



Weil's nicht egal ist, wie wir handeln.

SICHER.HANDELN

Check-Out-Seite

Cybersicherheit

Verborgene Schätze 2.0

HANDELS.BLATT

INHALT



Der Check-Out

12/13

ist die sensibelste Phase des Online-Kaufs. Lesen Sie jetzt, wie Sie Ihre Check-Out-Seite perfekt optimieren können.

FGT 2023

04/05

**Arbeitskräfte-
mangel**

Mehr als 100 Mitglieder haben sich am Fachgruppentag neue Impulse geholt.

06

5 Jahre DSGVO

Was ihn verursacht und warum eine allgemeine Arbeitszeit-Verkürzung keine Option ist.

07

Podcast

Was hat sie gebracht und was hat sich verändert?

08

Den INFO.channel gibt es jetzt auch als Podcast. Gleich Reinhören!

Ohne Barrieren 09

Das neue Barrierefreiheits-Gesetz ist beschlossen worden.

Cybersicherheit 10/11

Cyberkriminalität boomt. Hier erfahren Sie, was sie dagegen tun können und wohin Sie sich im Ernstfall wenden können.

E-Commerce-Kaufmann 14

Für den neuen Lehrberuf wurden die ersten Lehrabschluss-Prüfungen abgehalten.

Goldener Hahn 15

Die Gewinner des Goldenen Hahns in der Kategorie Dialog Marketing informieren Kindern über Bienen.

Zootreff 2023 16

Jetzt für den Zootreff anmelden und sich mit Branchen-Kollegen austauschen!

Handschuhe 18

Bestellen Sie jetzt die Gartenhandschuhe des Blumengroßhandels.



Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,
liebe Mitglieder,

wir freuen uns sehr, dass so viele von Ihnen am Fachgruppentag teilgenommen haben! Es war zwar ein sehr heißer Tag, aber zumindest im Stift Heiligenkreuz war es angenehm kühl. Wir denken jetzt schon über ein Programm für 2024 nach, und ich bedanke mich ganz herzlich bei allen, die daran beteiligt waren, diesen Tag ganz besonders gemacht zu haben.

In diesem Heft finden Sie einiges zum Thema Arbeitskräftemangel, Sie

können nachlesen, warum Cybersicherheit so wichtig ist und vor allem, was zu tun ist und was Sie an Ihrer Check-Out-Seite im Webshop noch verbessern können. Am INFO-channel erfahren Sie, wie Sie die Qualität Ihres Webshops hochhalten und wir sagen Ihnen, wo Sie die neuen Handschuhe des Blumen-großhandels bestellen können.

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

Ich wünsche Ihnen viel Vergügen beim Lesen.

*Ihr KommR Ing. Alexander Smuk
Gremialobmann*



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

NICHTS IST BESTÄNDIGER ALS DER WANDEL

Das war der Fachgruppentag 2023

Bei Traumwetter haben wir gemeinsam eine Zeitreise gemacht:

Die exklusive Führung durch Stift Heiligenkreuz entführte uns zurück in Romanik und Gotik, und danach hat uns Mag. Martin Giesswein genauso interessante Einblicke in die digitale Zukunft gegeben.

Kulinarisch sind wir dann wieder gerne ins Hier und Jetzt zurückge

kehrt. Es wurde ausgiebig geschmaust und genetztwerk.

Wir danken allen für diesen wunderbaren Tag!

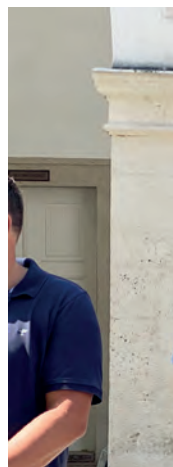
*Obmann KommR Ing. Alexander Smuk
Geschäftsführer Mag. Armin Klausner*

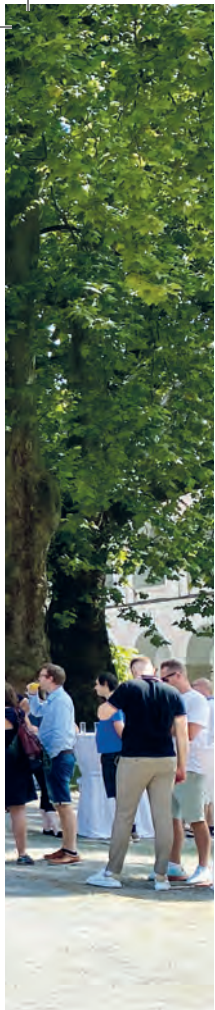


Mehr als 100 Mitglieder haben am Fachgruppentag 2023 teilgenommen.



v.l.n.r.: Alexander Mlinek | BGS Blumengroßhandel, Martin Giesswein | Speaker, Alexander Smuk | Obmann, Günter Daxböck | BGS Zoofachhandel, Gerald Spiess | BGS Versand- und Internet, Theresa Stern | BGS Altwarenhandel, Armin Klausner | Geschäftsführer





Die exklusive Führung durch das Stift war humorvoll und sehr interessant.



Mit Erfrischungen und guter Laune wurden alle Gäste im Innenhof des Stifts begrüßt.



Speaker Martin Giesswein hat spannende Impulse für neue digitale Geschäftsmodelle gegeben.

ARBEITSKRÄFTE-MANGEL & MEHR NETTO VOM BRUTTO

62% der österreichischen Handelsbetriebe betroffen

Der Handel ist und bleibt das Rückgrat der österreichischen Wirtschaft. Aber viele Unternehmen plagen sich mit der Personalsuche.

Dafür gibt es mehrere Gründe:

Die Wirtschaft entwickelt sich und braucht Nachschub. Viele Menschen wollen nicht mehr Vollzeit arbeiten und viele Babyboomer gehen in Pension.

Dazu kommt, dass Teilzeit für viele der Generation Z ihr Lebensmodell ist. Wir alle müssen aufklären, dass durch dieses Lebensmodell langfristig Altersarmut droht! Und wir müssen ernsthaft darüber nachdenken, **warum Teilzeit für die junge Generation so attraktiv** ist.

Ein weiteres Problem: Kaum wo in der EU zahlen Arbeitgeber so viel

für ihre Beschäftigten, ohne dass es den Angestellten selbst bleibt. Im EU-Vergleich ist die Abgabenbelastung nur in Belgien und Deutschland noch höher als in Österreich. In allen anderen EU-Ländern bleibt einem Durchschnittsverdiener monatl. mehr Netto vom Brutto.

Mit unserer **Forderungs-Kampagne** setzen wir uns für die Entlastung der Unternehmen in Österreich und ihrer Mitarbeiter ein. Jeder Tag, der vergeht, an dem diese Maßnahmen nicht umgesetzt werden, schwächt unsere Wettbewerbsfähigkeit!

Zwei Drittel unserer Betriebe suchen Mitarbeiter. Wenn sich noch mehr Menschen für Vollzeit statt Teilzeit entscheiden, brauchen wir nicht nur eine flexiblere Gestaltung

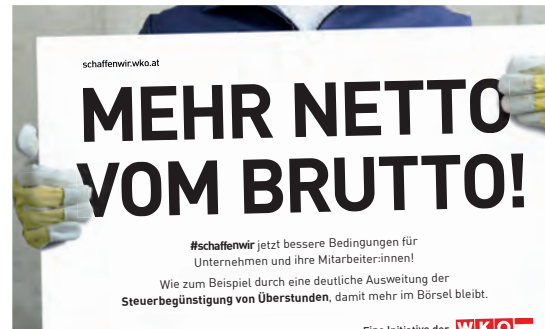
von Arbeit, sondern auch flächendeckende Kinderbetreuungs-Einrichtungen und vor allem **mehr Netto vom Brutto**. Es geht nicht darum, Teilzeit gegen Vollzeit auszuspielen. Es geht vielmehr darum, dass es sich finanziell auch auszahlen muss, die Stunden zu erhöhen.

32% schreiben zurzeit offene Stellen als Teilzeit aus, obwohl sie Vollzeit-Beschäftigte bevorzugen.

23% der Vollzeit-Beschäftigten sind max. 4 Tage pro Woche im Einsatz.

74% der Handelsbetriebe lehnen die Einführung der 4-Tage-Woche (32h pro Woche) bei vollem Lohnausgleich ab, weil es finanziell nicht leistbar wäre.

Für **19%** der Händler wäre die generelle Einführung der 4-Tage-Woche denkbar, aber nicht bei vollem Lohnausgleich.



Allgemeine Arbeitszeitverkürzung – Nein Danke!

Immer mehr Händler haben Schwierigkeiten, qualifiziertes Personal zu finden. Und wenn, dann wollen viele Bewerber kürzer arbeiten. Arbeitnehmervertreter haben das zum Anlass genommen, um eine grundsätzliche Reduzierung der Normal-Arbeitszeit auf 32 Wochenstunden zu fordern. Das soll auch gleichzeitig die Lösung für den Arbeitskräftemangel sein. Bei vollem Lohnausgleich - versteht sich.

Dass eine AZV zuletzt in den 1970er-Jahren stattfand, hat einen guten Grund: Damals stieg die Produktivität stärker als heute, und die Zahl der Menschen im erwerbsfähigen Alter nahm zu. Heute schrumpft sie, und es gibt nur noch wenige Arbeitsmarktreserven. Wir haben schon jetzt einen gravierenden Arbeitskräftemangel - eben weil die Arbeitszeit seit Jahren sinkt. Wenn wir noch weniger arbeiten und die Arbeitszeit für alle verkürzen, wird das nur noch schlimmer. Dazu kommt, dass wir Händler das organisatorisch und finanziell nicht schaffen. Es heißt, dass Mitarbeiter bei einer 32-Stunden-Woche effizienter arbeiten. Provokant gedacht bedeutet das, dass Mitarbeiter 20% der Arbeitszeit nichts tun, was schlicht und einfach nicht stimmt! Es ist ja nicht so, dass wir unseren Mitarbeitern eine AZV nicht gönnen würden. Wir müssen diese Mehrkosten aber auch irgendwie erwirtschaften, und das ist in Zeiten explodierender Kosten unmöglich! Schlussendlich müssen gerade im Handel auch die vom Konsumenten erwarteten Öffnungszeiten gewährleistet werden.

Teilzeitarbeit ist in vielen Handelsbetrieben ohnehin ein von beiden Seiten geschätztes Arbeitszeitmodell. Wenn Betriebe und Mitarbeiter eine AZV vereinbaren, dann ist das jetzt schon jederzeit möglich. Aber Vorgaben oder ein Korsett für alle, hätte negative Folgen.



Mag. Armin Klausner
Geschäftsführer Landesgremium

Allgemeiner Handel

DSGVO

5 Jahre DSGVO



Mehr Infos zur DSGVO

WAS HAT'S GEBRACHT?

Was es auf jeden Fall gebracht hat: lästige Banner-Klickerei, aufwändige Arbeiten und Zusatzkosten. Allerdings weiß man aus Studien auch, dass Unternehmer und Konsumenten dem Thema jetzt sensibler gegenüberstehen. Datenschutz ist in den Unternehmen angekommen. Das liegt einerseits an den drohenden Strafen, andererseits aber ganz sicher auch an der Erkenntnis, dass Datenschutz und Transparenz zu nachhaltiger Kundenzufriedenheit führen. Schlampigen Umgang mit Daten kann sich heute niemand mehr leisten.

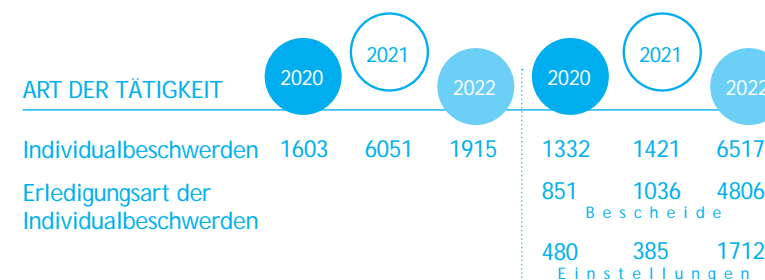
Die unabhängige Datenschutzbehörde gibt es in Österreich schon seit 2014. Seit 2018 ist sie allerdings wohlbekannt: Sie kümmert sich um die Einhaltung der Datenschutz-Grundverordnung. Damals mussten wir alle unsere internen Prozesse an die Anforderungen der DSGVO anpassen. Das war für viele Unternehmer ein Kraftakt. In Österreich blieb die befürchtete Beschwerdeflut allerdings aus. Laut Datenschutzbericht wurden in den Jahren 2020-2022 9.270 Individual-Beschwerden eingereicht. Im Schnitt

wurden also ein bisschen mehr als 2.200 Bescheide pro Jahr ausgestellt. Einer davon ging an die österreichische Post mit einer Strafe in Höhe von 9,5 Millionen Euro. Europaweit haben sich die Aufsichtsbehörden die großen Tech-Unternehmen vorgenommen: Facebook, WhatsApp, TikTok kassierten saftige Strafen. Amazon wurde mit € 760 Mio. abgestraft.

Was wird am häufigsten gestraft?

- Lücken in der IT-Security
- Unzureichende Datenschutzerklärungen
- Unrechtmäßige Datenerhebung
- Missachten von Löschrufen

ANZAHL DER EINGANGSSTÜCKE UND ERLEDIGUNGEN





INFO.CHANNEL

*Jetzt den INFO.channel
auf YouTube abonnieren!*



ypi.digital



ABSS

INFO.channel Schon abonniert?

Wir versorgen Sie via INFO.channel mit interessanten Fakten und wichtigem Knowhow aus der Praxis des Online-Handels. Die Sendung ist ein Mix aus Fachwissen von Experten und Berichten erfahrener Onlinehändler Niederösterreichs.

NEUE FOLGE: WEBSHOP QUALITÄTSKONTROLLE

Unsere Experten Karin Gant, ypi.digital und Michael Apostol, abs, erklären genau, wie Sie die Qualität Ihres Webshops auf höchstem Niveau halten können. Im stationären Handel geht der Unternehmer regelmäßig durch sein Geschäftslokal und überprüft Regale, Warenbestand und ob die Kunden gut zurecht kommen.

Online ist das zwar etwas komplexer, aber genauso notwendig und wichtig. Testen Sie die wichtigsten Prozesse regelmäßig selbst, fragen Sie Freunde und Bekannte zu Feedback über Ihren Webshop. Unsere Experten sprechen über Darstellung, Geschwindigkeit, Tools, Warenkorb, Checkout und vieles mehr. Schauen Sie in die Folge rein - es lohnt sich!



Spotify

NEU!



Jetzt auch als Podcast!

Sie haben keine Zeit oder Lust auf YouTube? Dann holen Sie sich jetzt den Podcast zum INFO.channel.

Das neue Barrierefreiheits-Gesetz kommt! Barrierefreiheit ist essenziell für 10% der Bevölkerung, notwendig für 40% und komfortabel für 100%



zum Gesetzestext



zum Barriere-Check

Laut Statistik Austria sind 1,34 Mio. Menschen in Österreich von einer gesundheitlichen Beeinträchtigung betroffen. Neben den baulichen sind aber vor allem die digitalen Barrieren für diese Menschen besonders behindernd. Deshalb gibt es grundsätzlich seit 2016 das Gesetz zur Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen.

Der Nationalrat hat nun das neue Gesetz zur Barrierefreiheit beschlossen. **Ab 28. Juni 2025 sind Unternehmen verpflichtet, sich an die neuen Spielregeln der Barrierefreiheit zu halten.** Ziel des „European Accessibility Act“ (EAA) ist es, unterschiedliche Vorschriften in der EU so anzugleichen, dass für alle Menschen mit Behinderungen die besten Voraussetzungen zur Selbstbestimmt-

heit geschaffen werden. Der **EAA bezieht sich** allerdings nicht auf alle Bereiche der Barrierefreiheit, sondern **vor allem auf Produkte und Dienstleistungen, die für Menschen mit Behinderungen als besonders wichtig eingestuft wurden.** Gerade Onlineshops werden daher künftig barrierefrei sein müssen.

Wir halten Sie auf dem Laufenden, was genau alles zu tun ist! Und: Ganz nebenbei **verbessern Sie mit einer barrierefreien Website oder Webshop auch 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.



CYBERSECURITY-HOTLINE

Kompetente Hilfe bei Cyber-Attacken

Cybercrime ist weiter im Vormarsch. Wenn Sie Opfer einer Cyber-Attacke, eines Cybercrime-Angriffs, von Ransomware, digitaler Erpressung oder Verschlüsselungs-Trojanern wurden, steht Ihnen unsere kostenlose Cybersecurity-Hotline zur Verfügung. Sie erhalten rund um die Uhr kostenlos eine rasche telefonische Erstinformation und Notfallhilfe. Bei komplexeren Fragestellungen und für eine weitergehende Hilfeleistung stellen wir gerne auch den Kontakt zu einem IT-Security-Unternehmen aus Ihrer Umgebung her, das Spezial-Know-How im Cybercrime-Bereich hat.

IST DAS INTERNET DER NEUE WILDE WESTEN? Jedes Unternehmen braucht Cybersicherheit

Es beginnt beim Passwortschutz der Geräte, beim Anstecken eines fremden USB-Sticks, beim Öffnen eines Emails und endet womöglich mit einem Hackerangriff. **In einer zunehmend vernetzten Welt ist Cyber-Kriminalität das größte Geschäftsrisiko unserer Zeit.** Cybersicherheit ist ein sehr abstraktes Thema. Deshalb sind die Risiken eines Cyber-Angriffs nur schwer abschätzbar und Cybersicherheit wird oft ver-

nachlässigt. Aber **Cyber-Kriminalität ist eine Wachstums-Branche**, in der professionelle Anbieter ihre ‚Services‘ wie Dienstleistungen verkaufen. Eine besonders heimtückische Waffe: Ransomware. Das sind Schadprogramme, die Kontrolle über Computer oder ganze Netzwerke übernehmen und alle vorhandenen Daten verschlüsseln, **um beim betroffenen Unternehmer ein hohes Lösegeld zu erpressen.** Leider sind solche Angriffe eher die Regel als die Ausnahme: Ransomware ist bereits seit Jahren eine der größten Bedrohungen. Der Schaden beträgt jährlich mehr als hundert Milliarden Euro weltweit. **Im Fokus der Cyber-Kriminalität steht der mittelständische Betrieb.**

WIE SICHERN SIE IHR UNTERNEHMEN AM BESTEN AB? Neben technischen Abwehrstrategien müssen die Menschen selbst ihre digitale Selbstverteidigung stärken. **Ihre Mitarbeiter sind die erste und letzte Verteidigungslinie Ihres Unternehmens.** Sie müssen nachhaltig sensibilisiert werden. Ungeschulte Anwender stellen ein erhebliches Risiko für die Sicherheit dar – und das unbeabsichtigt und unwissentlich. Security Awareness im Unternehmen ist ein kontinuierlicher Prozess. Mit gezielten Seminaren, praktischen Beispielen oder täuschend echten Phishing-Mails helfen Sie Mitarbeitern, mögliche Risiken zu erkennen und schulen sie

zu wichtigen Themen – vom sicheren Umgang mit Passwörtern bis zum Posten in sozialen Medien.

WOVOR SCHÜTZT CYBERSECURITY?

- ▶ Schutz der Unternehmens- und Kundendaten
- ▶ Schutz vor finanziellen Verlusten: Diebstahl von Geld oder Daten, Erpressung, Betriebsunterbrechungen, Rufschaden
- ▶ Schutz vor Wirtschaftsspionage
- ▶ Wahrung des Unternehmensrufs: Kunden vertrauen Unternehmen, die Sicherheit und Datenschutz ernst nehmen.



0800 888 133

Versand- und
Internethandel

CYBERSECURITY

BUILDING HUMAN FIREWALLS Konferenz zu Cybersecurity & der Faktor Mensch

27. September 2023

Bei dieser Konferenz erwartet Sie ein eintägiges Programm voller Insights zu aktuellen Themen im Bereich Cybersecurity und zum Faktor Mensch in der Informationssicherheit sowie zahlreiche Möglichkeiten für Erfahrungsaustausch und Netzwerken. Nutzen Sie die Chance, Ihre IT-Sicherheit zu verbessern.

08:30 - 09:00 Check-In

09:00 - 09:15 Eröffnung durch WKNÖ, WIFI NÖ und DCN



Zu weiteren
Veranstaltungs-Details &
zur Anmeldung

VORMITTAGS PROGRAMM

- | | |
|---------------|---|
| 09:15 - 09:45 | Christian Reinhardt, Psychologe & Awareness Spezialist:
<i>Aktuelle Herausforderungen der Cybersecurity</i> |
| 09:45 - 10:00 | Pause |
| 10:00 - 10:30 | Julia Shaw, Kriminal-Psychologin
<i>BÖSE - die Psychologie hinter Cyber-Verbrechen</i> |
| 10:30 - 10:45 | Fragen und Antworten mit Julia Shaw |
| 10:30 - 10:45 | Pause |
| 11:00 - 12:00 | Joseph Riedinger, ehem. Leiter des Cyber Crime Units
des LKA: <i>Ist das Internet der neue Wilde Westen?</i> |

Lunch & Network

NACHMITTAGS PROGRAMM

- | | |
|---------------|--|
| 13:00 - 13:30 | Michael Meixner, Forensiker & IT-Consultant
<i>Das kleine 1x1: Wie und warum ein Unternehmen gehackt wird</i> |
| 13:30 - 14:00 | Volker Trometer, Awareness Spezialist
<i>Aufbau von Sicherheitskulturen</i> |
| 14:00 - 14:30 | Klaus Niedl, Co-Founder Digital Champions Network
<i>Der Weg zu einer Cybersecurity Awareness Kampagne</i> |
| 14:30 - 15:30 | Pause & Netzwerken |
| 15:30 - 16:15 | Table Captain Sessions |
| 16:15 - 16:30 | Pause |
| 16:30 - 16:45 | Monika Racek: Tagungs-Rückblick |

Veranstaltet von Wirtschaftskammer NÖ, WIFI NÖ und DCN

Für Mitglieder der WKNÖ mit einer Begleitperson ist diese Veranstaltung kostenlos.

CHECK-OUT

Da geht noch mehr

CHECKLIST CHECK-OUT-SEITE

- Einfach, transparent & selbsterklärend -> Lassen Sie Freunde und Bekannte testen!
- Maximal drei Schritte, bis der Kauf zum Abschluss kommt.
- Mehrseitige Check-Outs verwenden. Sie sind auch auf dem Smartphone und Tablet übersichtlich und laden schneller.
- Fortschrittsanzeige integrieren -> Es gibt Sicherheit, wenn man immer weiß, wo man gerade ist.
- One-Click-Check-Out für wiederkehrende Kunden anbieten
- Absolutes Minimum an Kundendaten-Abfrage
- Gastkonto anbieten -> Manche Neukunden möchten kein Kundenkonto anlegen.
- Unbedingt für mobile Geräten optimieren
- Vertrauenswürdige Zahlungssymbole und
- Sicherheitszertifikate anzeigen
- Benutzerfreundliche Fehlermeldungen
- Rückgaberecht & Kundenservice gut sichtbar und verständlich

HOLEN SIE ALLES AUS IHRER CHECK-OUT-SEITE HERAUS?

Eines ist klar: Der Check-Out ist die sensibelste Phase beim Online-Kauf. Genau deshalb ist eine perfekte Check-Out-Seite auch so wichtig, denn **hier - am POP - finden 75% der Kaufabbrüche statt!** Und das, obwohl der Kunde bereits durch das Hinzufügen von Produkten in den Warenkorb klar gezeigt hat, dass er eigentlich kaufen will.

ONLINE-KUNDEN BRECHEN KAUF AB

Ein voller Einkaufswagen, der einfach stehen gelassen wird, ist im Geschäft ums Eck eher selten, im Online-Handel leider gängig. 7 von 10 Online-Kunden schließen den Kauf nicht ab. Besonders beim ersten Kauf sind Kunden misstrauisch - vor allem bei der Eingabe von Zahlungsdaten. Mit sicheren und bekannten Zahlungsmethoden wird Vertrauen geweckt. Neben einem Hinweis auf Datenschutz- und Sicherheitsfragen gibt es dafür verschiedene Qualitätssiegel wie z.B. Trusted Shops.

Tipp: Kauf auf Rechnung

Integrieren Sie unbedingt den Kauf auf Rechnung. Laut letzten Umfragen wollen 34% aller Online-Kunden mit PayPal zahlen, danach folgt in der Beliebtheits-Skala mit 27% gleich der Kauf auf Rechnung. Erst dann folgen Kreditkarte und Direktzahlung.

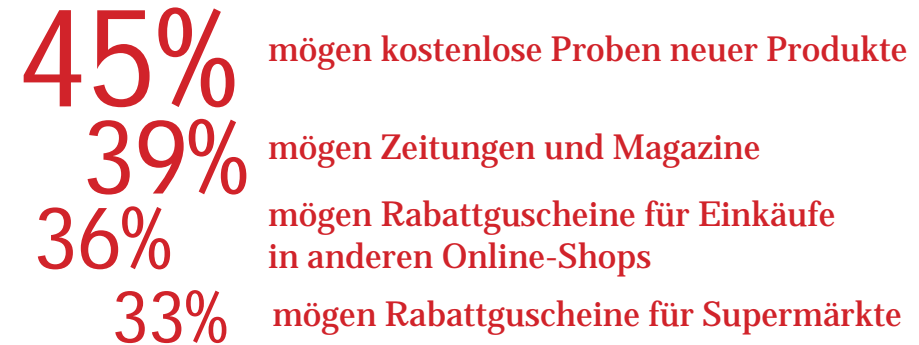
Je mehr Optionen beim Produkt-Versand angeboten werden, desto statistisch unwahrscheinlicher ist ein Warenkorb-Abbruch. Sollte es doch vorkommen, können Sie den Kunden per Email an seinen Warenkorb erinnern und auch nach dem Grund fragen, um ihn zur Rückkehr zu ermutigen und den Kauf abzuschließen. **Kontrollieren und verbessern Sie die Checkout-Seite regelmäßig!**



HITLISTE DER EINKAUFSMITGABEN

DIE HÄUFIGSTEN GRÜNDE FÜR KAUFABBRÜCHE:

- Versteckte Kosten
- Zu wenig/falsche Zahlungsmethoden
- Zu hohe Versandkosten
- Zu lange Lieferzeiten
- Schlechte Bewertungen
- Design der Website unattraktiv
- Fehlende Artikelinfo auf den Produktseiten
- Kunden-Account erforderlich
- Umständlicher Kaufprozess
- Technische Probleme beim Abschluss
- Kein SSL-Zertifikat



WIE DER PFLAUMENWEIN IM CHINA-RESTAURANT Check-Out-Marketing für Ihren Webshop

Freuen Sie sich auch über den Ouzo beim Griechen oder den Pflaumenwein im China-Restaurant? Dann gefällt Ihnen Check-Out-Marketing bestimmt auch. **Denn Sie können damit entscheiden, mit welchem Gefühl Ihr Kunde den Webshop verlässt.**

WAS IST CHECK-OUT-MARKETING?

Mit persönlichen Angeboten wie Gutscheinen oder Rabatten erhalten

Ihre Kunden **nach dem Einkauf ein kleines Dankeschön**, das sie wiederum auf der Seite der Werbepartner einlösen. Es wird ihnen ein sogenannter selbstgewählter Zusatznutzen geboten. Die Gutscheine müssen allerdings genau auf die Interessen und Bedürfnisse Ihrer Kunden abgestimmt sein. Denn attraktive Angebote führen nicht nur zu mehr Downloads, sondern auch zu einer höheren Zufriedenheit. Ihre Kunden fühlen sich wertgeschätzt und haben einen Grund mehr, für ihren nächsten Einkauf wiederzukommen.

Ihre Kunden freuen sich über die Aufmerksamkeit, Sie haben einen erfolgreichen Verkauf verzeichnet, und die Partnershops erzielen mehr Traffic. Nebenbei steigert Check-Out-Marketing auch noch die Kundenzufrieden-

heit und die Conversion-Rate – besser geht es also nicht.

Und das Allerbeste: **Die Mehrheit der Kunden kennt und mag das bereits.** Über zwei Drittel der Online-Käufer geben an, bislang gute Erfahrungen mit Dankeschön-Angeboten gemacht zu haben.

WELCHE MÖGLICHKEITEN HAT DAS CHECK-OUT-MARKETING?

CROSS-SELLING & UPSELLING

Sie schlagen Ihren Kunden während des Check-Outs ergänzende oder hochwertigere Produkte vor, die zum Warenkorb passen oder seine Bedürfnisse möglicherweise besser erfüllen.

RABATTE & PROMOTIONS

Um den Kunden zu einem Kaufabschluss zu bewegen, können im Check-Out-Bereich spezielle Angebote, Rabattcodes oder Aktionen angezeigt werden.

KUNDEN-BEWERTUNGEN

Das Einblenden von Kunden-Bewertungen, Testimonials oder Zertifizierungen im Check-Out kann das Vertrauen des Kunden stärken und Zweifel beseitigen.

AUFBAU VON VERTRAUEN UND SICHERHEIT

Die Darstellung von Sicherheitssymbolen, Zahlungssiegeln und Garantieverprechen kann das Vertrauen des Kunden in den Kaufvorgang stärken



Details

LEHRBERUF E-COMMERCE-KAUFMANN

Die ersten Lehrabschlussprüfungen sind geschafft!

Berufsgruppensprecher Versand- und Internethandel und Vorsitzender Lehrabschlussprüfungen E-Commerce Gerald Spiess im Interview

WARUM GIBT ES DIESEN NEUEN LEHRBERUF?

Weil Profis in diesem Bereich immer mehr nachgefragt werden. Die Wirtschaftskammer ist traditionell der Ankerpunkt der Lehrlingsausbildung. Durch den regen Kontakt mit den Ausbildungsbetrieben sind wir immer am Puls der Zeit und erfahren so, wo Handlungsbedarf besteht. Unser Gremium ist daher an das BM für Bildung herantreten, haben die Schaffung dieses Lehrberufs angeregt und gemeinsam mit dem BM entwickelt. Wir haben auch die Lehrbücher und Übungs-Software für die Berufs-

schulen angeschafft.

WIE LAUFEN DIE PRÜFUNGEN AB?

Insgesamt sind es drei Teilprüfungen. Es gibt einen kaufmännischen Teil, der schriftlich abgehalten wird und die klassischen kaufmännischen Themen beinhaltet wie Einkauf oder Kalkulation.

Der zweite Teil besteht aus der Erstellung und Analyse eines Webshops, was sowohl mündlich als auch am PC stattfindet. Der dritte Teil besteht aus Fragen aus der Praxis. Es müssen alle drei Teilprüfungen bestanden werden. Ist eine negativ, muss nur diese Teilprüfung wiederholt werden.

WIE WAREN DIE ERSTEN LEHRABSCHLUSS-PRÜFUNGEN?

Gleich bei der ersten Prüfung ist eine E-Commerce-Kauffrau dabei, die mit

Auszeichnung bestanden hat, d. h., sie hat alle drei Teilprüfungen mit sehr gut geschafft. Allerdings gab es auch welche, die nicht bestanden haben. Das liegt vor allem daran, dass die Lehrlinge oft fälschlich in der Marketing-Abteilung landen. Da gehören sie aber nicht hin! Sie müssen unbedingt auch die kaufmännischen Abteilungen durchlaufen. Gehapert hat es - wenn überhaupt - immer an den kaufmännischen Fähigkeiten. Der Lehrberuf wird momentan leider noch zu sehr als Online-Marketing-Beruf gesehen. Das ist aber nicht der Fall. Der Lehrberuf ist ein Teil der kaufmännischen Ausbildung und somit mit Bürokaufleuten oder Einzelhändlern zu vergleichen. Alle kaufleutespezifischen Fähigkeiten



wie Einkaufskalkulation, Verkaufskalkulation, Rechnungslegung, Beschwerdemanagement, usw. sind ein wichtiger Bestandteil der Ausbildung und daher auch der Prüfung.

WAS KANN MAN MIT DER LEHRE DANN MACHEN?

E-Commerce-Kaufleute haben eine sehr weite Ausbildung und können daher in Folge im Unternehmen in verschiedensten Bereichen eingesetzt werden bzw. können sich auch dementsprechend danach spezialisieren. Das Spektrum reicht von Einkauf und Kalkulation über Shop-Betreuung, Online-Marketing, einfachen Grafikerarbeiten bis hin zu rechtlichen Fragen des Online-Handels.

HARD-FACTS ZUR LEHRE

- Neuer Lehrberuf seit 2018
- Lehrzeit: 3 Jahre
- Berufsschule: LBS Theresienfeld
- Wer kann ausbilden:

Jedes Unternehmen, das einen Onlineshop betreibt.

“Verändern, bewegen, gestalten – für unsere Zukunft”



Gerald Ludwig Spiess, BA MA
Berufsgruppensprecher Versand- und Internethandel
0660 9496108, g.spieß@hoch-mut.at

Werbeartikelhandel



Goldener Hahn '23



vlnr: Sebastian Pass | BGS Werbemittelhandel NÖ,
KommR Mag. Angelika Sery-Froschauer | Obfrau Bundessparte
Information & Consulting, Gewinner Claudia & Alexander Schreibeis,
Andreas Kirnberger | Obmann FG Werbung & Marktkommunikation

MIT BIENEN DEN GOLDENEN HAHN GEWONNEN

Wir waren heuer Sponsor des Goldenen Hahns in der Kategorie Dialog Marketing. Und das sind unsere Gewinner: SCHREIBEIS - DIE WERBEAGENTUR.

WIE INNOVATIV IST DIE WERBEARTIKEL-BRANCHE?

Erstmalig wird die Innovationskultur in der Werbeartikelbranche weltweit untersucht. Die globale Untersuchung besteht aus 54 bewerteten Fragen zur Wahrnehmung der Unternehmenskultur. Durchgeführt wird die Studie vom Global Executive Network und dem spanischen Marktforscher Innoquotient. Die Ergebnisse werden Ende September vorgestellt.



Jetzt mitmachen!
Hier geht's zum Fragebogen.



“Jammern und nix tun ist der falsche Weg”

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



Wussten Sie, dass in Niederösterreich fast 700 verschiedene Bienen-Arten zu Hause sind?

Das ist Rekord in Mitteleuropa! Mit der Ferienaktion „Wir für Bienen“ für schlaue Kids von 4 bis 11, wurden Kinder spielerisch über das Thema Bienen informiert. Es beinhaltet ein Poster mit Ausmalbildern und Sticker zum Einkleben inkl. Stiften und einem Rätsel.



WIR HABEN VORGESORGT 62% von Arbeitskräftemangel betroffen

Kürzlich ist das Jahrbuch Handel 2023 der KMU Forschung Austria erschienen. Es liefert umfassende Daten zum österreichischen Handel. Besonders interessant und alarmierend sind die Zahlen zur Personalstruktur: Es sind fast zwei Drittel aller Handelsbetriebe von Arbeitskräftemangel betroffen! Bei 14% ist sogar nur noch eingeschränkter Betrieb möglich.

Obwohl unsere Branche zu den Traumberufen vieler junger Menschen zählt, haben wir schon vor zwei Jahren begonnen, mit innovativen Formaten die Ausbildung im Zoofachhandel noch attraktiver zu machen. Jetzt kommt noch ein Mitarbeiter/Lehrlings-Folder dazu. Er wird österreichweit in Zoofachgeschäften, Tierarztpraxen, Berufsschulen und bei einschlägigen Messen ausliegen

und verteilt werden. Er soll Interesse bei tieraffinen Menschen jeden Alters erzeugen und neue Mitarbeiter und Lehrlinge in unsere Branche bringen. Denn wir brauchen noch mehr engagierte und tierbegeisterte Menschen!



Imagevideos



Online-Bewerbungsformular
Lehrlings-Ausbildung



BUCHTIPP! Verkaufstraining für den Zoofachhandel
Trainer Hans Günter Lemke ist gelernter EH-Kaufmann und war 13 Jahre lang Filialleiter, bis er sich 1998 selbständig gemacht hat. Jetzt hat er ein Fachbuch für den Verkauf im Zoofachhandel geschrieben – ganz nach seinem Motto „Aus der Praxis für die Praxis“.

EINLADUNG zum Zootreff

Wie jedes Jahr laden wir Sie herzlich ein zum Informationsaustausch mit Kolleginnen und Kollegen aus der Zoofachhandelsbranche.

PROGRAMM

Bundvorsitzender **Andreas Popper**
Aktuelles Novelle TSCHG, 2. THVO und TH-SV (Heimtierpaket)

Sandra Lehenbauer, Msc
Vorstellung Fachstelle für tiergerechte Tierhaltung und Tierschutz

Anette Borgmann
Präsentation Produktentwicklung bis hin zum zertifizierten Produkt TRIXIE

Sandra Lehenbauer, Msc und Anette Borgmann
Zertifizierter TRIXIE-Produkte / Verwendungsbedingungen für das Gütesiegel

Sandra Lehenbauer, Msc
Vorstellung der Fortbildung zur/m tierschutzgeschulten Verkäufer/in

ZUM ABSCHLUSS:
Essen und interner Austausch



ZOOTREFF 2023

DONNERSTAG, 19.10.2023
UM 18.00 UHR
IM RESTAURANT PANORAMASCHENKE
FILMTEICHSTRASSE 5, 1100 WIEN-OBBERLAA

Anmeldung bis spätestens 30.09.2023:
+43 1 51450 3224
allgemeiner-handel@wkw.at



*“Zusammenhalt
ist alles”*

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

Blumen-
großhandel



SONNENANBETER MIT SCHATTENDASEIN Der großblütige Hibiskus

Die Spitzentemperaturen steigen, und viele Kunden suchen nach schön blühenden Pflanzen, die die pralle Sonne aushalten. Wir stellen vor:

Der Sumpfeibisch! Er ist ein großblütiger Hibiskus (*Hibiscus moscheutos*) mit bis zu 20 cm großen, prachtvollen Blüten und gehört zur Familie der Malvengewächse. Die großblumige Staude war früher eher selten in unseren Gärten zu finden. Ein Grund für das Schattendasein des Sonnenanbeters ist

wahrscheinlich sein deutscher Name Sumpfeibisch. Er spielt auf seine wilden Vorfahren in nordamerikanischen Fluss- und Marschlandschaften an. Das hat immer wieder zu Irritationen bezüglich eines geeigneten Standorts geführt. Deshalb heißt er heute auch Staudenhibiskus. Für viele war es außerdem verwirrend, dass er nicht - wie der Strauch - aus dem Holz austreibt, sondern jedes Jahr wieder neu aus der Erde wächst. So sehr er die Sonne liebt, so wenig

zimperlich ist er im Winter: Er kommt mit Temperaturen bis -34° Grad Celsius zurecht. Im Frühling ist er auch besonders. Selbst innerhalb derselben Sorte können die einzelnen Pflanzen unterschiedlich aus ihrem Winterschlaf aufwachen.

Geduld ist angesagt - den Hibiskus ruhig ausschlafen lassen! Hat er aber dann die ersten Stängel ausgetrieben, kann man ihm regelrecht beim Wachsen zusehen. Je nach Sorte schafft er täglich mehrere Zentimeter.

DIE NEUEN HANDSCHUHE
SIND BALD DA!

Bald kommen die neuen
Gartenhandschuhe.
Es wird sie in zwei
verschiedenen Designs
geben. Wir halten Sie
auf dem Laufenden,
ab wann Sie
bestellen können!



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

Altwarenhandel



BEFUGTER
Altwaren
HÄNDLER

DER ALTWARENHANDEL IST EINE PASSION

MODERNE & DIGITALISIERTE UNTERNEHMEN

VERBORGENE SCHÄTZE 2.0 Ressourcen- Schonung & Nach- haltigkeit ist für Altwarenhändler unser Geschäft. Schon immer.

Bei den Drehterminen zum zweiten Teil der Dokumentation „Verborgene Schätze“ habe ich wieder

einmal sehen dürfen, wie vielseitig unsere Branche ist. Von Second-hand-Kleidung über Verwertung von Baustoffen und klassischen Altwaren, Antiquarisches und Sammelwürdiges bis zu Upcycling-Projekten ist alles dabei. So verschieden die Unternehmen auch sind, eines haben alle gemeinsam: **Jeder berichtet mit strahlenden Augen von seiner Passion und hat Freude daran, seine Expertise weiterzugeben.**

Der Altwarenhandel wird manchmal als altmodisch wahrgenommen. Bei

den Dreharbeiten habe ich aber wieder einmal festgestellt, wie modern und digitalisiert die Unternehmen unserer Branche sein können. Egal, ob klassischer Flohmarkt oder Online-Shop: Von der Annahme über Vertragsverwaltung bis hin zur Rechnungserstellung und Buchhaltung wird alles effizient digital verarbeitet.

Ein großes Dankeschön an **Fabian Flug** von **FLUGFILMS**, der mit mir dieser Staffel ein neues Gewand

gegeben hat. Freuen Sie sich auf viele interessante Videos und zögern Sie nicht, sich jetzt schon für die nächste Staffel anzumelden!



“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: Gabriele Kochmann

Druck und Produktion: Siebdruck Hauser GmbH

Fotonachweise:

Goldener Hahn: Marius Busch

Fachgruppentag: REISNER.marketing

Altwarenhandel: FLUGFILMS

Portraits: Andreas Kraus

Adobe Stock

