

HANDELS.BLATT

03-2022

WKO 
WIRTSCHAFTSKAMMER NIEDERÖSTERREICH
Versand-, Internet- & allgemeiner Handel

Barrierefrei durchs Netz

Was ist Dropshipping

Fachgruppentag auf der Rosenberg



4



6



8



10



16



17



18

Allgemeiner Handel

Fachgruppentag bei Traumwetter	4
Werbung mit Preisermäßigungen	6

Versand- und Internethandel

Barrierefrei durchs Netz	8
UGC erhöht Kaufbereitschaft	9
Click&Sell: Dropshipping	10
Online-Händler September	11
Verpackungsregister LUCID	12
WKO-Angebote auf einen Blick	13

Zoofachhandel

Neues Logo	14
Interzoo 2022	15

Werbeartikelhandel

gogimmick.at	16
--------------	----

Blumengroßhandel

Lehre EH-Kaufmann	17
-------------------	----

Altwarenhandel

Neuer Webauftritt	18
Fachbuch geschenkt	19

Liebe Leserinnen und Leser,
 liebe Mitglieder,

es hat mich besonders gefreut, so viele von Ihnen am Fachgruppentag wieder einmal persönlich zu treffen! Die Rosenburg und die Greifvogelschau waren aber auch ein ganz besonders schöner Rahmen. Ganz abgesehen von absolutem Traumwetter. Für alle, die keinen Platz mehr bekommen haben: Lesen Sie einfach die Nachschau.

In diesem Heft finden Sie alle wichtigen Neuigkeiten: Achtung bei der Werbung mit Preisermäßigungen, Click&Sell erklärt Ihnen alles über Dropshipping, wir informieren Sie, was LUCID bringt, stellen Ihnen einen weiteren blaugelben Online-Händler vor und zeigen Ihnen das neue Logo der Zoofachhändler Österreichs.

Wenn Sie all diese Informationen gerne schneller haben möchten, dann folgen Sie uns auf Facebook und Instagram.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen beim Lesen!

Ihr KommR Ing. Alexander Smuk
 Gremialobmann



Facebook



Instagram



KommR Ing. Alexander Smuk
 Gremialobmann

alexander@smuk.at
 0664 8584383

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Traumwetter, Greifvögel & spannender Austausch

Das war der Fachgruppentag auf der Rosenberg

Bei absolutem Traumwetter haben sich am 8. August Mitglieder und Funktionäre zum Fachgruppentag auf der Rosenberg getroffen. Mit mehr als 150 Teilnehmern waren wir ausgebucht!

Das Landesgremium des Versand-, Internet- und allgemeinen Handels begrüßt seine Gäste.



v.l.n.r.: GF Mag. Armin Klausner, Mst. Alexander Mlinek, Dkkff. Barbara Niederschick CMC, Obmann KommR Ing. Alexander Smuk, Obmann-Stv. Gerald Spieß, BA MA, Foto: Mag. Michaela Quintus, BSc.

Gleich zu Beginn faszinierte uns die Falkenschau, danach Barbara Niederschick mit ihrem Vortrag „Erfolgsfaktor Geschäftsmodell“, den krönenden Abschluss bildete das gemeinsame Abendessen mit spannenden Gesprächen.

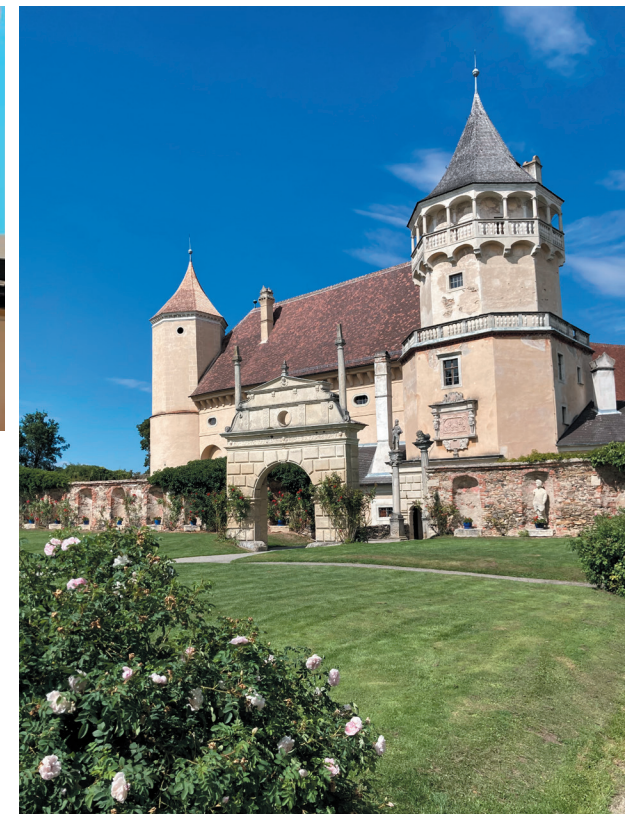
Falken & Adler hautnah

Seit 2012 gehört die historische Falknerei zum immateriellen UNESCO Weltkulturerbe.

Auf Schloss Rosenberg wird die uralte Tradition der Falknerei noch gelebt. Der Falkenhof ist schon seit vielen Jahren erfolgreich um ihren Erhalt bemüht. Wir konnten die Flugkünste der majestätischen Vögel in einer Freiflugvorführung hautnah miterleben.



Dkkff. Barbara Niederschick



Perfekter Rahmen: Das Renaissanceschloss Rosenberg
Geschichte spüren & Tradition erleben

Mut zu neuen Wegen Wie Sie Ihr Geschäftsmodell erfolgreich anpassen

Barbara Niederschick nahm in ihrem Vortrag Bezug auf unsere sehr dynamischen Zeiten. Denn die Märkte verändern sich schnell und haben in den letzten Monaten noch einen Gang zugelegt. Daher ist es mehr denn je wichtig, sich als Unternehmer zukunftsorientiert aufzustellen. Denn die einzige Konstante – auch im Geschäftsleben – ist die Veränderung.

Wer nicht dabei sein konnte, kann hier gerne nachlesen:



Omnibus & PrAG

Achtung bei Werbung mit Preisermäßigungen

B2C

WICHTIG:
Ab jetzt muss der im letzten Monat niedrigste Preis vor der Ermäßigung angegeben werden.



Das Modernisierungsrichtlinie-Umsetzungsgesetz (MoRUG I und II) ist ein Teil des „New Deal for Consumers“.

Dieses Modernisierungsgesetz wird auch als Omnibus-Richtlinie bezeichnet, da vier bestehende EU-Richtlinien gleichzeitig modernisiert und an die digitale Welt angepasst werden, um den Verbraucherschutz nachhaltig zu verbessern.

Mit dem MoRUG II kommen auf alle Händler erhebliche **Änderungen bei der Werbung** zu. **Wichtig:** Das Preisauszeichnungsgesetz gilt nur für Geschäfte zwischen Unternehmen und Verbrauchern – also **ausschließlich B2C**.

Wozu ist das gut?

Wie alle Händler wissen, hat die Auszeichnung von Preisen einen großen Einfluss auf Kaufentscheidungen und Kaufverhalten von Konsumenten. Deshalb wird auch gerne und viel mit Preisreduktionen geworben.

Die neue Regelung soll nun die **Preistransparenz erhöhen** und Konsumenten einen einfachen Preisvergleich ermöglichen. Es ist vermutlich eine Reaktion auf so manche undurchsichtige Preispolitik von Unternehmen, die kurz vor einer



Preisermäßigung die alten Preise erhöht haben. Dadurch entsprach der „ermäßigte“ Preis dann annähernd dem Preis vor der Erhöhung.

Wen betrifft es?

Die neue Regelung für Händler gilt **für alle Vertriebskanäle**. Sie gilt also sowohl für den **Online-Handel** als auch den **stationären Handel**. Betroffen ist allerdings nur die **Preisauszeichnung von Preisermäßigungen**.



Nicht betroffen sind Preisvergleiche mit Preisen anderer Unternehmer, mit unverbindlichen Verkaufspreisen, Preisermäßigungen für Kundenkarten, Mengenrabatten, Gutscheinen, für ganze Produktgruppen oder das gesamte Sortiment. Es gilt auch nicht bei Preisen unterschiedlicher Vertriebskanäle. Nicht relevant ist es für angekündigte Ermäßigungen durch Treueprogramme oder Gutscheine, bei denen nicht genau identifizierte Produkte, sondern Produktkategorien, zu einem ermäßigten Preis angeboten werden.

Seit wann?

Die entsprechenden EU-Vorgaben hätten eigentlich bis spätestens 28. Mai 2022 in nationales Recht umgesetzt werden müssen. Österreich war damit jedoch in Verzug. Daher trat das Gesetz nun ohne weitere Übergangsfrist **mit 21. Juli 2022 in Kraft**.

Was ändert sich?

- Werden Preisermäßigungen angegeben – egal ob als Betrag oder in Prozenten – so muss auch **der vorherige niedrigste Preis** angegeben werden. Dabei handelt es sich um den Preis, der **einmal innerhalb von 30 Tagen** vor der Preisermäßigung im selben Vertriebskanal verlangt wurde.
- Waren, die seit weniger als 30 Tagen auf dem Markt angeboten werden, müssen den niedrigsten Preis des Produktes im Zeitraum, in dem es auf dem Vertriebskanal angeboten worden ist.
- Bei einer schrittweise ansteigenden Preisermäßigung sind Händler dazu verpflichtet, den niedrigsten Preis eines Produkts vor Anwendung der ersten Preisermäßigung anzugeben.

Ausnahme

Die Preisermäßigung von **schnell verderblichen Waren mit kurzer Haltbarkeit** sind ausgenommen, wenn die Preisermäßigung aufgrund des bevorstehenden Ablaufs des Mindesthaltbarkeitsdatums erfolgt.

Nationalratsbeschluss
und Erläuterungen:



Barrierefrei durchs Netz ist gut für Ihr Ranking

Win-Win durch Barrierefreiheit



Bereits **seit dem 1. Jänner 2016** gilt das Gesetz zur Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen. Alle Waren, Dienstleistungen und Informationen im Netz **müssen barrierefrei angeboten** werden. Dadurch können Menschen mit Behinderungen ganz einfach am digitalen Leben teilnehmen.

Ganz nebenbei verbessern Sie damit gleich Ihr Google-Ranking! Das bringt Ihnen einen **mess- und nachvollziehbaren Nutzen**. Abgesehen von der sozialen und rechtlichen Komponente, erreichen Sie zusätzlich Kunden, die Ihren digitalen Auftritt sonst nicht erleben könnten. Denn gerade Menschen mit Behinderungen sind überdurchschnittlich häufig im Internet unterwegs.

Barrierefreiheit ist essenziell für 10 % der Bevölkerung, notwendig für 40 % und komfortabel für 100 %

Barrierefreiheit bringt jedem User mehr Komfort und erschließt Ihnen **zusätzliche Kundenschichten**. Abgesehen von dem einmaligen Aufwand, eine bestehende Webseite barrierefrei zu machen, ist dafür die künftige **Wartung einfacher**.

Wichtig ist, dass Internetauftritte so gestaltet werden, dass sie auch von **sehbehinderten Personen** genutzt werden können. Denken Sie aber auch an **hörbehinderte Personen**. Blinde und sehbehinderte Nutzer lassen sich Webseiten per Software vorlesen oder in Braille-Schrift ausgeben, gehörlose oder schwerhörige Menschen, deren erste Sprache Gebärdensprache ist, benötigen auf sie zugeschnittene, besondere Darstellungsformen.

Ist Ihr Webauftritt barrierefrei?

Wählen Sie im ersten Schritt ein für Sie geeignetes Werkzeug, um Ihre Website zu überprüfen: www.seobility.net, www.sistrix.de oder de.ryte.com. Setzen Sie danach die Korrekturvorschläge um.

Bilder

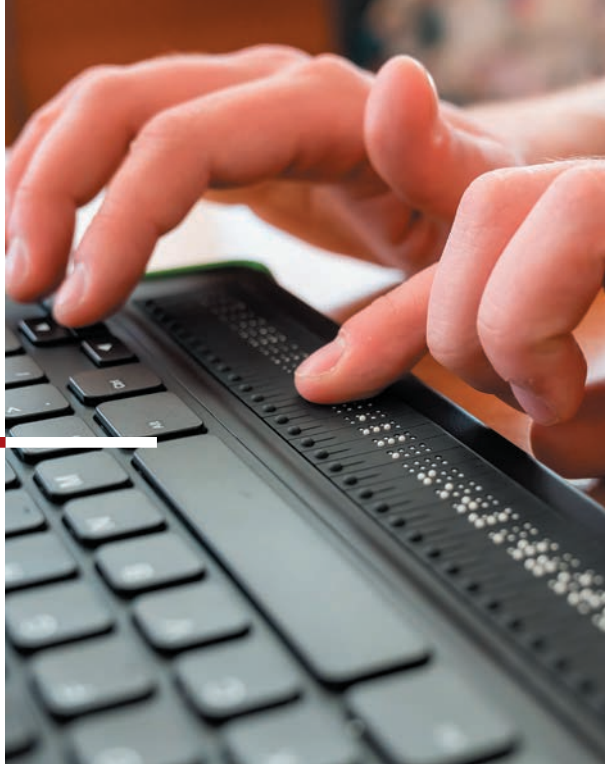
Fügen Sie **alternative Bildbeschreibungen** ein. Dadurch können Bilder von Suchmaschinen besser ausgewertet und einem Keyword oder Themenbereich zugeordnet werden, und sie werden von Voice-Browsern unterstützt und bei Bedarf vorgelesen.

Struktur

Ihre Webseite sollte wie das Inhaltsverzeichnis eines Fachbuchs eine **logische und nachvollziehbare Struktur** haben. Suchmaschinen finden das ganz großartig. Zusätzlich sind gut strukturierte Seiten oder Texte nicht nur einfacher zu lesen, sondern auch eindeutig von Screenreadern mit Vorlesefunktion erfassbar. Achten Sie dabei besonders auf die **Überschriften-Hierarchie** Ihrer Texte. Die Reihenfolge H1/H2/H3 ist erlaubt und logisch, H1/H3/H2 jedoch würde den Regeln widersprechen.

Links

Links sind auf vielen Webseiten noch immer mit dem Text „Weiterlesen“ angeführt. Doch das bietet keine Information. Sind mehrere Links mit dem Text „Weiterlesen“ auf Ihrer Webseite zu finden, ist das weder für Suchmaschinen noch für Besucher attraktiv. Überlegen Sie genau, wie Links sinnvoll gestaltet werden können. Denn, wenn Ihre Links beschreibend sind und damit klar ist, wohin die Verlinkung führt bzw. welches



Kunden vertrauen am meisten anderen Kunden

User Generated Content erhöht die Kaufbereitschaft enorm

UGC

Laut einer Bazaarvoice-Studie vertrauen Kunden vor allem anderen Kunden – und Social Media ist mittlerweile ein alltäglicher Vertriebskanal.

Thema die verlinkte Seite beinhaltet, hilft das nicht nur Screenreadern.

Videos

Auch Videos können mit zusätzlichen Inhalten verknüpft werden, sodass in Suchmaschinen ein Mehrwert entsteht und eine bessere Platzierung erfolgt. Wenn Sie Ihre Videos über YouTube hochladen und mit Ihrer Website verlinken, haben Sie die Möglichkeit sie mit **Untertiteln** auszustatten. Ihre Videos bieten damit einen Mehrwert an Information und erfüllen die notwendigen Grundanforderungen für sogenannte „zugängliche“ Videos.

Neugierig?

Dann prüfen Sie jetzt die Barrierefreiheit Ihres Webauftritts:



Ihre Online-Kunden werden immer mehr zu Ihren Online-Verkäufern:

- **40 % der Online-Käufer** sagen, dass User Generated Content (UGC) wie Bewertungen oder Produktfotos und -videos die Kaufentscheidung positiv beeinflusst hat.
- **75 % der Online-Käufer** kaufen noch lieber, wenn Produktfotos von anderen Käufern sind.
- **53 % der Online-Käufer** hätten anstatt der professionellen Fotos nur noch Produkt- oder Anwendungsfotos von anderen Kunden.

Daher haben bereits viele Firmen UGC in ihre Marketing-Strategie integriert. Gute Entscheidung, denn dadurch steigen die Conversions um satte **144 %!**

Aber Achtung! Wer seine Kunden so stark involviert, muss sich im Klaren sein, dass dann seine Marke nicht mehr nur ihm selbst gehört. Jeder kann dann die eigenen Erfahrungen mit der Marke

teilen und ihre Wahrnehmung beeinflussen. Daraus folgt, dass sich das nur Marken leisten können, deren Qualität und Beschwerde-Management einwandfrei sind.

Corona-Shopping

Der Boom des Online-Shoppings während der Corona-Pandemie hat die Kaufgewohnheiten stark verändert. Fast 40 % der Käufer haben während des Lockdowns **neue Marken entdeckt**. Über 80 % geben an, auch weiterhin bei den neu entdeckten Marken zu bleiben.

Die wichtigsten Online-Shopping-Trends:

- Konsumenten sind Influencer geworden
- Authentizität ist das wertvollste Marken-Merkmal
- Eine reibungslose Customer Journey ist essenziell
- Corona hat die Shopping-Gewohnheiten verändert

www.bazaarvoice.com



CLICK & SELL

Was ist Dropshipping und macht es Sinn?

Dropshipping ist mit Sicherheit das Handelskonzept der Zukunft und wird den Online-Handel in den nächsten Jahren vollkommen revolutionieren.

Für viele ist es schon heute das größte Geheimnis ihres Erfolges. Wir haben mit Profi Ivonne Mayr-Hagn, Geschäftsführerin von Rauch Import und Anwenderin Elke Novak von kultshirt.at gesprochen, was ein richtig gutes Dropshipping kann.

So neu ist Dropshipping gar nicht

Dropshipping bietet Händlern die Möglichkeit, ohne große Investitionen in Lagerhaltung und Logistik in den Versandhandel einzusteigen, ihre Artikel zu verkaufen und ihr Unternehmen zu vergrößern. Im Grunde ist es keine Neuheit. Es gibt das Modell bereits seit Jahrzehnten unter dem Begriff Streckengeschäft.

Das Prinzip ist einfach: Kundenbestellungen gehen bei Ihnen als Online-Händler ein, werden jedoch in Ihrem Namen vom Hersteller oder Großhändler direkt an den Kunden versandt. Der Kunde hat immer das Gefühl, dass er bei Ihnen kauft. Sie sparen dadurch Lagerhaltung und Logistik zum Großteil oder sogar komplett ein.



Wenn Sie alles über Dropshipping wissen wollen, was für Mischformen, Vor- und Nachteile es gibt und welche Tipps und Tricks unsere Expertinnen auf Lager haben, dann schauen Sie sich die Folge an!



Mit der Kraft der Natur

Kräuterpfarrer Benedikt ist blaugelber Online-Händler September



Kräuterpfarrer Benedikt, Prämonstratenser aus dem Waldviertler Stift Geras, vermittelt nicht nur unglaubliches heilkundliches Wissen über Heilpflanzen.

Die langjährige rechte Hand des legendären Kräuterpfarrers Weidinger ist – ganz angepasst an unsere moderne Zeit – auch ein Online-Händler.

„Die Heilpflanzen sind da, um Menschen bei körperlichen und seelischen Gebrechen zu helfen.“

Kräuterpfarrer Benedikt führt das Werk von Kräuterpfarrer Hermann-Josef Weidinger weiter. Der im Jahr 1978 gegründete Verein „Freunde der Heilkräuter“ in Karlstein/Thaya beschäftigt sich vor allem mit Kräutern und deren begleitenden Wirkung. Viel altes Wissen ist auf der Webseite nachlesbar. Und damit auch allen Menschen geholfen werden kann, werden überlieferte Kräuterrezepte neu aufgelegt, Kräuter-Teemischungen, Einzelkräuter und Gewürze, Kräuterliköre, Pflanzen-Auszüge und Naturkosmetika auch online zum Verkauf angeboten.

Reinschauen lohnt sich!
<http://www.kraeuterpfarrer.at>
<https://www.facebook.com/kraeuterpfarrer>
<http://blog.kraeuterpfarrer.at>



Online-Händler aufgepasst!

Jetzt im Verpackungsregister (LUCID) registrieren

LUCID

Bereits seit dem deutschen Verpackungsgesetz von 2019 sind Händler zu gewissen Maßnahmen verpflichtet. Aber mit 1. Juli 2022 trat in Deutschland die erweiterte Herstellerverantwortung in Kraft. Das bedeutet, dass jeder, der ein Produkt **als Erster in einem Land in Verkehr** bringt, für den **gesamten Lebenszyklus verantwortlich** ist. Das betrifft Verpackungen und Elektro- und Elektronikgeräte. In Frankreich gibt es eine vergleichbare Bestimmung. Da österreichische Onlinehändler durch den Versand von Waren, Verpackungen in Verkehr setzen, sind sie direkt von den verpackungsrechtlichen Pflichten betroffen!

Amazon-Händler: Unbedingt im Verpackungsregister (LUCID) registrieren!

Amazon und andere Marktplätze sind gesetzlich verpflichtet, zu bestätigen, dass Verkaufspartner, die in Deutschland und/oder Frankreich verkaufen, diese erweiterte Herstellerverantwortung (EPR) einhalten. Sie werden die EPR-Registrierungsnummern ihrer Händler über ein EPR-Compliance-Portal erfassen und überprüfen. Daher unbedingt die Registrierungsnummer (LUCID-Nummer) einreichen. Verkäufer, die das nicht tun, laufen Gefahr, seit dem 15. Juni gesperrt zu werden, da Amazon sicherstellen will, dass Händler die EPR-Vorschrift jedenfalls mit 1. Juli erfüllen.



Für Fragen -> AußenwirtschaftsCenter
in Deutschland berlin@wko.at bzw. muenchen@wko.at
und Frankreich paris@wko.at

berlin@wko.at
muenchen@wko.at
paris@wko.at



Wir unterstützen Sie auf Ihrem Weg in die Digitalisierung!

Alle Angebote der WKO auf einen Blick



Digitalisierung ist in aller Munde und unsere Aufgabe ist es, Sie zu unterstützen und zu begleiten.

Da wir eine Vielzahl von Services regional und bundesweit anbieten, haben wir auf der Wissensplattform #HANDELDigital alles für Sie zusammenfasst:

Rechtliche Grundlagen & allgemeine Infos

Hier finden Sie alles, was Sie zum Thema E-Commerce wissen sollten - inklusive aller Infos als Download. Angefangen vom Weg zum eigenen Webshop über den E-Commerce-Guide bis hin zu Steuerlichem und Vertragsrecht im Internet.



Förderungen & Zertifizierungen

Wir haben für sie alle Förderungen und Zertifizierungen gelistet - angefangen von der KMU Digital bis zu den vielfältigen Service-Angeboten der Bundesländer.

Online-Tools & Initiativen

Hier finden Sie alles über Cyber-Security, ein DSGVO-Toolset, einen Online-Ratgeber, eine Toolbox für virtuelles Arbeiten u.v.m.

Marktplätze & Plattformen

Um Produkte auf Marktplätzen verkaufen zu können, egal ob B2B oder B2C, benötigen Sie nicht unbedingt einen eigenen Webshop, sondern können auch die Infrastruktur eines Marktplatzbetreibers nutzen. Wenn Sie damit starten wollen, haben wir für Sie eine Liste aus Grundlagen, Leitfaden, Plattformen und Marktplätzen und Infoblättern zusammengestellt.

Aus- und Weiterbildung & Veranstaltungen

Wir bieten Ihnen eine Liste aktueller Webinar-Termine und Webinar-Aufzeichnungen zu den verschiedensten E-Commerce-Themen – von Basic bis Advanced, viele Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten und die seit mehr als 20 Jahren erfolgreichste E-Business-Veranstaltung Österreichs: den E-Day.

All das und noch viel mehr auf:



Mein Motto:
*Verändern,
bewegen,
gestalten –
für unsere Zukunft.*

Gerald Ludwig Spiess, BA MA
**Berufsgruppensprecher Versand-
und Internethandel**

0660 9496108, g.spiess@hoch-mut.at

Tier zuliebe

Erstmalig haben Österreichs Zoohändler ein bundesweit einheitliches Logo

Tier zuliebe

Wir haben es geschafft! Endlich haben wir ein Logo, das die Bedeutung unserer Branche und die Wichtigkeit der Heimtierhaltung in unserer Gesellschaft ausdrückt.



Der Slogan „Pets Protect Planet“ zeigt allen, dass der Zoofachhandel Tierschutz lebt - und zwar weit über die Anforderungen des Tierschutzgesetzes hinaus: „Bund, Länder und Gemeinden sind verpflichtet, das Verständnis der Öffentlichkeit und insbesondere der Jugend für den Tierschutz zu wecken und zu vertiefen.“

Zoofachhändler sind nicht nur Tierfreunde, sondern Profis auf ihrem Gebiet und geben ihr Wissen an Tierhalter zum Wohle ihrer

Lieblinge weiter. Wir fördern die Heimtierhaltung und das ganz besonders bei jungen Menschen. So lernen sie unsere wundervolle und großartige Tierwelt und damit die Schönheit der Natur kennen. Sie übernehmen Verantwortung für ein Lebewesen, werden Tierfreunde, Tierschützer, Naturschützer und Umweltschützer. Das ist ein großer und wichtiger Beitrag zum Schutz unseres Planeten.

„Dein Zoofachhandel - Tier zuliebe“ zeigt den Weg zum Zoofachhandel, dem Kompetenz-Zentrum für Tierhaltung, Tierwohl und Tierschutz. Das Logo für den tierführenden Zoofachhandel, für alle, die vorgeschriebenen Fachprüfung absolviert haben, bleibt weiter erhalten.



Das war die Interzoo

Wiedersehen mit Freunden



Interzoo 2022

Heuer ging die Interzoo mit über 1.300 Ausstellern aus mehr als 60 Ländern und rund 28.000 Fachbesuchern aus 129 Ländern in Nürnberg über die Bühne.

Im Rahmen der Interzoo fanden aber auch eine Reihe von internationalen Netzwerk-Veranstaltungen statt, an der wir als Repräsentanten des österreichischen Zoofachhandels teilgenommen haben.

Neben dem Austausch in der European Pet Organization (EPO), in der wir zurzeit den Vizepräsidenten mit Andres Popper stellen, waren wir auch zu einem Treffen des International Pet Advisory Council (IPAC) geladen. Auf Initiative des EPO-Präsidenten Svein Fossa lebt diese Plattform nun neu auf, um die internationale Kommunikation und den Ideen- und Wissensaustausch zwischen Ländern, verschiedenen Handelsorganisationen, Züchtern und der Heimtierindustrie zu ermöglichen.

Denn obwohl das IPAC bereits vor 25 Jahren gegründet wurde, kann es jetzt, in einer Zeit der modernen, virtuellen Kommunikation, sein Potenzial voll entwickeln. Der österreichische Zoofachhandel unterstützt diese Initiative und haben IPAC ihre Unterstützung und Teilnahme zugesagt.



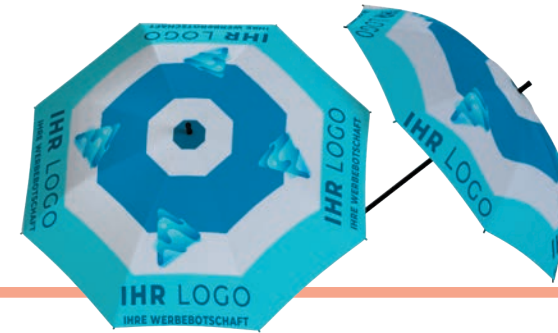
Mein Motto:
*Zusammenhalt
ist alles!*

Günter Daxböck
Berufsgruppensprecher Zoofachhandel

02630 36575, 0664 4634787
daxzoo@hotmail.com

Weiter geht's mit gogimmick.at

Werbung für den Werbemittelhandel



Unsere neue Plattform www.gogimmick.at ist direkt an unsere Kunden gerichtet, die dort viel Information und mit einfacher Standortsuche auch gleich ihren niederösterreichischen Werbemittel-Partner finden.

Wir informieren dort, wie unsere Kunden Ihr Firmenimage mit uns gemeinsam auf den richtigen Weg bringen: von modernster Technik bis essbar, von „ganz schön praktisch“ bis „Natur pur“!

Schauen Sie vorbei: www.gogimmick.at

Sie wollen auch auf gogimmick.at gelistet sein und an der Werbe-Kampagne teilnehmen? Dann melden Sie sich bei uns: s.pass@reva.co.at



Nach dem Kickstart im Frühjahr wird gogimmick.at jetzt weiter beworben: Wir haben einen guten Mix aus Bezirkszeitungen und Krone Hit ausgewählt. Online und offline gut abgewogen. Wordraps und den Wetterbericht bei Krone Hit haben wir uns auch wieder gesichert. Dazu kommt ein professioneller und gut beworbener Social-Media-Auftritt auf Facebook und Instagram und eine wohl durchdachte Google-Ads-Kampagne mit Bildanzeigen. Die Kampagne ist auf sechs Monate langfristig ausgelegt.

Sie sind mit dabei!

Diesmal ganz neu: Teilnehmende Betriebe werden in die Kampagne mit einbezogen! Jedes Unternehmen, das auf gogimmick.at gelistet ist, bekommt seinen Auftritt!



Mein Motto:
Jammern und nix tun ist der falsche Weg!

Sebastian Paß
Berufsgruppensprecher
Werbeartikelhandel

02622 9002-329, 0664 1852222
s.pass@reva.co.at



Lehrlinge sind unsere Zukunft!

Lehre EH-Kaufmann mit Schwerpunkt Gartencenter

Der vielseitige und abwechslungsreiche Beruf wird in der Landesberufsschule Laa an der Thaya unterrichtet und braucht viel Fachwissen und Sozialkompetenz.

Die Ausbildung dauert drei Jahre, endet mit der Lehrabschlussprüfung und bietet gute Aufstiegschancen für die Zukunft.

Einzelhandelskaufleute im Gartencenter sind für den Einkauf, die Lagerung und den Verkauf von Waren verantwortlich und erledigen Kassen- und Büroarbeit. Der **Schwerpunkt** ihrer Tätigkeit ist der **Verkauf von Waren**. Sie ermitteln den Warenbedarf anhand des Lagerstandes und der Kundennachfrage. Sie wählen und bestellen Ware aus den Angeboten von Großhändlern und Herstellerfirmen. Bei der Warenübernahme kontrollieren sie, ob Bestellung und Lieferung übereinstimmen.

Im Lager sorgen sie für die richtige Lagerung der Ware. Sie zeichnen sie Preise aus, gestalten Werbeflächen, und stellen

Kataloge und Sonderangebote zusammen. Im Verkauf beraten sie Kunden, stellen die Rechnung aus, nehmen den Geldbetrag >>





entgegen und verpacken die verkaufte Ware. Mit zunehmender Berufserfahrung kann die Führung von Mitarbeitern dazu kommen.

Bei der Fülle von Produkten gerade im Gartencenter, ist eine fachkundige Kunden-Beratung unbedingt erforderlich: Information über Eigenschaften, Standortansprüche, Pflegemaßnahmen von Pflanzen und Geräten sowie Einsatzmöglichkeit und Standortansprüche. Dazu kommt die Behandlung, Pflege, Gebrauch von Geräten und anderen Handelswaren.

Erkundigen Sie sich gleich in der
Landesberufsschule Laa an der Thaya
Wehrgärten 3-5
2136 Laa an der Thaya

altwarenhandel

Aus Alt mach Neu!

Neuer Webauftritt für den Altwarenhandel

NEU

Es ist soweit!
Wir entstauben unseren Webauftritt.

Das Konzept steht und die Ausschreibung ist veröffentlicht. Wir freuen uns auf ein modernes Design und unter anderem über eine Suchfunktion für alle unsere Kunden, die in ihrer Umgebung einen Altwarenhändler suchen. Mit der neuen Website werden sie jedenfalls fündig.





Wir schenken Ihnen

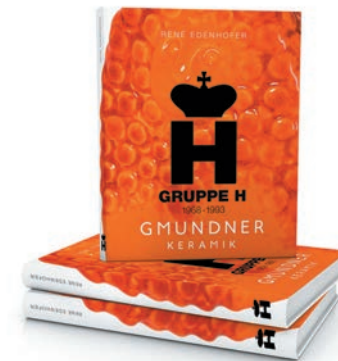
das Fachbuch „Gruppe H Gmundner Keramik“

Freuen Sie sich auf ein Packerl von uns!

Sehr bald erhalten alle Mitglieder der Berufsgruppe Altwarenhandel das brandneue Fachbuch „Gruppe H 1968-1983 Gmundner Keramik“.

1968 gründeten der Besitzer der Gmundner Keramik **Johannes Fürst von Hohenberg** und die Keramikünstlerin **Gudrun Wittke-Baudisch** mit ihrer Hallstatt Keramik die Arbeitsgemeinschaft Gruppe H. Ein Jahr später wurde in der Gmundner Keramik das gleichnamige Designstudio eingerichtet. Die anfängliche Begeisterung kam allerdings bald zum Erliegen, da die Entwürfe für zu modern angesehen wurden.

Wir freuen uns, Ihnen dieses interessante Buch für Fachrecherchen und als Nachschlagewerk zu schenken!



Mein Motto:
*Aus Liebe zum Individuellen –
aus Passion zur Interessensvertretung!*

Theresa Stern
Berufsgruppensprecherin Altwarenhandel

0664 6485557, info@theresastern.at





Impressum:

Landesgremium Versand-, Internet- und allgemeiner Handel Wirtschaftskammer Niederösterreich
Wirtschaftskammer-Platz 1, 3100 St. Pölten
T 02742 851 19340
F 02742 851 19329
E handel.gremialgruppe4@wknoe.at
H www.wko.at/noe/versandhandel

Projektleitung & Text: Elke Reisner, REISNER.marketing
Grafik: Mag. Andrea Kurz, KURZDESIGN
Druck und Produktion: Siebdruck Hauser GmbH

Fotonachweise:

Seite 4 und 5: Schloss Rosenberg und Michaela Quintus, Seite 11: Verein „Freunde der Heilkräuter“,
Seite 19: www.gmundnerbuch.at, Portraits: Andreas Kraus, Adobe Stock

