

Hornbach pokračuje v expanzii

Bratislava (TASR)

Spol. Hornbach, ktorá v ČR a SR zastrešuje predajne špecializované na stavbu, dielňu a záhradu, by mala vďaka pokračujúcej expanzii prevádzkovať v horizonte niekoľkých rokov na Slovensku päť



prevádzok. May Meulenberg, nový generálny riaditeľ spol. Hornbach pre ČR a SR, tvrdí, že sa už intenzívne pracuje na plánoch výstavby predajne v mestskej časti Bratislava-Lamač. Otvorenie sa očakáva v roku 2009. O rok neskôr príde na rad výstavba predajne v Žiline a na severe Slovenska. „Existujúce dve predajne v Bratislave a Košiciach plánujeme rozšíriť o štyri až päť nových prevádzok,“ dodáva M. Meulenberg.

Billa bola prvá

Bratislava (TASR)



Historický pohľad na vývoj maloobchodu v SR ukazuje, že spol. Billa je najdlhšie pôsobiaci medzinárodný maloobchodný reťazec na domacom trhu. V sieti predajní s logom Billa nakupujú zákazníci po celom Slovensku už 15 rokov. Vlni dosiahol obrat spol. Billa 13,3 mld. Sk. Obrat vyčíslený z predaja potravín, ktoré sú nosným sortimentom, predstavoval 10,64 mld. Sk, čo je oproti roku 2006 rast o 9,1 %. V súčasnosti prevádzkuje Billa 90 supermarketov. Na ploche vyše 90-tis. m² ponúka 80% potravinárskeho sortimentu. Spol. Billa sa od svojho vstupu na trh nachádza medzi tromi najlepšími spoločnosťami v každoročných hodnoteniach TOP 50 obchodníkov SR. V supermarketovom formáte patrí sieť tejto spoločnosti dlhodobo na prvé miesto na domacom trhu. Spol. Billa, spol. s r. o., je členom medzinárodnej obchodnej skupiny Rewe Group.



New Yorker počíta s rastom

Bratislava (Obchod)

Rok 2007 bol pre New Yorker rokom expanzie – hodnoty ukazovateľov rastu sa oproti predchádzajúcemu roku zdvojnásobili. Nemecká spoločnosť s mladou módou vstúpila na trh v siedmich nových krajinách a celkovo otvorila vyše 100 nových predajní. Cieľom značky New Yorker v roku 2008 bude zrýchľovať tempo rastu a rozširovať svoju obchodnú sieť. Celkový obrat spol. New Yorker dosiahol v roku 2007 hodnotu 1,2 mld. eur, čo je o 20% viac ako v predchádzajúcom roku. Vlnajší úspešný vstup na trhy v Estónsku, Rumunsku, Saudskej Arábii, Spojených arabských emirátoch a Srbsku je najväčším úspechom expanzívnej politiky firmy v jej doterajšej histórii. Koncom roku 2007 už mala firma 584 predajní v 23 krajinách.

Spot vymysleli spotrebiteľia

Bratislava (Obchod)

Koncom apríla t. r. uviedla spol. Pepsi najnovší futbalový spot, ktorý napísali spotrebiteľia z celého sveta. Jeho súčasťou sú najznámejšie futbalové ikony – Cesc Fabregas, David Beckham, Frank Lampard, Lionel Messi, Ronaldino a Thierry Henry. Pre svoju priekopnícku futbalovú reklamu s názvom Open Source sa spol. Pepsi obrátila na svojich zákazníkov s otázkou, čo



by im napadlo, ak by mali k dispozícii prostriedky aj hráčov. Prišli desiatkytisíc odpovedí, z ktorých si predstavitelia spol. Pepsi vybrali najlepšie. Najkreatívnejšie nápady budú nielen v TV spotoch, ale budú zobrazené aj na plechovkách.

Tetra Pak zvyšuje efektívitu

Bratislava (Obchod)

Spol. Tetra Pak, oznámila tržby vo výške 8,7 mld. eur za rok 2007, čo je nárast o 6,1% oproti roku 2006. „Rast tržieb podporilo niekoľko faktory. Medzi najdôležitejšie patrí pokračujúci silný rast na nových a rýchlo rastúcich trhoch, naše zameranie na inová-



cie a stratégia tesnej spolupráce s našimi zákazníkmi,“ hovorí Dennis Johnson, prezident spol. Tetra Pak. Podľa jeho slov prispeli ku globálnym výsledkom aj ČR a SR. Predaj obalov dosiahol rekordnú úroveň v počte 755 mil. kusov, čo je v porovnaní s rokom 2006 nárast o 10 %. V rámci inovácií uviedla spol. Tetra Pak v roku 2007 na trh niekoľko nových produktov. Išlo napr. o obal Tetra Gemina Aseptic, ktorý je prvým obalom na svete s vrchom v tvare striešky vyrábaný z balu materiálu so 100-percentnými aseptickými vlastnosťami pre balenie džúsov a produktov na báze mlieka. Novinkou je aj obal Tetra Top Eifel 038. Ide o ľahko uzatvárateľný obal navrhnutý tak, aby ponúkol spotrebiteľovi väčší komfort.

Doména cez kartu

Bratislava (Obchod)

Len málo Slovákov tuší, že vlastnú doménu môže mať v súčasnosti každý. Tí, ktorí o tom vedia, zasa



nemajú jasné predstavy o tom, kde by si svoju doménu zaregistrovali. Spol. croce.com-the internet company, s. r. o., predstavila nový spôsob registrácie slovenských národných domén prostredníctvom stieracej webhostingovej karty warta. „Karta zjednodušuje celý proces vytvárania domén. Zaregistrovať doménu, napr. XY.sk, si môže každý za niekoľko minút online, 24 hod. denne a 7 dní v týždni,“ hovorí Richard Willmann, riaditeľ spol. Croce.com. Zákazník s touto kartou získava na obdobie jedného roka okrem registrácie domény aj balíček webhostingových služieb, ktorý umožňuje riadenie 64 účtov elektronickej pošty alebo prevádzku webovej stránky v celom rozsahu 1 GB. Táto karta je od apríla t. r. v predaji v obchodoch s kancelárskou a výpočtovou technikou, na vybraných poštách a v niektorých internetových obchodoch.

Kofola myslí na mamičky

Bratislava (Obchod)

Spol. Kofola sa rozhodla ponúknuť tehotným ženám, ale aj mamičkám funkčný nápoj, ktorý je vhodný na okamžitú konzumáciu, či už v období príprav na tehotnosť, počas tehotnosti, ale aj v priebehu dojčenia. Nápoj Mami drink vytvára na Slovensku doposiaľ chýbajúci segment nápojov pre tehotné ženy a dojčiace mamičky (konzumovať ho môžu aj muži). Je vhodný na každodenné pitie, obsahuje zdraviu prospešné látky v špeciálne vyvinutej zložke Harmony komplex (kyselina listová, rooibos a fenylel),“ uvádza Sandra Hornyová, brand manažérka spol. Kofola Holding, a. s. Nápoj je dostupný v 3 príchutiach: jazmín, brusnica a broskyňa.

