



Weil's nicht egal ist, wie wir handeln.

SICHER.HANDELN

Neue Website

Nachhaltigkeit

Digitale Regale

HANDELS.BLATT

INHALT



www.meinaltwarenhandel.at 19

Holen Sie Ihr Unternehmen vor den Vorhang mit der neuen Website des Altwarenhandels.

Rezensionen

Weitersagen, was Ihre Kunden sagen. Aber richtig!

04 Nachhaltigkeit

Gesetzliche Regelungen müssen mit Augenmaß erfolgen.

06 Digitale Regale

Wie wichtig sind Produkt-Öko-Referenzen für Kunden wirklich?

07 Röstraum

Ist der blaugelbe Online-Händler dieser Ausgabe.

08

INFO.channel 09

Tipps & Tricks von unseren Experten: Wie Sie auf Amazon erfolgreich verkaufen.

Online-Handel 10

Warum der gefüllte virtuelle Einkaufswagen oft stehen gelassen wird.

Backstage 12

mit Lehrlingen im Terrarienhaus und dem Riffaquarium des Tiergartens Schönbrunn

Tragetaschen 14

für den Zoofachhandel - nachhaltig und mit neuem Logo. Jetzt bestellen!

Blumengroßhandel 16

Ein Rück- und Ausblick: Valentinstag, Gemüsepflanzen und die Lehre im Gartencenter

gogimmick.at 18

Werbung für den Werbemittelhandel: Die Kampagne geht weiter - mit Gewinnspiel!



Editorial



facebook



instagram

Liebe Leserinnen und Leser,
liebe Mitglieder,

es wird wieder wärmer, der Frühling klopft schon an unsere Tür, und wir freuen uns alle über Blumen aus dem niederösterreichischen Blumengroßhandel für den Muttertag, kümmern uns gemeinsam mit dem Zoofachhandel um das Freigehege für unsere kleinen Haustiere und besuchen den ein oder anderen Altwarenhändler, um in aller Ruhe zu gustieren. Wenn Sie jetzt noch die neuesten Give-Aways im niederösterreichischen Werbemittelhandel

online bestellen, haben wir alle unsere Berufsgruppen frühlingshaft besucht.

In diesem Heft finden Sie Neuigkeiten zu digi4Wirtschaft, Sie können nachlesen, wie Sie Ihr digitales Regal grün färben können, wie es um die neue Website der Altwarenhändler steht und am INFO.channel erfahren Sie, wie Amazon funktioniert. Wir stellen Ihnen einen weiteren blaugelben Online-Händler vor, und Sie erfahren, wo Sie die neuen Tragetaschen des Zoofachhandels bestellen können.

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

Ich wünsche Ihnen einen schönen Frühlingsbeginn und viel Vergnügen beim Lesen!

Ihr Alexander Smuk



KommR Ing. Alexander Smuk
Gremialobmann
alexander@smuk.at | 0664 8584383

WERBUNG MIT KUNDEN-REZENSIONEN

Weitersagen, was Ihre Kunden sagen.
Aber richtig!

Alle wissen, dass die eigenen Kunden die beste Werbung sind. Studien bestätigen das schon lange: Inhalte werden als authentisch wahrgenommen, anderen Kunden wird einfach mehr geglaubt als den Unternehmen selbst. Deshalb findet man auch viele Kunden-Bewertungen in Webshops oder in der Werbung. Beim Veröffentlichen von Kunden-Referenzen gibt es allerdings einiges zu beachten.

FRAGEN SIE IMMER UM ERLAUBNIS

Den Namen eines Kunden zu veröffentlichen, geht auch dann nicht, wenn es sich um einen Firmennamen handelt. Diese Daten sind durch die DSGVO geschützt. Also jedenfalls um Erlaubnis fragen - am besten schriftlich! Bereiten Sie sich eine Zustimmungserklärung vor und bitten Sie Ihren Kunden um Unterzeichnung. Am besten gleich mit einer

Persönliche Daten sind durch die DSGVO geschützt.

Bewertung des von ihm gekauften Produktes.

SCHLEICHWERBUNG UND IRREFÜHRUNG VERMEIDEN

Haben Sie Ihren Kunden mit einer Gegenleistung belohnt wie einem Rabatt, der Überlassung einer Ware oder durch Bezahlung, muss die Rezension als Werbung gekennzeichnet werden.

AUF ECHTHEIT PRÜFEN

Gemäß der Omnibus-Richtlinie müssen Sie Ihre Webshop-Besucher darüber informieren, ob Sie Kunden-Bewertungen auf Echtheit prüfen und wenn ja, wie. Das betrifft aber nur Ihren eigenen Webshop. Bekommen Sie

auf einem Marktplatz oder auf einer Suchmaschine eine Kunden-Bewertung, müssen Sie sie nicht selbst prüfen. Dafür sind die Plattformbetreiber selbst zuständig.

Jedenfalls müssen Sie darüber informieren, wie Sie Ihre Kunden-Bewertungen durchführen. Sie können zum Beispiel darauf hinweisen, dass nur kaufende Kunden den Bewertungs-Link erhalten oder, dass jede Bewertung vor der Freischaltung individuell geprüft wird. Die Information muss verständlich und gut sichtbar in unmittelbarer Nähe der Bewertung zu finden sein. Sollten Sie Ihre Rezensionen nicht prüfen, müssen Sie auch darüber informieren. Dann dürfen Sie aber an keiner Stelle Ihrer Werbung sagen, dass Ihre Kunden-Bewertungen echt sind. Wer gefälschte Rezensionen beauf-

tragt und nutzt, kann abgemahnt werden. Auch sanktioniert wird, wenn ein Händler ausschließlich positive Bewertungen veröffentlicht, während er negative aussortiert.

SIE HAFTEN FÜR DEN INHALT DER BEWERTUNG

Sie freuen sich über eine großartige Bewertung? Wenn Sie sie einfach nur als Rezension verwenden, ist alles ok. Sie haften nicht, da für Ihre Kunden ersichtlich ist, dass die Kunden-Bewertung eine persönliche Erfahrung widerspiegelt. Wo die Haftung schon greift, ist etwa bei Rezensionen, die unerlaubte, gesundheitsbezogene Aussagen enthalten. Wenn Sie allerdings mit Kunden-Erfahrungen werben wollen, machen Sie sich die Rezension zu eigen. Dann haften Sie auch für den Inhalt.

Grenzen im Handel verschwimmen

Die neue Salesforce Studie zeigt, dass entweder/oder nicht mehr passt. Die Lösungen, die Händler aufgrund der Pandemie gefunden haben, haben die Art einzukaufen und die Erwartungen der Kunden dauerhaft verändert. Kunden stehen heute mehr Kanäle und Optionen zur Auswahl als je zuvor. Sie gehen davon aus, dass Händler ihren Erwartungen gerecht werden und tolerieren dabei keine unzufriedenstellenden Erlebnisse. Die klare Mehrheit (80 %) kommt nach drei enttäuschenden Erlebnissen nicht wieder zurück.

HANDLUNGSBEDARF DATENZUSAMMENFÜHRUNG

Der Einzelhandel hat anstrengenden Handlungsbedarf: Er muss viele verschiedene Verkaufs- und Kommunikations-Kanäle unter einen Hut bringen und deren Daten zusammenführen,

Plattformbetreiber sind selbst dafür zuständig, Ihre erhaltenen Kunden-Bewertungen zu prüfen.

Allgemeiner Handel

Führen Sie Ihre Daten zusammen.
Personalisieren Sie das Einkaufserlebnis.
Bieten Sie auch im Geschäft digitale Bezahlmöglichkeiten an.
Schulen Sie Ihr Verkaufspersonal auch auf digitale Kanäle.

um zukünftig relevantere, stärker personalisierte Einkaufserlebnisse zu bieten. Denn genau das wird erwartet. Das Ladengeschäft spielt dabei eine wichtige Rolle, auch wenn Kunden ihr Einkaufserlebnis immer öfter digital beginnen. Sie bewegen sich auf durchschnittlich neun verschiedenen Kanälen, um Produkte zu entdecken, Produktbewertungen zu lesen, Preise zu vergleichen und letztendlich zu kaufen.

DIGITALES LADENGESCHÄFT

Kunden lassen direkt im Geschäft die Grenzen zwischen digitalen und physischen Kanälen verschwimmen. Fast ein Drittel der Kunden führen während des Besuchs im Geschäft Online-Recherchen zu einem Produkt durch.

Trotzdem bevorzugen 43 % der Kunden für den tatsächlichen Kauf immer noch nicht-digitale Kanäle – was aber auch bedeutet, dass sie nur dann zufrieden sind, wenn sie sowohl online als auch im Geschäft gut bedient werden.

Was sich 85 % der Kunden wünschen, ist ein durchgehendes Einkaufserlebnis über alle Abteilungen und Kanäle hinweg – egal ob digital oder vor Ort. Aber 60 % sagen, dass sie oft das Gefühl haben, mit verschiedenen und nicht mit einem Unternehmen zu kommunizieren.

Nachhaltigkeit muss leistbar sein!

Nachhaltigkeit ist das Thema der Stunde. Plakative Straßenblockaden der Letzten Generation gehen einher mit gesetzlichen Maßnahmen zur Rettung des Klimas.

Vom Lieferkettengesetz über die Verpackungs-Verordnung bis hin zum Einwegplastik-Verbot, sorgen viele Gesetze für einen nachhaltigeren Umgang mit Ressourcen und eine Schonung der Umwelt. Gut so!

Die österreichische Wirtschaft bekennt sich zu nachhaltigem, verantwortungsvollem und zukunftsfähigem Wirtschaften und unterstützt die Intentionen dieser Initiativen, den internationalen Umweltschutz zu verbessern.

**Eines muss aber auch mit aller Deutlichkeit gesagt werden:
Nachhaltigkeit muss leistbar sein und bleiben! Für uns und unsere Kunden.**

Denn sonst entwickeln sich diese gut gemeinten Überlegungen zu einem existenzbedrohenden Wettbewerbsnachteil für Europa im Allgemeinen und für Österreichs Klein- und Mittelbetriebe im Besonderen.

Die Europäische Wirtschaft kämpft ohnehin mit Inflation und explodierenden Energiekosten. Das setzt eine Preisspirale in Gang, die unsere Kunden - und damit auch viele Händler - an den Rand der Existenz bringt oder noch bringen wird.

Eine vollständige Weitergabe der Preiserhöhungen ist ohnedies nicht möglich, aber auch wenn wir einen Teil der Erhöhungen schlucken, müssen sich Kunden immer öfter überlegen, ob sie sich dieses oder jenes Produkt noch leisten können. In dieser wirtschaftlich für alle extrem herausfordernden Situation muss jede weitere Belastung gut überlegt sein - egal ob es die Kosten oder den bürokratischen Aufwand betrifft. Jegliche gesetzliche Regelung muss mit Augenmaß erfolgen. Die Anforderungen an Unternehmen sollten klar, überschaubar, verhältnismäßig und vor allem für alle gleich sein.

*Ihr Mag. Armin Klauser
Geschäftsführer Landesgremium Versand-, Internet- und allgemeiner Handel*



“Jegliche gesetzliche
Regelung muss
mit Augenmaß erfolgen.”

Mag. Armin Klauser
Geschäftsführer Landesgremium



Versand- und
Internethandel



Das digitale Regal ist grüner als je zuvor — aber wie wichtig sind Öko-Referenzen eines Produkts für Kunden wirklich? Nachhaltigkeit ist nichts Neues, sie wird aber immer wichtiger.

Ganz gleich, ob Sie Hosen, Terrassenmöbel oder die neuesten Kopfhörer verkaufen, es ist wichtiger denn je, die Umweltfreundlichkeit Ihrer Produkte online zu präsentieren. Studien zeigen, dass jüngere Käufer eher nach ökologischen Merkmalen wie biologischer Herkunft und fairem Handel suchen. 62 % der 25- bis 44-Jährigen geben an, dass Informationen über umweltfreundliche Produkte sehr wichtig oder unerlässlich sind — bei den 55- bis 64-Jährigen sind es nur noch 39 %. Möchten Sie die Umweltfreundlichkeit Ihres digitalen Regals erhöhen? Stellen Sie sicher, dass Sie:

- alle relevanten Öko-Informationen in Ihre Produktbeschreibungen aufnehmen.
- diese Informationen über alle Ihre Kanäle bereitstellen.

- immer auf dem Laufenden sind, um zu vermeiden, dass Sie gegenüber Ihren Mitbewerbern den Kürzeren ziehen.

Wie wichtig ist die Verfügbarkeit von Nachhaltigkeits- oder Öko-Informationen über ein Produkt, bevor Sie einen Kauf tätigen?

7 % gar nicht wichtig
11 % nicht so wichtig
27 % wichtig
34 % sehr wichtig
21 % unerlässlich

Was bedeutet das für Sie?

Wenn Ihre Kunden Wert auf Informationen über Nachhaltigkeit in Produktbeschreibungen legt, dann sollten Sie das auch tun.

DIGITALE REGALE WERDEN GRÜN

RÖSTRAUM



RÖSTRAUM

www.roestraum.at

MO – DO jeweils von 10-16 Uhr
Eisgrubengasse 2-6
Halle 03+04
2334 Vösendorf

BLAUGELBER ONLINE-HÄNDLER Röstraum – Geschmackswelt in einer Tasse

Seit 2010 handelt Chris Wagner mit Kaffee – auch online. Wäre das alles, wäre Röstraum nichts Besonderes. Tatsächlich wird **Specialty Coffee** geröstet und verkauft. Das bedeutet einen enorm hohen Qualitätsstandard, der weltweit von der Specialty Coffee Association festgelegt wird. Er steht für **höchste Qualität** beginnend beim Anbau über fairen Handel und entlang der gesamten Lieferkette.

Röstraum hat ein Netzwerk von Kaffeeproduzenten aus der ganzen Welt. Denn der direkte Bezug – mit Bedacht auf Qualität und **Wertschätzung der Farmer** vor Ort – ist für Chris Wagner die Zukunft von Kaffee. Dazu braucht es aber viele Produzenten, denn das Angebot dieser hohen Qualität ist beschränkt und richtet sich auch nach den Erntezyklen.

„Wir rösten jede einzelne Sorte so, dass sie den perfekten Quality Peak erreicht und das natürliche Geschmacksprofil – Terroir, Verarbeitungsmethode, Süßen und Säuren – am besten herausbringt. **Damit bringen wir eine vollkommen neue Geschmackswelt in Ihre Tasse, mit Aromen, die Sie noch nicht in Ihrem Kaffee geschmeckt haben.**“, verspricht Beatrix Horanyi, Head Roaster von Röstraum.

Von Beginn an handelt Chris Wagner seinen Specialty Coffee auch online. Der Webshop richtet sich an private Kaffee-Liebhaber in ganz Europa und wird regelmäßig weiterentwickelt.



Youtube



Green Creations

Jetzt den INFO.channel auf YouTube abonnieren!

Unser Online-Magazin Click & Sell hat seit heuer einen neuen Namen. Passend zum INFO.snack heißt das Informations-Magazin ab jetzt INFO.channel. Ihr Gremium versorgt Sie jetzt auch via INFO.channel mit interessanten Fakten und wichtigem Knowhow aus der Praxis. Die Sendung ist ein Mix aus Fachwissen von Experten und Berichten erfahrener Onlinehändler Niederösterreichs.

Wir freuen uns, Ihnen die erste Folge zum Thema „Tipps & Tricks: Wie du auf Amazon erfolgreich verkaufst“ präsentieren zu können!

AMAZON ALS CHANCE

Als Online-Händler neue Vertriebskanäle zu finden, gehört zum Business-Alltag einfach dazu.

Da kommt man an Amazon kaum vorbei. Ob der Schritt für Sie Sinn macht, beantworten wir in unserer neuen Folge des INFO.channels.

Studiogast Ing. Günter Böhm von Green Creations macht nicht nur Fensterbänke nutzbar, sondern weiß auch ganz genau, wie er mit Amazon umzugehen hat. Denn allein mit dem Listen von Produkten ist es nicht getan, man muss das System Amazon auch richtig verstehen.

Ranking und Verkäuferleistung hängen unmittelbar zusammen, der Kunde steht immer im Fokus.

Sein Tipp: Verstehen Sie das System. Beschäftigen Sie sich täglich damit. Amazon ist kein Selbstläufer, aber eine Riesenchance.

Unser Gremialobmann KR

Ing. Alexander Smuk weiß, dass Unternehmer die Wirtschaftskammer häufig wegen Sperrungen kontaktieren. Sehr oft sind gesetzliche Grundlagen oder die Spielregeln von Amazon nicht erfüllt. Die WKO hilft beim Kontakt mit Amazon. Die Experten in der Kammer sind geübt im Umgang mit dem Konzern und helfen, Probleme rasch zu beheben.

Sein Tipp: Traut euch, probiert es! Das Potenzial ist riesig.

Aus Click & Sell wird INFO.CHANNEL

HAFTUNG BEI FEHLENDEN ANGABEN AUF AMAZON

Sie verkaufen auf Amazon? Dann kennen Sie das bestimmt: Sie pflegen ein neues Produkt ein, achten darauf, dass alle Anforderungen erfüllt sind. Trotzdem flattert Ihnen eine Abmahnung ins Haus. Irgendwas fehlt. Sie zücken Ihr Handy, sehen nach und tatsächlich: Es fehlen Angaben, die Sie ganz sicher eingepflegt haben. Das ist leider nichts neues. Immer wieder tauchen bei Angeboten plötzlich Fehler auf, die im schlimmsten Fall zu einer Abmahnung führen können. Das liegt zum einen daran, dass mehrere Verkäufer an einem Angebot hängen, die alle auch Änderungen durchführen können. Zum anderen weicht manchmal die Desktopversion des angezeigten Produkts von der mobilen Ansicht ab. Für Fehler, die dadurch entstehen, haften alle angehängten Verkäufer und der Inhaber der Buy-Box. Dabei ist es ganz egal, wer die Änderung veranlasst hat, oder ob ein Fehler von Amazon vorliegt: Der Unterlassungsanspruch ist verschuldensunabhängig.

Wenn Sie auf Amazon verkaufen, wissen Sie bestimmt, dass es klug ist, Ihre Angebote regelmäßig auf ihre Rechtmäßigkeit zu prüfen. Das sollten Sie am besten schriftlich festhalten, damit Sie im Fall einer Abmahnung auch Beweise haben. Fügen Sie ab jetzt auch die Überprüfung der Desktop- und der mobilen Ansicht hinzu.

digi4Wirtschaft wieder am Start!

Die dritte Auflage des Impulsprogramms digi4Wirtschaft läuft seit 12. Jänner 2023. Das Programm besteht aus drei Förderschienen:

digi KICKSTART

Die Workshop-Serie hilft bei der Digitalisierung und dadurch der Stärkung Ihrer Wettbewerbsfähigkeit. Es ist ein effektives Programm, bestehend aus 3 Workshops, zum einfachen Einstieg und zur Unterstützung bei den ersten digitalen Schritten.

digi ASSISTENT

Externe Experten helfen, Ihre Möglichkeiten zur Digitalisierung abzuschätzen und konkrete Pläne zu erarbeiten. Die Förderhöhe richtet sich nach Dauer und Art des Beratungsprojektes. Maximale Förderhöhe: € 3.300,—

digi INVESTITION

Investitionen für Digitalisierungs-Prozesse, die auf Basis eines detaillierten Konzeptes umgesetzt werden, können mit einem Zuschuss und/oder einer NÖBEG-Haftung unterstützt werden.

Mindestens € 5.000,— / Maximal € 35.000,—

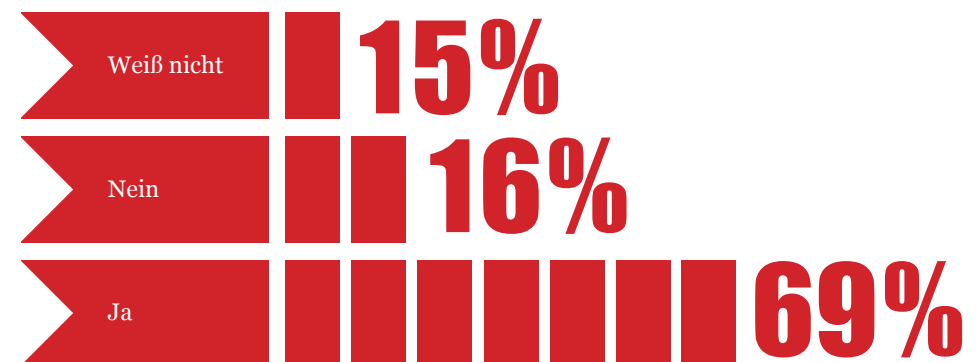
Termine,
Infos & Anmeldung



WENN DER VIRTUELLE EINKAUFSWAGEN STEHEN GELASSEN WIRD

Im E-Commerce gibt es nur wenige Dinge, die schlimmer sind als ein verlassener Einkaufswagen. **Leider wächst das Problem des Warenkorb-Abbruchs. Die Abbruch-Quoten liegen zwischen 60 und 70 %.** Was ist der Grund?

Haben Sie sich schon einmal aufgrund einer schlechten Produktbeschreibung gegen den Kauf eines Online-Produktes entschieden?



Studien zeigen, dass 69 % der Kunden ihre Kaufentscheidung aufgrund einer **schlechten Produktbeschreibung** geändert haben. Daher: Je genauer die Produktinformationen sind, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, dass potenzielle Kunden ihren Einkaufswagen stehen lassen.

Vermeiden Sie das, indem Sie:

sicherstellen, dass alle Produktinformationen leicht zugänglich, ausführlich und genau sind.

1

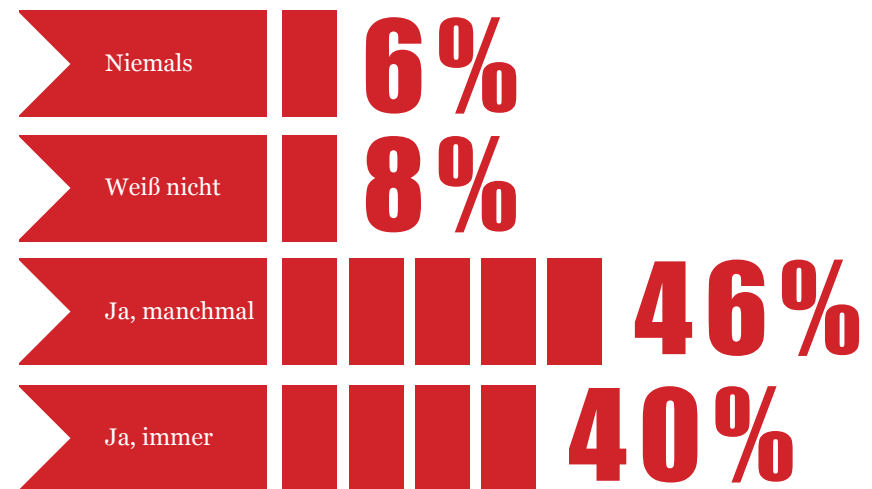
einen benutzerfreundlichen Bezahlvorgang schaffen, der keine Frustration verursacht.

2

Eine Kette ist nur so stark wie ihr schwächstes Glied und perfekte Produktinformationen tragen dazu bei, diese Kette zu stärken. Denn 6 % aller Käufer geben an, dass sie niemals woanders suchen würden, wenn eine wichtige Produktinformation fehlt. Das bedeutet aber auch, dass 94 % genau das tun würden. Das sind eine ziemliche Menge potenzieller Kunden.

Leider gibt es keine Möglichkeit, herauszufinden, welche einzelnen Informationen für Kunden am wichtigsten sind. Die einzige Möglichkeit, dem Kunden alle Informationen zu geben, die er braucht, um auf den Kauf-Button zu drücken, ist die **Gewährleistung zuverlässiger, vollständiger Produktinformationen**, wo immer Ihr Produkt zu finden ist – also auf allen Kanälen.

Wenn die Produktinformationen im Webshop fehlen, würden Sie dann auf eine andere Website wechseln, um diese Informationen zu finden?



UNSER TIPP:

Werfen Sie doch einmal einen Blick auf die Produktbeschreibungen Ihrer Mitbewerber. Und wenn Sie schon dabei sind, Ihre Produktbeschreibungen zu überdenken, dann lesen Sie gleich noch auf Seite 7 nach zum Thema „Digitale Regale werden grün“.



“Verändern, bewegen, gestalten – für unsere Zukunft”

Gerald Ludwig Spiess, BA MA
Berufsgruppensprecher Versand- & Internethandel
g.spiess@hoch-mut.at | 0660 9496108



Unterstützt von unserem Gremium konnten die Zoofachhändler der Berufsschule Theresienfeld unter der Führung zweier Zoofach-Pädagoginnen einen Blick hinter die Kulissen des Tiergartens Schönbrunn werfen.

BACKSTAGE IM TIERGARTEN SCHÖNBRUNN

Die Tour begann im Aquarien- und Terrarienhaus. Neben dem riesigen 80.000 Liter fassenden Riffaquarium wurde von Zoologie-Pädagogin Hemma Mogy ausführlich über Filtertechnik gesprochen, erklärt, was der Eiweiß-Abschäumer macht und wie genau ein Wasserwechsel in dieser riesigen Dimension durchgeführt wird.



Im Technikraum des großen Riffaquariums



Nicht alle wollten mit Königspython King kuscheln, aber BGS Günter Daxböck ist sichtlich angetan.

Eine Etage tiefer konnten wir die – **in Europa einzigartige** – **Quallen-Eigenzucht** des Tiergartens Schönbrunn sehen. Auch seltene Fische, die vom Aussterben bedroht sind, werden hier nachgezüchtet, ihre idealen Lebensumstände erforscht und dokumentiert.

Danach ging's über den Seuchenteppich in die Terrarien- und Quarantäne-Anlage – wir wollten ja keinesfalls Krankheiten oder Keime einschleppen. Dem direkten Kontakt mit **Königspython King** stand somit nichts mehr im Weg.

Nach der Mittagspause kühlten wir merklich ab, denn im **Polarium** herrschen frostige Temperaturen. Das Pinguinbecken hat besondere Herausforderungen: Es muss zum einen in der Uferzone im Winter leicht beheizt werden, um nicht einzufrieren und aufgrund der großen Futtermengen ist es schwierig, das Becken sauber zu halten. Spezielle **überdimensionale Druckfilter** sind im Einsatz, die eine zusätzliche **Ozonfilteranlage** benötigen, um das Wasser klar zu halten. Dazu kommt, dass für eine naturnahe Umgebung der Pinguine im Sommer, die Wärme in kühlere Luft getauscht werden

muss. Betrieben wird dieser Luftaustausch mithilfe von **Solarzellen am Dach des Polariums**. Zoologie-Pädagogin Christine Pichler hat uns ins Innere der Anlage begleitet, wo unglaubliche Mengen an tiefgefrorenem Fisch, Krill und Vitaminkapseln lagern. Denn, um Mähenrobben, Pinguine und Eisbären richtig zu ernähren, wird **mehr als 80 kg Futter täglich** benötigt.

Es war ein beeindruckendes Erlebnis, an das sich alle bestimmt gerne und noch lange erinnern werden!



Die Zoofachhändler der BS Theresienfeld vor dem Polarium.





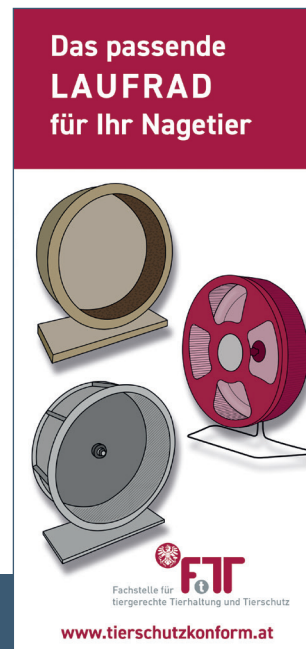
DIE NEUEN TRAGE- TASCHEN SIND DA!

Passend zum neuen Logo gibt es jetzt hochwertige Baumwolltaschen! Sie sind nicht nur aus nachhaltigem Material, sondern auch regional hergestellt und kommen damit der Umwelt und der regionalen Wirtschaft zugute.

LAUFRAD – ABER RICHTIG!

Auch wenn Nagetiere, wie Hamster oder Mäuse, ein super Gehege haben, brauchen sie trotzdem ihr Laufrad. Sie laufen in freier Natur ziemlich Strecken, haben also ein ausgiebiges Bewegungsbedürfnis! Wir wissen aus Studien, dass das Laufrad die körperliche Fitness von Nagern verbessert, stereotypes Gitternagen verringert und beim Stressabbau hilft. Viele Laufräder sind allerdings zu klein oder im schlimmsten Fall sogar eine Gefahr für die Tiere. Deshalb hat die Fachstelle für tiergerechte Tierhaltung und Tierschutz den Folder „Das passende Laufrad für Ihr Nagetier“ herausgegeben. Damit ist es leicht, das passende Laufrad zu finden. Sie können den Folder kostenlos für Ihre Kunden-Beratung nutzen.

Bestellen Sie Ihre Folder direkt bei uns, solange der Vorrat reicht:
02742 851 19340, handel.gremialgruppe4@wknoe.at



Die Tragetaschen sind aus
OEKO-TEX-Baumwolle natur,
40 x 40 x 18 cm groß und haben
2 kurze und 2 lange Henkel.

Bestellen Sie jetzt Ihren
kostenlosen Karton
zu je 50 Stück:

02742 851 19340
handel.gremialgruppe4@wknoe.at
1 Karton pro
niederösterreichischem Zoofachhändler

HUNDE AUS OSTEUROPA?



BGS Günter
Daxböck war bei
Tierschutz-Ombudsfrau
Dr. Lucia Giefing



vlnr: Katharina Meissner-Gibhart, Alexander Brozek, Armin Klauser, Uwe Halbertschlager, Günter Daxböck, Lucia Giefing, Franz Rauchenberger, Eveline Lugsch, Julia Heschl

Im Jänner traf sich Günter Daxböck, Berufsgruppensprecher des Zoofachhandels Niederösterreich und andere Vertreter tierführender Branchen mit Dr. Lucia Giefing, Leiterin der niederösterreichischen Tierschutz-Ombudsstelle.

Die Tierschutz-Ombudsstelle ist Teil der niederösterreichischen Landesregierung und hat in Verwaltungsvorfahren nach dem Tierschutzgesetz Parteistellung. Sie ist berechtigt in alle Verfahrensakte Einsicht zu nehmen und kann auch Auskünfte verlangen. Sie hat beratende Funktion und die Behörden haben sie bei der Ausübung ihres Amtes zu unterstützen.

Hauptanliegen des Zoofachhandels war die Überprüfung der Vermittlung von Hunden aus Osteuropa durch

Tierschutzvereine. Der Verkauf von Hunden und Katzen ist durch die Auflagen des Tierschutzgesetzes im Zoofachhandel unmöglich geworden. Umso mehr ist zu hinterfragen, ob es sich wirklich um z.B. Strassenhunde handelt oder die Tiere von ausländischen "Züchtern" stammen.

Da sehr oft ein erheblicher Kostenbeitrag verlangt wird, stellt sich aus Sicht des Zoofachhandels auch die Frage nach der Gewerbsmäßigkeit dieser Vereine. Die Tierschutz-Ombudsfrau teilt unsere Bedenken und sagte ihre Unterstützung bei konkreten Anlassfällen zu.

Weitere Gesprächsthemen waren der Einsatz von Tieren im Rahmen von Filmdreharbeiten oder nicht praxistaugliche Regularien bei der

Hundescur. Einige waren sich alle Teilnehmer im Bekenntnis zum Tierschutz und zur Wichtigkeit von Tieren als Begleiter und oft bester Freund des Menschen.



*"Zusammenhalt
ist alles!"*

Günter Daxböck
Berufsgruppensprecher Zoofachhandel
02630 36575, 0664 4634787
daxzoo@hotmail.com



Blumen-
großhandel

NACHHALTIGER BLUMENSCHMUCK

Heuer gab es zum ersten Mal keinen Blumenschmuck unserer Floristen beim Neujahrskonzert der niederösterreichischen Tonkünstler im Festspielhaus St. Pölten. Wie das kam? Das Festspielhaus ist jetzt EMAS-zertifiziert und verpflichtet sich damit zu Nachhaltigkeit.

EMAS-Zertifizierungen finden wir jetzt immer häufiger bei Großveranstaltungen wie Bällen oder Konzerten. Das ist einerseits eine schwierige Situation, andererseits aber auch eine Chance, sich mit dem Thema eingehend zu beschäftigen und nachhaltige Möglichkeiten zu finden, die mit einer solchen Zertifizierung vereinbar sind.

AUSBILDUNG IM GARTENCENTER

Unser Informations-Schwerpunkt liegt dieses Jahr auf der Ausbildung zum Gartencenter-Fachmann. Wir werden im Herbst - mit ganz neuem Marketingkonzept - an der Fachmesse für Aus- und Weiterbildung „Schule & Beruf“ teilnehmen, um diesen attraktiven Beruf möglichst vielen Jugendlichen vorstellen zu können.



VALENTINSTAG IM RÜCKBLICK

Importierte Ware unterlag heuer – genauso wie auch schon im Vorjahr – aufgrund der hohen Energie- und Transportkosten einer deutlichen Preiserhöhung. Heimische Ware hingegen zeigte nur leichte Preiserhöhungen – sofern etwas verfügbar war.

Bei den Blumenfachgeschäften war der erste Einkauf zwar zurückhaltend, die Nachkäufe dann aber doch sehr gut. Damit blieben die Umsätze im Blumengroßhandel stabil. Genauso wie im Vorjahr bewahrheitete sich die Angst nicht, dass die Konsumenten die gestiegenen Preise nicht bezahlen wollen. Viele waren bereit, für qualitative hochwertige Ware, auch

den entsprechenden Preis zu bezahlen. Die Meldungen aus den Geschäften waren daher positiv.

VORSCHAU AUF DEN SOMMER

Wie schon gewohnt, wird die geschäftliche Entwicklung rund um die Osterzeit sehr stark vom Wetter abhängen. Alle sind bisher aber sehr gut gestimmt!

Von den produzierenden Betrieben für die Beet- und Balkonware genauso wie von der Gemüsepflanzenproduktion hören wir, dass sie sich an den Produktionsmengen von 2019 orientieren. Allerdings wird die Produktion aufgrund der erhöhten Energiekosten dieses Jahr ein bisschen später beginnen.



“Weil es Menschen geben muss, die sich einsetzen und weil es mir eine Herzensangelegenheit ist – vor allem wenn es um unsere Lehrlinge geht.”

Alexander Mlinek

Berufsgruppensprecher Blumengroßhandel
07416 52750, 0664 1514113
office@tree-blumen.at

Wir informieren, wie unsere Kunden
Ihr Firmenimage mit uns gemeinsam
auf den richtigen Weg bringen.

Werbeartikel-
handel

WEITER GEHT'S MIT GOGIMMICK.AT

Werbung für den Werbemittelhandel





Der NÖ Werbemittelhandel und Kronehit verlosen einen Gutschein für Werbemittel im Gesamtwert von 2 x € 2.500,-. Damit kann die ganze Firma bzw. der Verein des Mitspielers / der Mitspielerin mit Werbeartikel ausgestattet werden. Der Gutschein kann bei allen Mitgliedern des NÖ Werbeartikelhandels - die auf www.gogimmick.at - registriert sind, eingelöst werden.

REGISTRIEREN SIE IHR UNTERNEHMEN AUF WWW.GOGIMMICK.AT
www.gogimmick.at/anmeldung



SCAN ME

MITSPIELEN & GEWINNEN
... WERBEARTIKEL FÜR
DEINE GANZE FIRMA
ODER DEINEN VEREIN!
IM GESAMTWERT VON
€ 2.500,-




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, 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“!

gogimmick.at wird immer weiter beworben: Wir haben einen guten Mix aus Bezirkszeitungen und Krone Hit ausgewählt. 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 inklusive Gewinnspiel und eine wohl durchdachte Google-Ads-Kampagne mit Bildanzeigen.

GADGETS. GIMMICKS. GIVE-AWAYS.

Februar	Wetterpatronanz
Februar – Dezember	Subseite mit Sujets
März – April	Gewinnspiel
März – April	Bezirksblätter online
Mai	Krone Hit Wordrap
Juni – August	Short Spots
August – Oktober	Gewinnspiel auf Facebook & Instagram

SIE SIND MIT DABEI!

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

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

*„Jammern und
nix tun ist der
falsche Weg!“*



Sebastian Pass
Berufsrückensprecher Werbemittelhandel
02622 9002-329, 0664 1852222
s.pass@reva.co.at

Altwarenhandel

BEFUGTER
Altwaren
HÄNDLER

*Kundenpotenzial tausender Sammler,
Nostalgie-Fans und Touristen*

HOLEN SIE IHR UNTER- NEHMEN VOR DEN VORHANG

MIT DER NEUEN WEBSITE www.deinaltwarenhandel.at

Von Ansichtskarten bis Zaumzeug: Niederösterreichs Altwarenhandel bietet ein unerschöpfliches Spektrum an nostalgischen, nützlichen, wertvollen oder einfach nur kuriosen Dingen, die für den Müll viel zu schade sind! Aber leider wissen viele potenzielle Kunden nicht, wo sie danach suchen sollen.

Mit der Website www.deinaltwarenhandel.at werden wir das ändern!

Sie wird Niederösterreichs AltwarenhändlerInnen einer breiten Kundenschicht vorstellen und auf das vielfältige und bunte Angebot aufmerksam machen. Interessierte können auch gleich die Route zu Ihnen planen. Wir haben Sie vorerst mit den Daten gelistet, die von Ihnen als Mitglied der Wirtschaftskammer Niederösterreich in unserem Firmen A–Z verfügbar sind.

Nutzen Sie das Kundenpotenzial von

tausenden Sammlern, Nostalgie-Fans und Touristen und schärfen Sie Ihr Profil, damit BesucherInnen wissen, was sie wann bei Ihnen finden können. Und natürlich auch, wo sie Sie finden.

Wir freuen uns, Sie schon bald auf www.deinaltwarenhandel.at im richtigen Licht präsentieren zu dürfen!

Hier finden Sie das Formular, mit dem Sie uns jene zusätzlichen Daten zukommen lassen können, um Ihrem Geschäft das richtige Profil zu geben.



*“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
02742 851 19340
handel.gremialgruppe4@wknoe.at
www.wko.at/noe/versandhandel
Projektleitung & Text: Elke Reisner, REISNER.marketing
Grafik: Gabriele Kochmann
Druck & Produktion: Siebdruck Hauser GmbH

Fotonachweise

Mag. Elke Richards, BEd
Mag. Armin Klauser
Günther Daxböck
Röstraum
Portraits: Andreas Kraus
Adobe Stock