Kenra für rd. 270 Mio. €. Mit der Übernahme, die noch von den Kartellbehörden genehmigt werden muss, stärkt Henkel das US-Friseurgeschäft. Im Geschäftsjahr 2013 erzielten die Übernahmekandidaten einen Gesamtumsatz von rund 140 Mio. €. (APA)

Elektrobranche erwartet klares WM-Umsatzplus



Red Zac-VD Alexander Klaus rechnet mit deftigem Umsatzplus durch WM.

Biedermannsdorf. „Die Europa-meisterschaft 2012 brachte der Branche im Quartal des Events ein Plus von 30 Prozent im Bereich der TV-Geräte – und auch für die WM gilt: Jetzt ist dank zahlreicher Angebote ein guter Zeitpunkt, sich einen neuen Fernseher zu kaufen.“ So bringt Red Zac-Vorstand Alexander Klaus die derzeitige Lage am Markt für Unterhaltungselektronik auf den Punkt. Gesamt, so der Vorstand der Elektronik-Kooperation, sei ein deutlich spürbares Umsatzplus bis zum großen Finalspiel realistisch. Sportliche Großereignisse wie die Fußball-WM sind für den Elektrohandel wichtige Impulsgeber. Zwar besitzen fast drei Viertel der österreichischen Haushalte bereits einen Flachbildfernseher; der Trend liegt nun jedoch beim Nachrüsten auf „große Größen“ ab 42 Zoll. „Auch neue Technologien wie Ultra HD sind noch nicht weit verbreitet; hier besteht definitiv noch Wachstumspotenzial am Markt“, so Klaus. (red)

Deutscher Einzelhandel lässt im April nach



Gegenüber dem März waren heuer die Umsätze mit 1% rückläufig.

Berlin. Die deutschen Einzelhändler haben im April erstmals in diesem Jahr weniger eingenommen. Ihr Umsatz schrumpfte laut dem Statistischen Bundesamt um ein Prozent zum Vormonat. Der Umsatz lag von Jänner bis April um zwei Prozent über dem Vorjahreszeitraum. Der Einzelhandelsverband HDE erwartet in diesem Jahr ein Plus von 1,5 Prozent (2013: +1,1 Prozent). Die Konsumlaune der Deutschen ist wegen Rekordbeschäftigung und der Aussicht auf steigende Löhne derzeit gut. (red)

Wein-Export USA, England, Holland und Deutschland gehören zu den wichtigsten Absatzmärkten für Höpler Weine

Höplers Wein bereits in 35 US-Staaten vertreten

Christof Höpler will alle US-Bundesstaaten beliefern und dort für Wachstum in der Nische sorgen.

DINA MULAOSMANOVIC

Breitenbrunn. Vor knapp einem Monat feierte das Weingut Höpler das zehnjährige Jubiläum der „höpler weinräume“. Ein Projekt, welches 2004 von dem Winzer Christof Höpler gemeinsam mit drei Künstlern ins Leben gerufen wurde. „Sinn und Zweck der höpler weinräume war es, den Besuchern die Möglichkeit zu geben, ihren eigenen Zugang zum Wein zu fin-

„Wer wachsen will, der muss exportieren. Entscheidend beim Export ist, dass man gute Partner hat.“

CHRISTOF HÖPLER

den. Deswegen schufen wir einen Ort, an dem sie sich wohlfühlen und Vertrauen in ihr eigenes Urteil entwickeln können“, erläutert der Winzer. Acht verschiedene Räume sollen den Besuchern dabei als Unterstützung dienen und ihnen den Wein von unterschiedlichen Seiten präsentieren. „höplers weinräume wollten die Sinne kitzeln und das Weinselbstbewusstsein fördern“, so Höpler.

Aber nicht nur österreichweit versucht Familie Höpler mit ihrem Wein zu überzeugen. Ein großer Teil der produzierten Weine wird exportiert; derzeit sind die größten Absatzmärkte der Höpler Weine die USA, England, Holland und auch Deutschland. In England halten



Der Amerikaner Sam von Trapp und der junge Winzer Christof Höpler wollen die Partnerschaft der Familien auch in Zukunft pflegen.

die Höpler Weine einen Marktanteil von 12 Prozent aller aus Österreich importierten Weine. Das heißt, jede achte bis neunte Flasche, die aus Österreich nach England exportiert wird, kommt vom Weingut Höpler. „Export ist für uns sehr wichtig; wer wachsen will, der muss exportieren“, erklärt Höpler. „Entscheidend beim Export ist nur, dass man gute Partner hat.“

Wein: ein Nischenprodukt

Allein in den USA, dem wichtigsten Markt für Höpler, ist der österreichische Wein in 35 Bundesstaaten vertreten, und weitere Bundesstaaten sollen folgen. „Seit 39 Jahren machen wir die Haus-

weine der Trapp Family Lodge in Vermont, da feiern wir also nächstes Jahr einen Runden“, erzählt Höpler. Die Zusammenarbeit mit der Familie von Trapp kam damals durch Christof Höplers in Amerika lebende Tante zustande. Sie war für Höplers Vater, Jost Höpler, eine große Unterstützung und ermutigte ihn zu diesem Schritt.

In den USA gilt der österreichische Wein als ein Nischenprodukt – laut Höpler eine wachsende Nische, denn österreichischer Wein soll bei den Amerikanern sehr beliebt sein. „Besonders in Ballungszentren hat unser Wein einen großen Stellenwert“, freut sich der junge Winzer. Insbesondere Weißwein wird in die USA exportiert. „Die

Export-Weine sind durchschnittlich teurer, als die Inlandprodukte. Nur so kann sich ein Export für uns lohnen“, macht Höpler klar.

Gastronomie und LEH

Ähnlich wie in Österreich wird der Wein von Höpler in den USA kaum oder gar nicht im Lebensmitteleinzelhandel angeboten, sondern hauptsächlich in der Gastronomie. Aber auch in Vinotheken und Weinshops lässt er sich finden. Zusätzlich besteht für Kunden aus Österreich und Deutschland die Möglichkeit, die Weine auch auf der Homepage des Weinguts www.hoeppler.at zu bestellen und diese nach Hause liefern zu lassen.

Textilhandel In Deutschland von 140 auf 250 Filialen

Adler will Filialen kräftig aufstocken

Haibach/Wien. Die deutsche Modedekette Adler will kräftig expandieren und das Filialnetz nahezu verdoppeln. „Aktuell gibt es 140 Adler-Modemärkte in Deutschland; Platz sehe ich für mindestens 250 Filialen“, sagte VD Lothar Schäfer der *Welt am Sonntag*. Pro Jahr sollen fünf bis zehn neue Märkte hinzukommen.

Auch über die Erhöhung der Jahresziele wird nachgedacht: „Wir warten die Halbjahreszahlen ab

und dann machen wir uns Gedanken über die Prognose“, kündigte Schäfer an. Bis dato rechnet Adler mit einem Umsatzplus im unteren einstelligen Prozentbereich.

Eine verstärkte Expansion im Ausland schließt Schäfer ebenfalls nicht aus. Bisher ist Adler in Österreich, Luxemburg und der Schweiz vertreten; hinzukommen könnten die Regionen Elsass und Lothringen in Ostfrankreich an der deutschen Grenze. (red)



Die deutsche Textilkette Adler will stark expandieren und im Umsatz zulegen; als neue Regionen könnten Elsass und Lothringen in Ostfrankreich dazukommen.

Nahrungsmittel Vier Prozent teurer als im 4. Quartal 2013

Lebensmittelpreise steigen wieder

Washington. Die weltweiten Nahrungsmittelpreise sind im ersten Quartal 2014 deutlich angestiegen. Im Durchschnitt waren Nahrungsmittel vier Prozent teurer als in den letzten drei Monaten 2013 – das teilte die Weltbank vorige Woche mit. Es war der erste Anstieg seit dem bisherigen Rekordpreishoch im Sommer 2012. Weizen verteuerte sich seit Jahresbeginn den Angaben zufolge um 18 Prozent, Mais um 12 Prozent.

Hintergrund sind laut Weltbank wachsende Sorgen um Wetterextreme wie Dürren, eine gestiegene Nachfrage, aber auch die Ukraine-Krise.

Exportland Ukraine

Stichwort Ukraine: Die ist nämlich ein bedeutendes Exportland für Getreide und Mais. Doch die Wirtschaft leidet zunehmend unter politischer Instabilität – das zeigt sich auch an den Preisen für Nahrungsmittel: Inländisch angebaute Weizen wurde laut Weltbank im ersten Quartal um 37 Prozent teurer, beim Mais war der Anstieg mit 73 Prozent noch signi-

fikanter. Als Gründe gab die Weltbank eine Abwertung der ukrainischen Währung, aber auch eine verzögerte Aussaat und steigende Produktionskosten an.

Die Ukraine ist der sechstgrößte Weizen- und der drittgrößte Mais-Exporteur der Welt. Bisher habe die Krise in dem Land die Ausfuhr nicht beeinträchtigt; sollte die Unsicherheit jedoch wachsen, könne sich dies auf die Produktion und die Exporte auswirken. (APA)



Weizen verteuerte sich seit Jahresbeginn um satte 18%, Mais um 12%.