



Weil's nicht egal ist, wie wir handeln.

**SICHER.HANDELN**

**In-Game-Advertising**

**Email-Marketing**

**Grüne Zukunft**

**HANDELS.BLATT**

# INHALT



## Erfolgreiches Email-Marketing **13**

*Tipps und Tricks, wie Sie nicht im Spam landen*

## Arbeitskräfte- **04/05** CSDD mangel

*Will wirklich niemand mehr arbeiten? Warum Employer Branding hilft.*

## **06** Data Privacy Framework

*Wie der Datenaustausch mit den USA jetzt neu geregelt ist.*

## **07** Podcast

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

## **08**

## In-Game-Ads **09**

*Online-Spieler  
als Werbezielgruppe*

## Personalisierung **10**

*Warum Datensammeln  
so wichtig ist*

## Discgolf4you **11**

*ist blaugelber Onlinehändler.*

## Bild-KI **12**

*Amazon rollt generierende  
Bild-KI für Kunden aus.*

## Zootreff 2023 **15**

*Das war der Zootreff.  
Ein Rückblick auf eine  
erfolgreiche Veranstaltung.*

## Grüne Zukunft **16**

*Lehrberuf Gartencenter-  
Fachmann in Wieselburg vorgestellt*

## Gewinnerin **17**

*des "Großen Preises des  
NÖ Werbemittelhandels" steht fest*



# Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,  
liebe Mitglieder,

in einer Welt, die von ständig wechselnden Herausforderungen und Krisen geprägt ist, erfordert Unternehmertum unermüdlichen Einsatz und konstante Anpassungsfähigkeit. Inmitten des hektischen Treibens ist es wichtig, die wenigen Tage der Weihnachtszeit bewusst zu nutzen, um innezuhalten, sich auf das Wesentliche zu besinnen und Kraft für das kommende Jahr zu sammeln. Die Feiertage erinnern uns daran, dass der Erfolg im Unternehmertum

umso erfüllender ist, wenn er mit den Menschen geteilt wird, die uns unterstützen. In diesem Heft finden Sie einiges zum Thema Arbeitskräfte, Sie können nachlesen, wie Ihre Newsletter am besten gelingen und was es Neues gibt über die Amazon KI. Am INFO.channel erfahren Sie alles über Lieferschwelen, und wir sagen Ihnen, wo Sie die neuen Handschuhe des Blumengroßhandels bestellen können. Wenn Sie all diese Informationen gerne schneller haben möchten, dann folgen Sie uns auf Facebook und Instagram.

Ich wünsche Ihnen und Ihren Familien eine frohe Weihnachtszeit, erholsame Feiertage und einen gelungenen Start ins neue Jahr

*Ihr KommR Ing. Alexander Smuk  
Gremialobmann*



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

## Will wirklich niemand mehr arbeiten? Viele Unternehmen sind akut vom Arbeitskräfte-Mangel betroffen.

Sehr oft sind die Auftragsbücher gut gefüllt, aber immer wieder fehlen Mitarbeiter, um die Aufträge abzuarbeiten. Zum einen ist die Bevölkerungspyramide daran schuld, zum anderen **haben sich viele Unternehmer noch nicht auf die drastische Veränderung des Arbeitsmarktes eingestellt**. Denn da es weniger qualifizierte Arbeitskräfte gibt, **bewirbt sich nicht mehr der Arbeitnehmer beim Arbeitgeber**. Es hat sich umgekehrt. Was auch zur Folge hat, dass ein Arbeitgeber-Wechsel sehr viel leichter ist. Fluktuation fügt Ihrem Unternehmen aber erheblichen Schaden zu: Produktivitätsverlust, Motivationsverlust, Rekrutierungskosten, Einarbeitungszeit.

### SELBSTVERWIRKLICHUNG & SINN

Aber nicht nur der Arbeitsmarkt hat sich verändert, tatsächlich haben **verschiedene Generationen** auch verschiedene Wünsche an ihre Arbeitgeber. Über einen Kamm scheren lassen sie sich aber nicht.

Während die **Generation X** (geboren 1965 - 1980) noch arbeiten ging, um zu leben, erwarten die jüngeren Mitarbeiter der **Generation Y** (geboren 1981-1999) und **Z** (geboren 2000-2015) Sinn in ihrer Arbeit und Selbstverwirklichung.

Das führt zu Missverständnissen und Konflikten. Sehr oft hört man: "Die

jungen Leute sind nicht mehr belastbar. Die wollen nicht mehr arbeiten!" Nachdem aber heute bereits 50 % der Arbeitnehmer aus der Generation Y stammen, ist es höchste Zeit, sich umzustellen. Moderne Arbeitgeber werden zukünftig die Nase vorne haben, wenn es darum geht, Mitarbeiter zu finden. **Denn heute können sich qualifizierte Kandidaten offene Stellen aussuchen**. Aber worauf legen sie Wert? Und was davon können Sie als Arbeitgeber ehrlich erfüllen?

### WORK-LIFE BALANCE & ARBEITS-ATMOSPHERE

Tatsächlich legt fast die Hälfte aller Arbeitnehmer Wert darauf, dass

der Arbeitgeber die Bedeutung von Work-Life-Balance versteht und unterstützt. Es wird aber unterschiedlich ausgelegt. Die einen streben eine planbare Arbeitszeit an, während die anderen zwar ihren Anspruch der Work-Life Balance betonen, gleichzeitig aber durchaus bereit sind, Überstunden zu leisten, wenn es dem Unternehmen, der Karriere oder dem Einkommen dient. Das gilt es zu hinterfragen und dementsprechend in den Job-Anzeigen herauszustreichen.

Laut einer hokify-Studie achten 2/3 der Jobsuchenden vor allem auf Team- und Arbeits-Atmosphäre. Wie ist es darum in Ihrem Betrieb





# EMPLOYER BRANDING

## EINE STARKE ARBEITGEBERMARKE ZIEHT MITARBEITER AN.

Die Ergebnisse einer aktuellen Umfrage der Job-Plattform hokify zeigen einen enorm hohen Stellenwert von Employer Branding für erfolgreiche Mitarbeitersuche: Zwei Drittel achten besonders auf das Arbeitgeber-Image eines Unternehmens, bevor sie sich für oder gegen eine Bewerbung entscheiden. Wobei besonders Team, Unternehmens-Werte und Unternehmens-Kultur überzeugen.

**SEI MEINEN DAS IST NUR ETWAS FÜR GROSSE BETRIEBE MIT GROSSEN BUDGETS? WEIT GEFEHLT.** Sie müssen nur umdenken und sich darum kümmern.

Employer Branding ist die nachhaltigste und langfristig günstigste Strategie, um qualifizierte Mitarbeiter zu finden. Einfach ausgedrückt schließt es alle Maßnahmen ein, durch die ein Unternehmen zu einem attraktiven Arbeitgeber wird.

Zuerst müssen Sie natürlich ein attraktiver Arbeitgeber sein oder werden. Danach sorgen Sie dafür, dass das auch jeder weiß. Beliebte Arbeitgeber müssen nämlich kaum nach Bewerbern suchen - sie kommen zu ihnen.

Wie das genau geht, erfahren Sie im nächsten Teil zum Thema Mitarbeitersuche in unserer nächsten Ausgabe.

bestellt? Wenn ihr Team nur gutes darüber zu sagen hat, dann lassen Sie es auf allen Kanälen dazu sprechen. Lösen Sie sich von althergebrachten Einstellungen wie „Eigenlob stinkt“, „Privates hat in der Arbeit nichts zu suchen“, „Das ist doch überall selbstverständlich“ oder „Das interessiert doch niemanden“.

### DIVERSITÄT & NACHHALTIGKEIT

Ein Drittel der jungen Menschen begeistert sich für die Arbeit in Teams

mit unterschiedlichen gesellschaftlichen Hintergründen. Damit ist das **Thema Diversität viel wichtiger als angenommen**. Praktisch, da es in Zukunft mehr Arbeitnehmer mit ausländischen Wurzeln geben wird, deutlich mehr Kollegen werden über 60 Jahre alt sein, und Menschen mit Behinderungen werden auch öfter vertreten sein. Dazu kommt: Eine aktuelle Marktforschung im Auftrag von willhaben zeigt: 75 % der Jobsuchenden wünschen sich **Arbeitgeber, der Wert auf**

**Nachhaltigkeit legt**. Vor allem bei jüngeren Jobsuchenden, aber auch vor allem bei Frauen und Menschen aus urbanen Räumen ist dieses Thema besonders wichtig. Achten Sie darauf, dass auf Ihrer Website, auf den Social Media-Kanälen und anderen Publikationen alle Ihre Bemühungen um Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung besprochen und veröffentlicht werden. Denn sieben von zehn KandidatInnen suchen vor der Bewerbung auf Social

Media nach Informationen zum Unternehmen. Unternehmen-Geschichte, soziale Verantwortung und authentische Eindrücke aus dem Arbeitsalltag punkten dabei besonders. Achten Sie deshalb vor allem auf Ihren digitalen Auftritt.

# CSDD

## EU-Lieferkettengesetz im Visier

Die CSDDD - Corporate Sustainability Due Diligence Directive oder einfacher das EU-Lieferkettengesetz ist noch ein Entwurf. Wer vom EU-Lieferkettengesetz (LKG) überhaupt betroffen sein wird, ab wann es gelten wird und was im Detail zu beachten sein wird, **steht derzeit noch nicht endgültig fest.**

Vorgesehen ist aber jedenfalls eine Verpflichtung für größere Unternehmen, negative Auswirkungen ihrer Aktivitäten auf Menschenrechte und die Umwelt zu identifizieren und zu verhindern. Dazu gehören Kinderarbeit, Sklaverei, Arbeitsausbeutung, Umweltverschmutzung, Umweltzerstörung und der Verlust der Artenvielfalt. Diese Ziele sind selbstverständlich unter-

stützenswert, doch der aktuelle Entwurf lässt zu viele Fragen offen.

Nach dem derzeitigen Stand soll das LKG auf Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern und einem weltweiten Nettoumsatz von mehr als 40 Millionen Euro anwendbar sein.

**Es ist jedoch zu erwarten, dass diese Unternehmen ihre Verpflichtungen vertraglich an ihre Lieferanten weiterreichen werden.**

Das würde dann auch KMU treffen, was Auswirkungen auf den gesamten Wirtschaftsstandort haben wird!

Globale Lieferketten sind heute extrem komplex und vielgliedrig. Für KMU ist es unmöglich, internationale Kontrollen durchzuführen.

Sie müssen auf jeden Fall effektiv - und nicht bloß formal - ausgeklam-



mert werden. Staatliche Aufgaben, Umwelt-, soziale Standards und Menschenrechte durchzusetzen, wird sonst einfach auf Unternehmen abgewälzt.

**Die Wirtschaftskammer setzt sich jetzt schon für eine praxistaugliche Lösung ein!**

Inzwischen ist Deutschland mit seinem LKG seit 1.1.2023 vorgeprescht. Forscherinnen der FHWien haben die Auswirkungen des deutschen Gesetzes auf Österreich in einer Studie für das Wirtschaftsministerium unter die Lupe genommen. Fazit: Auch KMUs sind betroffen - und das inklusive dem gesamten Verwaltungsaufwand.

Auch wenn es erst ein Entwurf ist: Es ist in einem Zeitfenster von drei

bis fünf Jahren zu erwarten, dass Unternehmen die neuen Verpflichtungen einhalten müssen. Schlussendlich werden die Einhaltung des LKGs und die Berichte über die Erfüllung ein Wettbewerbsmerkmal und einem Gütesiegel gleichkommen.

Hier wird es intensive Unterstützung und Beratungen brauchen, die die WKO bereits vorbereitet.



Mag. Armin Klausner  
Geschäftsführer Landesgremium

## Der Staat wälzt (wieder einmal) Aufgaben auf uns Unternehmer ab

Ein Thema aus Brüssel erregt gerade die Gemüter: Die „Richtlinie über die Sorgfaltspflichten von Unternehmen im Hinblick auf Nachhaltigkeit“ weniger sperrig „EU-Lieferkettengesetz“. Ziel ist die Einhaltung von Menschenrechts-, Öko- und Umweltstandards entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Schön und gut! Die österreichische Wirtschaft bekennt sich zu nachhaltigem, verantwortungsvollem und zukunftsfähigem Wirtschaften. Für die Unternehmen heißt dieses Gesetz aber: **noch mehr Bürokratie, noch mehr Kosten und das Risiko hoher Strafen** für Zustände bei Lieferanten - oft in Drittländern - die sie nicht kontrollieren und noch viel weniger beeinflussen können. Damit dürfen sie nicht allein gelassen werden! Auf dem Papier wird das Lieferkettengesetz zwar nur auf große Unternehmen anwendbar sein. **Indirekt sind aber KMUs als Zulieferer massiv betroffen**, und die Verantwortung wird ziemlich sicher vertraglich einfach weitergegeben werden.

Es kann nicht sein, dass KMUs verantwortlich gemacht werden für Verfehlungen, die ganz woanders in der Welt passieren. Und schon gar nicht dürfen sie dafür haftbar gemacht werden! Wenn Europa diese Vorreiterrolle einnehmen will, und der Staat die Verantwortung dafür auf uns Unternehmer abwälzt, dann sind unbürokratische praxistaugliche Lösungen, die gleiche Wettbewerbsbedingungen und Rechtssicherheit für Unternehmen bieten und eine entsprechende finanzielle Entlastung das Mindeste, was wir uns erwarten und wofür wir kämpfen, wenn die EU als wirtschaftsfreundlicher Standort eine Zukunft haben will.

Denn wen freut es, wenn sich Europa wieder einmal als Vorreiter bei Sozial- und Umweltstandards profilieren will? China! Oder glaubt irgendwer, dass die chinesische Politik ihren Unternehmen ähnliche Belastungen zumutet?

## ALLE GUTEN DINGE SIND DREI?

### Data Privacy Framework

Seit Juli 2023 ist das neue Datenschutz-Abkommen EU-U.S. Data Privacy Framework (DPF) in Kraft. Der sogenannte Angemessenheits-Beschluss war notwendig, weil alle Vereinbarungen davor vom Europäischen Gerichtshof (EuGH) für ungültig erklärt wurden.

Das ursprüngliche Abkommen Safe Harbor wurde nach in Kraft treten des USA-Freedom Act für ungültig erklärt, da er US-Behörden erlaubt, ohne richterlichen Beschluss uneingeschränkt auf Server und Nutzerdaten von US-Unternehmen zuzugreifen. Danach wurde das Privacy Shield geschaffen. Allerdings erklärte es der EuGH ebenfalls für ungültig. Das Kernproblem ist, dass die EU und die USA kein gleichwertiges Datenschutz-Niveau haben.

## ALLE GUTEN DINGE SIND DREI?

Das DPF ist also bereits das dritte Datenschutz-Abkommen zwischen der EU und den USA dar. Die Bedenken des EuGH wurden im neuen Abkommen berücksichtigt: US-Geheimdienste sollen nur mehr auf Daten zugreifen können, wenn es notwendig und verhältnismäßig ist.

Jetzt können sich Unternehmen auf das DPF als Rechtsgrundlage stützen. Dafür wurde eine spezielle Online-Liste zertifizierter Unternehmen mit Suchfunktion erstellt. Wenn Sie also US-amerikanische Tools und Dienstleister nutzen, an die Daten übertragen werden, sollten Sie sich zuerst informieren, ob diese Anbieter auf der DPF-Liste stehen. Wichtig ist dabei auch, zu prüfen, ob die betroffene Datenkategorie von der Zertifizierung gedeckt ist.



*Hier geht's zur DPF-  
Liste der zertifizierten  
Unternehmen*



*Noch mehr zum PDF*



**INFO.CHANNEL**

Jetzt den INFO.channel auf YouTube abonnieren!



*Sebastian Siller  
Referentin Finanzpolitik, WKNÖ  
Geschäftsführer SSC GmbH*

*Mag. Sabine Puntigam  
Sebastian Siller  
Referentin Finanzpolitik, WKNÖ*

## 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.

EU-OSS ist und wann die Meldung erfolgen muss. Es werden klassische Fehler und Missverständnisse besprochen, und über Dropshipping reden wir in dem Zusammenhang natürlich auch noch einmal. Nach einem kleinen Exkurs über den Versandhandel nach den USA gibt's wie immer nützliche Tipps!

## NEUE FOLGE: TIPPS RUND UM STEUERLICHE LIEFERSCHWELLEN FÜR DEN EUROPÄISCHEN ONLINE-HANDEL

Dieses Mal dreht sich alles um Steuern und den Online-Handel innerhalb Europas und wie sie den Business-Alltag von Online-Händlern beeinflussen. Mag. Sabine Puntigam, unser Profi für Finanzpolitik und Sebastian Siller, Geschäftsführer der SSC GmbH sprechen über die neuen Lieferschwellen, worauf genau zu achten ist, was der

! 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.





# IN-GAME-ADVERTISING

Alle spielen. Immer und überall.

# 60%

aller Österreicher  
zwischen 6 und 60 Jahren  
spielen regelmäßig online.

In der U-Bahn, in der Mittagspause, während wir auf jemanden warten oder am Wochenende ganz ausgiebig: Spielen ist gleichzeitig **spannend und entspannend**. Heute selbstverständlich auch online. Wer denkt, dass Onlinespieler sehr junge Nerds sind, liegt daneben. Die Gamer der ersten Stunde sind inzwischen Großeltern. Der Zielmarkt ist größer denn je.

Videospiele sind heute **soziale Orte**, in denen man sich trifft und auch Erfahrungen austauscht. Denn spielende Menschen verbinden sich. Das Smartphone ist dabei das meistgenutzte Spielgerät. In Österreich greifen Millionen Gamer regelmäßig zur Konsole oder anderen Geräten. Das **Durchschnittsalter liegt dabei bei 36 Jahren**, Männer und

Frauen halten sich die Waage. Die Platzierung von Werbung direkt in Computer-, Online- oder Videospielen ist einen langen Weg gegangen: von simplen Werbebotschaften auf Automatenwänden zu einem heute sehr komplexen Wirtschaftsmarkt. Was kaum jemand weiß: Die berühmte Moorhuhnjagd war ursprünglich ein Werbespiel. Geworben wurde für Johnny Walker. Ein sogenanntes **Advergame ebnete also den Weg**.

Was IGA so besonders macht ist, dass man den Gamer in einem hohen emotionalen Moment erwischt. Das hat zur Folge, **dass die Werbebotschaft in einem größeren Ausmaß vom Spieler wahrgenommen wird als übliche Werbung**. Daher werden auch viel weniger Wieder-

holungen gebraucht, um die Werbebotschaft zu vermitteln.

Was fast alle kennen, sind die Werbe-Einblendungen zwischen zwei Runden Angry Birds, Quiz Duell oder Candy Crush. Werbeplätze, die ganz einfach gebucht werden können. **Besonders beliebt und erfolgreich sind sogenannte Rewarded-Videos**, bei denen der Spieler eine Belohnung für das Ansehen der Werbung erhält. Umfragen ergaben, dass 76% der Gamer belohnte Anzeigen bevorzugen. Vor allem wird diese Werbeform von Spielern nicht als negativ oder störend empfunden. Das Plus für den Werbenden ist, dass **die beworbene Marke unmittelbar mit Belohnung oder Gewinn verbunden wird**. Wird die Werbung perfekt platziert,

ist sogar ein **positiver Imagetransfer möglich**, da Erfolgserlebnisse im Spiel unmittelbar mit der Marke verknüpft werden. So kann zum Beispiel ein Werbebanner in ein Sportspiel integriert werden, und zwar auf einer Bande entlang des Spielfeldes. Oder man unterbricht den Spieler nicht, indem man auf **akustische Werbung** zurückgreift. Tatsächlich verfügen Hightech-Konsolen wie Playstation und Xbox mittlerweile über eine eigene Musik-App.

Dass sich Amazon anschickt, genau in diesen Markt einzusteigen, zeigt, dass sich in Kürze noch mehr Möglichkeiten auftun werden. Denken Sie das nächste Mal an IGA, wenn Sie Ihr Online-Marketing-Budget ausgeben!



## PERSÖNLICH IST'S BESSER Warum Daten- sammeln wichtig ist

Erinnern Sie sich noch an die Namenskampagne von Coca-Cola? Damals hat Coca-Cola in der „Share a Coke“ Kampagne Tausende von Namen auf die Softdrinks gedruckt. Der Absatz ist sprunghaft gestiegen. Was ganz klar bestätigt: Kunden mögen es, wenn sie mit ihrem Vornamen angesprochen werden. Rewe ist bereits in der Lage, auf Uhrzeit, Wetter und Zielgruppe auszuspielen. Das heißt, wenn es in einer Region regnet, wird folgende Botschaft ausgespielt: „Hey, es regnet, es ist kalt hier, nimm dir den neuen Tee von xxx mit!“.

Das können nur die Großen? Aber nein. Als Online-Händler haben Sie all diese Informationen. Was oft fehlt, ist ein **geeignetes Tool**, um die Daten zu sammeln, zu verwalten und letztendlich effektiv zu nutzen.

Personalisiertes Marketing bedeutet, dass Sie Ihr **Marketing auf der Grundlage der Daten anpassen**, die Sie von Ihren Kontakten gesammelt haben. Dazu gehören nicht nur der volle Name, sondern auch Wohnort, Interessen, Einkaufspräferenzen, Bestellhistorie und vieles mehr.

Daten hergeben will niemand? 57% aller Kunden bestätigen, sie würden **persönliche Informationen preisgeben**, um Sonderangebote und personalisierte Rabatte zu erhalten. Gleichzeitig wünschen sich mehr als

31% der Befragten ein besser auf sie zugeschnittenes Käuferlebnis.

Aber wie und wo können Sie am besten Ihre Kundendaten sammeln und verwalten? In der Regel bieten die jeweiligen **Plattformen gute Tools** an.

### BEISPIELE FÜR MODERNE MARKETING-PLATTFORMEN

- Salesforce-Marketing-Cloud
- Marketo-Cloud
- SALESmanago
- HubSpot
- Autopilot
- Mailchimp
- Exponea

Diese Tools helfen Ihnen, Kundendaten zu erheben und segmentieren, Marketingbotschaften per Mail und

sozialen Medien zu automatisieren und Ergebnisse zu tracken. Es ist wichtig, **Kundendaten zu verstehen** und die richtigen Schlüsse zu ziehen. Die implementierten Berichte helfen, **Muster im Verhalten Ihrer Zielgruppen** zu finden und zu erkennen, welche Ihrer **Marketingaktivitäten** gut funktionieren. Über alle Kanäle hinweg. Und Automatisierungen zum richtigen Zeitpunkt helfen, aus Gelegenheitskäufern Stammkunden zu machen. Dazu bieten diese Tools mobile Apps an, damit Sie immer informiert sind, was gerade läuft.

Keine Angst, alle diese Plattformen wissen, dass ihre Kunden keine Marketing-Profis sind. Daher ist die Handhabung ganz einfach und Sie kommen so zu sehr viel besseren Entscheidungen für Ihr Marketing.

## Was bitte ist Discgolf? Discgolf4you ist blaugelber Onlinehändler

VOR DREI JAHREN HAT  
MARTIN JOSEF NITTMANN  
DISCGOLF ALS SPORTART FÜR SICH  
ENTDECKT. ERFUNDEN HAT ER  
SICH ALS DISCGOLF4YOU, WEIL ES  
IN DIESER NOCH EHER UNBEKANN-  
TEN SPORTART KAUM ATTRAKTIVE  
UND PROFESSIONELLE ONLINE-  
ANGEBOTE GAB. UND DER ERFOLG  
GIBT IHM RECHT!

Dass er einmal Unternehmer werden  
will, wusste der gelernte Chemiker  
schon im zarten Alter von 5 Jahren.  
Erfüllt hat er sich seinen Traum mit  
25. Seitdem hat er nicht nur sehr  
erfolgreich seinen **Online-Shop** aufge-  
setzt, sondern auch einige Topspieler  
als Markenbotschafter gewonnen und  
unterstützt jedes Jahr die öster-  
reichischen Staatsmeisterschaften,  
aber auch internationale Turniere.

Im März dieses Jahres hat er seinen  
Online-Handel um ein stationäres  
Geschäft mit **mehr als 6.000 Discs**  
in Enzersfeld-Lindabrunn erweitert.  
Dort kann man sich vor Ort ganz  
persönlich beraten lassen und nach  
Herzenslust shoppen.

Wer in **Österreich Discgolf** spielt,  
kennt Martin Josef Nittmann. Und  
lässt sich gerne von ihm beraten.  
Denn aus eigener Erfahrung weiß er,  
dass gerade Anfänger oft unpassende  
Ausrüstung kaufen.  
Schließlich hat man zu Beginn keine  
Abwurfgeschwindigkeit von 130km/h  
wie ein Profi. Wenn sich Beginner  
vom Discgolf4you-Team beraten  
lassen, haben sie **deutlich schneller  
sportliche Erfolge** und geben ihr Geld  
sinnvoll für Ausrüstung aus. Denn bei

fast 700 Disc-Arten im Online-Shop  
sollte man sich mit Speed, Glide,  
Turn und Fade schon auskennen.



*Was ist Discgolf?*

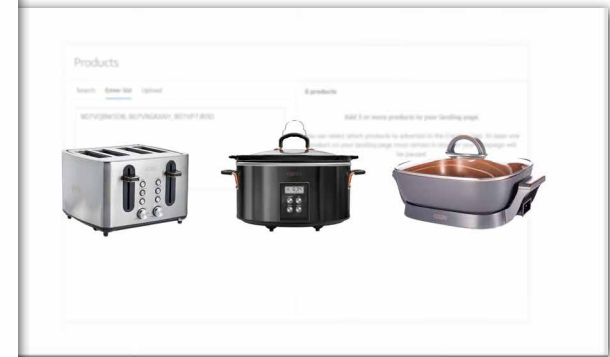
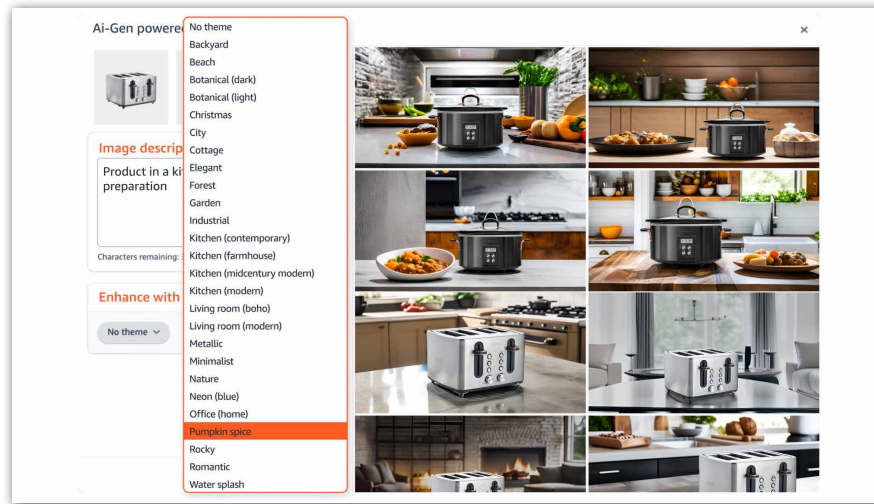


[www.discgolf4you.com](http://www.discgolf4you.com)



Discgolf, manchmal auch Frisbee Golf genannt, ist eine Sportart, die mit speziellen Discs gespielt wird, die Frisbees ähneln. Es gibt verschiedene Arten von Discs, die für verschiedene Wurfsituationen geeignet sind. Ziel des Spiels ist es, die Discs mit möglichst wenigen Würfen in einen Korb zu werfen. Das schöne daran ist, dass es in Parks und Wäldern in speziell dafür angelegten Parcours gespielt wird. Damit werden Sport und Naturerlebnis perfekt kombiniert.

 **DISCGOLF4YOU.com**



# AMAZON ROLLT BILD-KI AUS!

Seit Oktober können ausgewählte Werbekunden in der Amazon Ad Console die brandneue generative Bild-KI ausprobieren. Nach diesem Test wird sie - zunächst kostenfrei - Schritt für Schritt für weitere Benutzer frei geschaltet.

Denn fade Bilder erzeugen auch fade Klickraten. Deshalb ist die KI vor allem für kleinere Online-Händler interessant, die kein großes Marketing-Budget zur Verfügung haben und deren Produktfotografie deshalb wenig ansprechend ist.

AMAZON RECHNET MIT BIS ZU 40 % HÖHEREN KLICKRATEN.

Durch die Bild-KI können Sie als Online-Händler ganz einfach ein Foto Ihres Produktes mit weißem Hintergrund hochladen und die KI erzeugt das passende Life-Style-Umfeld. Das jeweilige Ergebnis lässt sich dann noch über die Texteingabe verfeinern und anpassen. Die Bedienung soll sehr einfach sein.

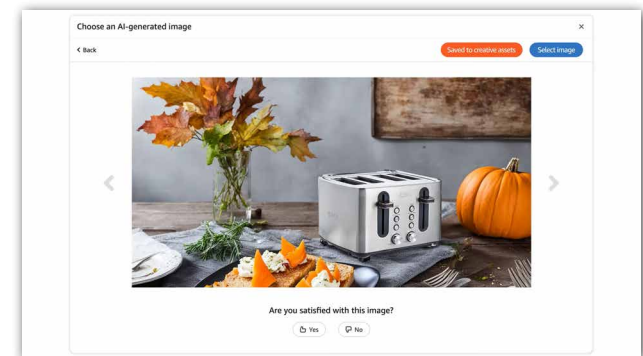
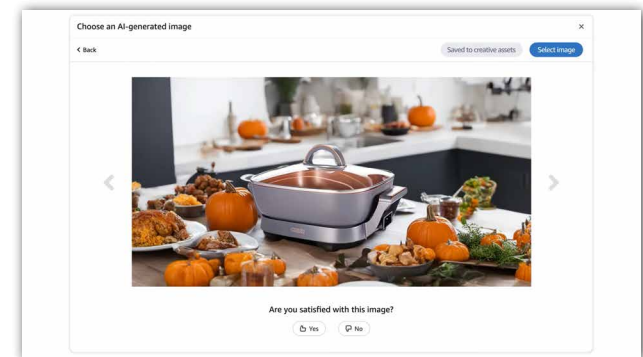
Besonders interessant ist, dass die KI den Kontext eines Produktes erkennt und gleich einmal ein paar Vorschläge generiert. Ein Toaster wird beispielsweise als Küchenutensil erkannt und gleich in eine Küche platziert. Auch können Bilder mit

einem bestimmten Thema generiert werden, wie z.B. Halloween oder Weihnachten.

Der Hauptvorteil der generativen KI liegt aber in der Fähigkeit, dutzende Varianten Ihrer Anzeige zu zeigen, die exakt auf Ihre Kunden zugeschnitten sind. Das spart Geld, denn die Erstellung von zielgruppengenaue Anzeigen ist teuer.



Hier gehts zum Amazon-Video



# Was macht Ihr Email-Marketing erfolgreich?

**VERWENDEN SIE EIN PROFESSIONELLES TOOL** Professionelle Tools versenden Ihre Email-Kampagnen nicht nur korrekt und DSGVO-konform, sondern verfügen über viele Features, die Sie für ein erfolgreiches Email-Marketing brauchen. Die gängigen Plattformen sind mit Berichtswesen, Kundensegmentierung, Tracking und vielem Nützlichen ausgestattet. Keinesfalls dürfen Sie Mails an mehr als 20 Personen über Ihr Emailprogramm versenden. Das führt zu diversen Sperrern und Blacklistung - und fatalerweise erfahren Sie das sehr oft nicht einmal.

**BETREFFZEILE** Nicht zu lang, nicht zu werblich. A/B-Test verwenden. Spam-Schlagwörter vermeiden. Spam-Schlagwörter am besten googeln, denn es sind überraschende dabei wie z.B. Angebot, Rabatt, Gutschein, Gratis testen, Ausverkauf oder Spezialangebot uvm. Sprechen Sie Ihre Kunden persönlich an und verwenden Sie unbedingt den sogenannten Preheader - das ist Ihre erweiterte Betreffzeile. Damit können Sie das erste Interesse wecken.

**ABSENDER** Keine privat anmutende Emailadresse verwenden wie gmail und gmx. Am besten eigene Adresse erstellen: newsletter@firma.at.

**ANREDE** Email-Marketing ermöglicht Ihnen eine persönliche Ansprache. Der Effekt ist aber sofort dahin, wenn die Anrede falsch ist. Daher immer vorher die Kundendaten in Ordnung bringen. Wenn das nicht möglich ist, dann verwenden Sie eine neutrale Anrede. Das ist aber jedenfalls nur die zweitbeste Möglichkeit.

**RECHTSCHREIBUNG** Verwenden Sie ein Rechtschreibprogramm und lassen Sie jemanden Korrekturlesen. Rechtschreib- oder Grammatikfehler vermitteln ein unseriöses Bild.

**INHALT** Emails mit weniger als 200 Wörtern werden am häufigsten gelesen. Schreiben Sie Ihren Kunden nur, wenn Sie tatsächlich etwas zu sagen haben. Achten Sie darauf, dass der Inhalt genau auf den Kunden zugeschnitten ist. Verwenden Sie Überschriften, Bilder und auch gerne - wenn auch sparsam - Emojis. Keinesfalls fehlen darf der sogenannte CallToAction, also eine Aufforderung, wie etwa ein Klick auf ein Anmeldeformular.

**ANPASSUNG** Emails werden zu 76 % am Desktop gelesen. Trotzdem sollten Sie sie so schreiben, dass sie perfekt am Smartphone lesbar sind. Auch daran denken, an Tablets anzupassen.

**FREQUENZ** Schreiben Sie Ihren Kunden nur, wenn Sie etwas zu sagen haben. Testen Sie verschiedene Versandzeiten. Dann schaffen Sie auch die richtige Nachricht zur richtigen Zeit.

**DATENSCHUTZ** Denken Sie an die DSGVO, einen Abmeldelink und Ihr Impressum.

## So funktioniert Email-Marketing Das perfekte Email zur richtigen Zeit

**OBWOHL VIELE NEUE KOMMUNIKATIONS-MÖGLICHKEITEN ENTSTEHEN, BLEIBT EMAIL-MARKETING EINE SEHR ERFOLGREICHE METHODE, UM IHRE KUNDEN ZU ERREICHEN. LAUT LETZTER ERHEBUNGEN HAT ES SOGAR EINEN ERSTAUNLICHEN RETURNON-INVEST VON 4,4. SIE VERDIENEN ALSO € 44,- FÜR JEDEN AUSGEBEBENEN EURO.**

Grundsätzlich gilt: Öffnungsraten von 15% sind ok, mehr als 25% sind ein voller Erfolg. Lassen Sie sich nicht von niedrigen Clickraten abschrecken. Alles über 0,85% ist richtig gut. **Aber was ist wichtig, um nicht im Spam zu landen oder - noch schlimmer - vom Kunden als Spam markiert zu werden? Was ist wichtig, um den Kunden auch wirklich zu erreichen?**

### WO MACHT EMAIL-MARKETING SINN?

- Automatisierte Willkommens-mails - haben eine Öffnungsrate von über 80%
- Automatisierte Bestellbestätigung, Rechnung, Mahnung
- Automatisiert Kaufabbruch nachfragen
- Werbemaßnahmen wie Aktionen, Rabatte, Abverkäufe, Saisonales

- Eventeinladung

- Spannende Information

### DARAUF REAGIERT DER SPAMFILTER

- Spam-Schlagwörter
- Betreffzeile zu lang, zu viele Emojis
- GROSSBUCHSTABEN
- Zu viele Satz- und Sonderzeichen!
- Unausgewogenes Verhältnis Bild & Text
- Anhänge



*“Verändern, bewegen, gestalten – für unsere Zukunft”*

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



## Neue Unterrichtsmaterialien für Berufsschulen

Gut ausgebildete Mitarbeiter sind das goldene Fundament unseres Zoofachhandels und der Heimtierhaltung. Deshalb habe ich in den letzten Monaten gemeinsam mit Bundesobmann Andreas Popper Berufsschulen in Wien und Niederösterreich besucht.

Dabei haben wir nicht nur einen Einblick in die engagierte Arbeit der

Lehrkräfte erhalten, sondern auch aktuelles Unterrichtsmaterial überreicht. Besonders beeindruckt hat uns der Besuch an der Berufsschule Theresienfeld und der landwirtschaftlichen Fachschule Hollabrunn. Hier wird der Unterricht von Lehrkräften mit ganz besonderem Engagement gestaltet.

Die Begeisterung und Hingabe, die wir dort erleben durften, lassen wirklich nur die allerbesten Erwartungen für die zukünftigen Generationen von Fachkräften in der Zoofachbranche zu.

Die neuen Unterrichtsmaterialien werden dazu beitragen, den Unterricht noch praxisnäher und zeitgemäßer zu gestalten. Wir sind zuversichtlich, dass sie die Qualität der Ausbildung weiter steigern.



## INVESTITION IN WEITERBILDUNG

Mit einem klaren Bekenntnis zur Förderung von Bildung haben wir in diesem Jahr die Kosten für zwei Lehrer der LBS Theresienfeld übernommen, die an zwei Modulen des WIFI-Kurses "Tierhaltung und Tierschutz" teilgenommen haben.

**Die Fortbildung ermöglichte den Lehrern, ihre Expertise in verschiedenen Schlüsselbereichen zu vertiefen, wovon unmittelbar die Schüler der LBS Theresienfeld profitieren werden.** Die behandelten Themen reichten von rechtlichen Grundlagen über Hygiene und Immunologie bis hin zu Infektionskunde, Tierernährung, Anatomie und Physiologie.

Durch die erweiterten Kenntnisse der Lehrer können die Schüler nicht nur von einem fundierten Unterricht profitieren, sondern auch von praxisnahen Einblicken in die neuesten Entwicklungen und Erkenntnisse im Bereich der Tierhaltung und des Tierschutzes. Wir sind stolz darauf, einen Beitrag zur Bildung unserer Gemeinschaft zu leisten und freuen uns darauf, die positiven Auswirkungen dieser Investition in die Zukunft zu verfolgen.

# ZOOTREFF 2023

## RÜCKBLICK AUF EINE ERFOLGREICHE VERANSTALTUNG



Vlnr: Günter Daxböck (WKO), Anette Borgmann (Trixie), Andreas Popper (WKO), Sandra Lehenbauer und Katharina Wendy (Fachstelle) und Benjamin-Richard Knob (WKO)

Der ZooTreff 2023 in Wien war ein großartiges Ereignis, das auf großes Interesse stieß und zahlreiche Gäste anzog. Im Fokus der Veranstaltung stand die Zertifizierung von Heimtierzubehör.

Sandra Lehenbauer präsentierte während des Events die Fachstelle für tiergerechte Tierhaltung und Tierschutz. In einer informativen Präsentation erläuterte sie die vielfältigen Aufgaben der Fachstelle auch in Bezug auf die Zertifizierung und skizzierte die angewandte Methodik. Es wird

ein Schulungsprogramm angedacht. Anette Borgmann von Trixie, einem führenden Hersteller setzte die Diskussion fort, indem sie die strengen Kriterien beleuchtete, denen die Produkte entsprechen müssen, um das begehrte Zertifikat zu erhalten. Sie betonte den Mehrwert, den diese Zertifizierung nicht nur für einzelne Produkte, sondern für die gesamte Branche mit sich bringt.

Der ZooTreff 2023 war somit nicht nur eine Plattform für den Austausch von Fachwissen, sondern auch ein bedeu-

tender Schritt in Richtung Standardisierung und Qualitätssicherung in der Herstellung von Heimtier-Zubehör. Wir blicken dankbar auf eine gelungene Veranstaltung zurück und sind gespannt darauf, wie die Branche von den diskutierten Initiativen profitieren wird.

Ich wünsche Ihnen schöne Weihnachten und wünsche uns allen ein erfolgreiches nächstes Jahr!

*Günter Daxböck*



*“Zusammenhalt  
ist alles”*

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

Blumen-  
großhandel



## GRÜNE ZUKUNFT Lehrberuf Gartencenter-Fachmann in Wieselburg vorgestellt

Im Oktober haben wir in Wieselburg den Lehrberuf des Gartencenter-Facharbeiters erstmals präsentiert. Als Goodie haben wir an Interessierte Bleistifte verteilt, die verschiedene Samen enthalten. Jeder Stift war mit einem Anhänger versehen, auf dem ein QR-Code zu finden ist.

Dieser QR-Code öffnet die Tür zur brandneuen Website [www.lehre-gartencenter.at](http://www.lehre-gartencenter.at). Hier finden Neugierige

umfassende Informationen über den vielversprechenden Lehrberuf. Die Website bietet einen Einblick in die faszinierende Welt dieses Berufsfelds, seine vielfältigen Aufgabenbereiche und die Perspektiven für eine erfolgreiche berufliche Zukunft. Der Besuch der Website lohnt sich nicht nur für Schülerinnen und Schüler, sondern auch für Eltern, Unternehmer und alle, die an dieser grünen Zukunft interessiert sind.

Wir dürfen darauf hinweisen, dass die Website noch weiter ausgebaut wird, um noch mehr nützliche Informationen bereitzustellen.



Alexander Mlinek  
Berufsgruppensprecher Blumengroßhandel  
07416 52750, 0664 1514113  
[office@tree-blumen.at](mailto:office@tree-blumen.at)



## Die Gewinnerin des „Großen Preises des NÖ Werbemittelhandels“ steht fest UNTIS gewinnt Werbeartikel im Wert von € 2.500,-

Monika Klaus hat die unsere Gewinnfrage bei KRONEHIT richtig beantwortet und darf sich über einen Gutschein für hochwertige Werbeartikel im Gesamtwert von € 2.500,- für ihren Arbeitgeber UNTIS freuen.

UNTIS ist ein innovatives Unternehmen mit 150 engagierten Mitarbeitern, das am Standort Stockerau Administrations-Software für mehr als 5 Millionen Schüler entwickelt. Von elektronischen Klassenbüchern bis hin zum digitalen Stundenplan-Management sind die Produkte von

UNTIS für tausende Schulen auf der ganzen Welt unverzichtbar geworden.

Christoph Lehrer, Marketingleiter UNTIS, erklärt, wie wichtig Werbeartikel als Marketinginstrument sind: „Give-Aways auf Messen sind ein ganz wichtiger Bestandteil unserer Kommunikation. So bleiben wir bei unseren Kunden im Gespräch und können auch neue Kunden ansprechen.“



Foto vlnr: Christoph Lehrer (Marketingleiter UNTIS), Monika Klaus (Gewinnerin), Sebastian Pass (Berufsgruppensprecher Werbemittelhandel), Johann Vollmer (Verkaufsleiter Kronehit)

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



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



## MODERNE WEGE ZUM SAMMELN UND HANDELN Die Reichtümer der Vergangenheit sind nur mehr einen Klick entfernt

Auch die Welt des Altwarenhandels erlebt ihre digitale Revolution. Der Zugang zu historischen Schätzen und antiken Raritäten wurde dadurch erheblich erleichtert, der Handel hat sich grundlegend verändert. Wir unterstützen Sie dabei gerne.

### ONLINE-MARKTPLÄTZE: EINE WELT DER VIELFALT

Online-Marktplätze wie eBay, willhaben oder Etsy haben grundlegend verändert, wie wir Altwaren handeln. Wir können heute unsere Sammlerstücke einer globalen Community präsentieren, und Sammler haben die Möglichkeit, nach ihren Schätzen zu suchen, ohne ihr Zuhause zu verlassen. Das hat den Altwarenhandel globalisiert und den Markt erweitert.

### VIRTUELLE AUKTIONEN: SPANNUNG UND ELEGANZ ONLINE ERLEBEN

Auktionshäuser bieten auch virtuelle Auktionen an. Spannung und Eleganz einer Auktion können bequem von zu Hause aus erlebt werden, und Sammler haben die Möglichkeit, seltene und begehrte Gegenstände digital zu ersteigern.

### DIGITALE KATALOGE: DIE SCHÖNHEIT DER SAMMLERSTÜCKE ZUM LEBEN ERWECKEN

Händler können beeindruckende digitale Sammlungen erstellen und sie online präsentieren. Schönheit und Vielfalt der Sammlerstücke

werden zum Leben erweckt.

Potenzielle Käufer können bequem durch die Kataloge stöbern und sich von den Geschichten und Details der Gegenstände inspirieren lassen.

### SOZIALE MEDIEN: DIE KUNST DER PRÄSENTATION

Sozialen Medien wie vor allem Instagram und Pinterest, spielen ebenfalls eine wichtige Rolle für uns Altwarenhändler. Hier geht es nicht nur um den Handel, sondern auch um die Kunst der Präsentation. Wir nutzen diese Plattformen, um Fotos unserer Altwaren auf ästhetische Weise zu

## WIR UNTERSTÜTZEN SIE AUF IHREM WEG IN DIE DIGITALISIERUNG!

Unser E-Commerce-Service hat alle Informationen für Sie über den Weg zum eigenen Webshop, rechtliche Grundlagen, Marketing-Strategien, dem Finden der passenden Plattformen bis hin zu Infos über mögliche Förderungen.



*E-Commerce-Service  
Niederösterreich  
[www.wko.at/noe/e-commerce](http://www.wko.at/noe/e-commerce)  
[handel.sparte@wknoe.at](mailto:handel.sparte@wknoe.at)*

teilen. Dadurch ziehen wir die Aufmerksamkeit von Sammlern auf uns und schaffen eine Community von Gleichgesinnten.

### **ONLINE-RECHERCHE: INFORMATIONEN IN SEKUNDENSCHNELLE**

Die Verfügbarkeit von Informationen im Internet hat die Recherche über den Wert und die Authentizität von Altwaren deutlich erleichtert. Sammler und Händler können innerhalb von Sekunden umfassende Informationen zu einem bestimmten Gegenstand abrufen. Das hilft, fun-

dierte **Kauf- und Verkaufs-Entscheidungen** zu treffen und potenzielle Fälschungen zu entlarven.

### **VIRTUELLE BEWERTUNGEN: EXPERTENWISSEN LEICHT GEMACHT**

Anhand von Fotos und detaillierten Beschreibungen können Sammler und Händler Experten online um Rat fragen. Das ist besonders nützlich, um den Wert und die Authentizität von Gegenständen zu überprüfen, bevor sie gekauft oder verkauft werden. Die digitale Revolution hat den Altwarenhandel in die Zukunft

geführt und eine Brücke zwischen Tradition und Technologie gebaut. Die Reichtümer der Vergangenheit sind nur noch einen Klick entfernt, die Möglichkeiten sind endlos. Diese spannenden Entwicklungen versprechen eine **aufregende Zukunft für Sammler und Händler** gleichermaßen, während sie weiterhin nach den Schätzen der Vergangenheit suchen.

In diesem Sinne wünschen Ihnen mein Team und ich ein hervorragendes Weihnachtsgeschäft, das bei Ihnen vielleicht auch schon zum Teil digital stattfindet.



*“Aus Liebe zum Individuellen – aus Passion zur Interessensvertretung!”*

Theresa Stern  
Berufsgruppensprecherin Altwarenhandel  
0664 6485557, [info@theresastern.at](mailto: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](http://www.wko.at/noe/versandhandel)

Projektleitung & Text: Elke Reisner, REISNER.marketing

Grafik: Gabriele Kochmann

Druck und Produktion: Siebdruck Hauser GmbH

**Fotonachweise:**

discgolf4you

david rudolf, filmpro.at

Amazon

kessler.at

Günter Daxböck

Portraits: Andreas Kraus

Adobe Stock

