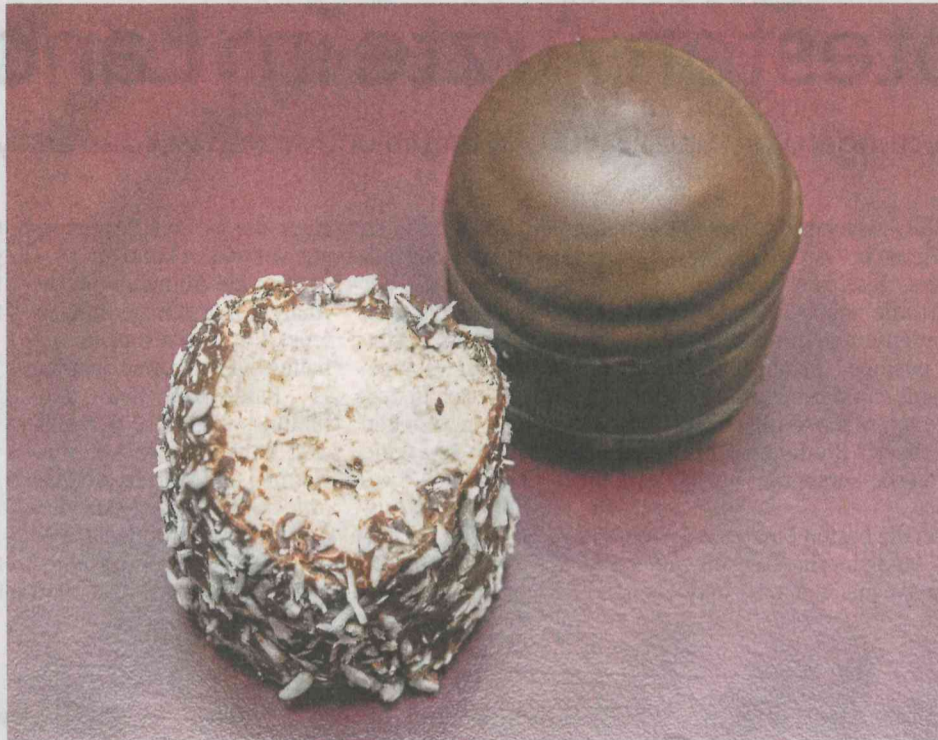


100 Jahre bombiger Naschkult

Traditionsmarke.

Vor genau 100 Jahren rührten Johanna und Walter Niemetz Eiklar und Zucker zur schaumigen Masse und tunkten sie in Schokolade: Die Schwedenbombe war geboren. Der Name, seit 1934 als Marke geschützt, geht auf einen schwedischen Freund zurück, der bei der Rezeptur half. Die Kokosflocken kamen später dazu. Seit 2013 gehört die Schwedenbombe zu Heidi Chocolat, produziert wird in Wiener Neudorf.



Glatzert oder sprenklat? Die Schwedenbombe gibt es traditionell in zwei Varianten.

Modehandel raus, Diskonter rein

Shoppingcenter. Weniger Besucher kommen, kaum neue Projekte umgesetzt.

Von Patrick Dax

Die Boomjahre bei Shoppingcentern sind schon länger vorbei. Neue Projekte gab es zuletzt nur wenige. Das einzige namhafte, das 2025 eröffnete Supernova-Einkaufszentrum in Villach, belebt ein ehemaliges Möbelhaus der 2024 final in die Pleite geschlitterten Kika/Leiner-Kette neu. Hauptmieter ist der Billiganbieter Woolworth, der derzeit massiv in Österreich expandiert.

Das Bild ist bezeichnend. Diskonter sind in den Einkaufszentren auf dem Vormarsch. Das Gros der ohnehin bescheidenen Zahl von fünf Neuzugängen geht auf Erweiterungen zurück oder fand in aufgelassenen Kika/Leiner-Standorten statt. Das hat auch umweltfreundliche Aspekte. Die Neuversiegelung von Böden durch Shoppingcenter lag in den vergangenen beiden Jahren bei null, wie eine Erhebung

der Beratungsgesellschaft Standort+Markt ergab.

Die Marktzahlen der heimischen Einkaufs- und Fachmarktzentren sind insgesamt wenig berauschend. 570 Mio. Besucherinnen und Besucher bedeuten einen leichten Rückgang im Vergleich zur vorangegangenen Erhebung vor zwei Jahren. Die Umsätze legten geringfügig um fünf Prozent auf 800 Mio. Euro zu. Real bedeutet das wegen der hohen Infla-

tion der vergangenen Jahre allerdings ein leichtes Minus, wie Roman Schwarzenacker von dem Beratungsunternehmen vorrechnete.

Plus bei Leerständen

Die Anzahl der Shops verringerte sich seit Ende 2023 um 44, die Verkaufsflächen nahmen leicht auf 3,6 Mio. Quadratmeter zu. Bei den Leerständen gab es ein Plus von knapp einem Prozent. Insgesamt zählte Stand-

ort+Markt Ende des Vorjahres 251 Shoppingcenter mit rund 8.600 Shops. Immerhin wird noch jeder fünfte Euro im heimischen Einzelhandel dort verdient.

Deutlich an Fläche verloren hat die Bekleidungsbranche. Stabil geblieben sind Gastronomie, geringfügig gewachsen sind Sport, Spielwaren und Bücher. Stark zugenommen haben die Diskonter. Allein Woolworth eröffnete 35 Shops. Stark vertreten sind auch Action und Tedi.

Generell sei in den österreichischen Einkaufs- und Fachmarktzentren eine Umorientierung in Richtung Freizeitangebote zu beobachten, heißt es in der Erhebung. Insbesondere werden Fitnesscenter genannt. Sie fungieren als wichtige Frequenzbringer und können auch Geschäftslokale mit minderer Standortqualität nutzen, so die Berater von Standort+Markt.



Textilhändler in den Einkaufszentren räumen Flächen.

Jägermeister mit Fruchtlikör erfolgreich

Spirituosen. Hersteller vermeldet für 2025 Umsatzanstieg um zehn Prozent.

Von Patrick Dax

Die Stimmung am Spirituosenmarkt ist wenig berauschend. Die Absatzmengen gehen zurück. Mit dem steigenden Gesundheitsbewusstsein und der hohen Inflation gab es in Europa aber auch in Nordamerika zuletzt für Schnaps- und Likörhersteller wenig zu feiern. Der deutsche Traditionshersteller Jägermeister hat sich im vergangenen Jahr erfolgreich gegen den Trend gestemmt. Das Unternehmen aus dem deutschen Wolfenbüttel vermeldete am Dienstag einen Umsatzanstieg um zehn Prozent auf 882 Mio.



Der Jägermeister-Kräuterlikör verkauft sich weiterhin gut.

mehr als 960 Mio. Euro. Davon ist Jägermeister noch weit entfernt. Zum Gewinn wurden keine Angaben gemacht.

2024 zunächst in Tschechien und der Slowakei und seit dem vergangenen Jahr auch in Österreich und Deutschland erhältlich ist. Den Trend

heißt, hat man damit offenbar getroffen. Bisher wurden mehr als fünf Millionen Flaschen abgesetzt. Aber auch die Kernmarke, der Kräuterlikör in der markanten grünen Flasche, hat sich gut verkauft. 2025 wurden nach Angaben des Unternehmens fast 118 Mio. 0,7-Liter-Flaschen abgesetzt. Das sind immerhin fast acht Prozent mehr als im Jahr davor.

Weniger erfolgreich entwickelte sich der hauseigene Tequila. Der Absatz des Agavenschnapses der Marke Terema ging um 1,5 Mio. Flaschen auf 13,3 Mio. Flaschen zurück. Jägermeister ist weltweit in 150 Märkten

US-Regierung ersetzt Anthropic durch OpenAI

Streit mit Trump macht KI-App populärer.

Künstliche Intelligenz. Der US-amerikanische KI-Entwickler Anthropic hat sich den Zorn von Präsident Donald Trump zugezogen und wird nun bei Aufträgen für die Regierung durch einen Konkurrenten ersetzt. Am Dienstag hat das US-Verteidigungsministerium mitgeteilt, künftig auf Künstliche Intelligenz von OpenAI zu setzen. Am Freitag hatte US-Präsident Donald Trump allen Bundesbehörden die Nutzung von Anthropic-Produkten untersagt. Das US-Militär hat das aber laut *Wall Street Journal* nicht daran gehindert, das KI-Tool Claude am Wochenende für die Planung von Angriffen auf den Iran einzusetzen.

Autonome Waffen

In Trumps Ungnade gefallen ist Anthropic durch seine Weigerung, Sicherheitsmechanismen in seiner KI zu entfernen. Besonders die Verwendung für Massenüberwachung und für autonome Waffensysteme will das Unternehmen verhindern. Von dieser „roten Linie“ wich Anthropic-CEO Dario Amodei in Verhandlungen nicht ab. Nachdem Trump Anthropic öffentlich wüst beschimpft hat, kündigt die US-Regierung nun den Wechsel an. OpenAI-Technologie dürfe nicht zur



US-Regierung bekam KI-Entwickler nicht in den Griff.

Massenüberwachung im Inland, zur Steuerung autonomer Waffensysteme oder für automatisierte Entscheidungen mit weitreichenden Folgen eingesetzt werden, beteuert der Betreiber von ChatGPT zwar. Beobachtern kommt dies jedoch merkwürdig vor, wären dies doch die gleichen Einschränkungen, wie sie Anthropic verteidigt hat.

Boycott-Aufruf

Bei privaten Nutzern von KI-Apps hat die Angelegenheit Anthropic offenbar viel Sympathie eingebracht. Im Apple App Store und bei Google Play verbucht die Claude-App massive Download-Zahlen. Durch den Nutzeranstieg kommen die Server von Anthropic bereits an ihre Leistungsgrenzen, es gab kleinere Ausfälle. In sozialen Medien wird dagegen zum Löschen von ChatGPT aufgerufen.

D. Kotrba

Palfinger mit stabilem Umsatz und Gewinn

Bilanz 2025. Der börsennotierte Salzburger Kranhersteller Palfinger konnte im Vorjahr trotz US-Zollstreits und geopolitischer Spannungen den Umsatz und Gewinn stabil halten. Die Erlöse betragen 2,36 Mrd. Euro, der Gewinn belief sich auf 97 Mio. Euro, wie der Konzern am Dienstag mitteilte. Eine Outputsteigerung in Europa stabilisierte die Geschäftsentwicklung. Die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sank um

300 auf etwas über 12.000. Für den Palfinger-Vorstand ist das laufende Geschäftsjahr „knapp bis über das erste Halbjahr 2026 hinaus“ abschätzbar, die Visibilität bleibt „jedoch aufgrund der allgemeinen weltwirtschaftlichen Lage für das Gesamtjahr eingeschränkt“. Entscheidend für das zweite Halbjahr sei „die weitere Erholung der europäischen sowie die Entwicklung der US-amerikanischen Konjunktur“, erklärten die Manager.

Sportschuhmarke On mit Wachstumssprint

Umsatzplus von 30 Prozent auf 3,3 Mrd. Euro.

Expansionskurs. Der Schweizer Sportschuh-Hersteller On setzte im Vorjahr seine Turbo-Expansion fort und wuchs deutlich stärker als die Mitbewerber Nike oder Adidas. Vor allem das noch junge Geschäft mit Bekleidung und Accessoires zog kräftig an. Der Umsatz stieg im Jahr des 15-jährigen Bestehens des Unternehmens um 30 Prozent auf 3,01 Mrd. Franken (3,3 Mrd. Euro). Dabei bremste der starke Franken die Entwicklung, bei konstanten Wechselkursen hätte das Plus 36 Prozent betragen. Das operative Ergebnis (EBITDA)



On läuft beim Wachstum Nike und Adidas davon.

Mehr als die Hälfte setzte der an der New Yorker Börse notierte Konzern in Nord- und Südamerika ab, das Wachstum betrug dort 18 Prozent. Einen weiteren Schub könnten laut Manage-