

STOFFTIGER
BABY & KIDS SHOP



Weil's nicht egal ist, wie wir handeln.

SICHER.HANDELN

Barrierefreiheit E-Commerce
einfach erklärt

Rumzentrum Baden
Regionaler Onlinehändler

WKO-Wahl
Das Team stellt sich vor.

HANDELS.BLATT

INHALT

“Wir brauchen wieder mehr Wertschätzung”,

Gremialobmann Alexander Smuk im Interview

“Mehr Sichtbarkeit für NÖ Onlinehändler”,

Gremialobmann-Stv. & Berufsgruppensprecher Versand- und Internethandel Gerald Spiess

“Müssen Unternehmen den Rücken stärken”,

der neue Gremialobmann-Stv. Wolfgang Lindner im Gespräch

Das neue Tierschutzgesetz –positive und negative
Aspekte für den Zoofachhandel,

beleuchtet von Berufsgruppensprecher Zoofachhandel der WKNÖ Günter Daxböck

Altwarenhandel,

Berufsgruppensprecherin Altwarenhandel Theresa Stern

“Werbeartikel sind ein unterschätzter Türöffner

*Berufsgruppensprecher Werbeartikel Sebastian Pass verrät, wie er
die Werbeartikelhändler in NÖ stärken möchte*

“Wir brauchen mehr Fairness im Blumengroßhandel”,

Berufsgruppensprecher Blumengroßhandel Alexander Mlinek

Rumzentrum Baden

Wie aus einer Rumsammlung ein Onlineshop wurde – NÖ Onlinehändler im Portrait

Barrierefreiheitsgesetz im Überblick

Wir haben das Gesetz unter die Lupe genommen

Heimtiermesse Wien

Netzwerk-Hotspot für den Zoofachhandel

Auf Besuch im Tierschutzhaus - so wichtig ist
kompetente Beratung im Zoofachhandel

Schüler der LBS Theresienfeld im Tierschutzhaus Vösendorf

EAC Summit 2025 – Ausblick für Werbeartikelhändler

Infos zur Anmeldung für WKNÖ-Mitglieder

3

4

5

6

7

8

9

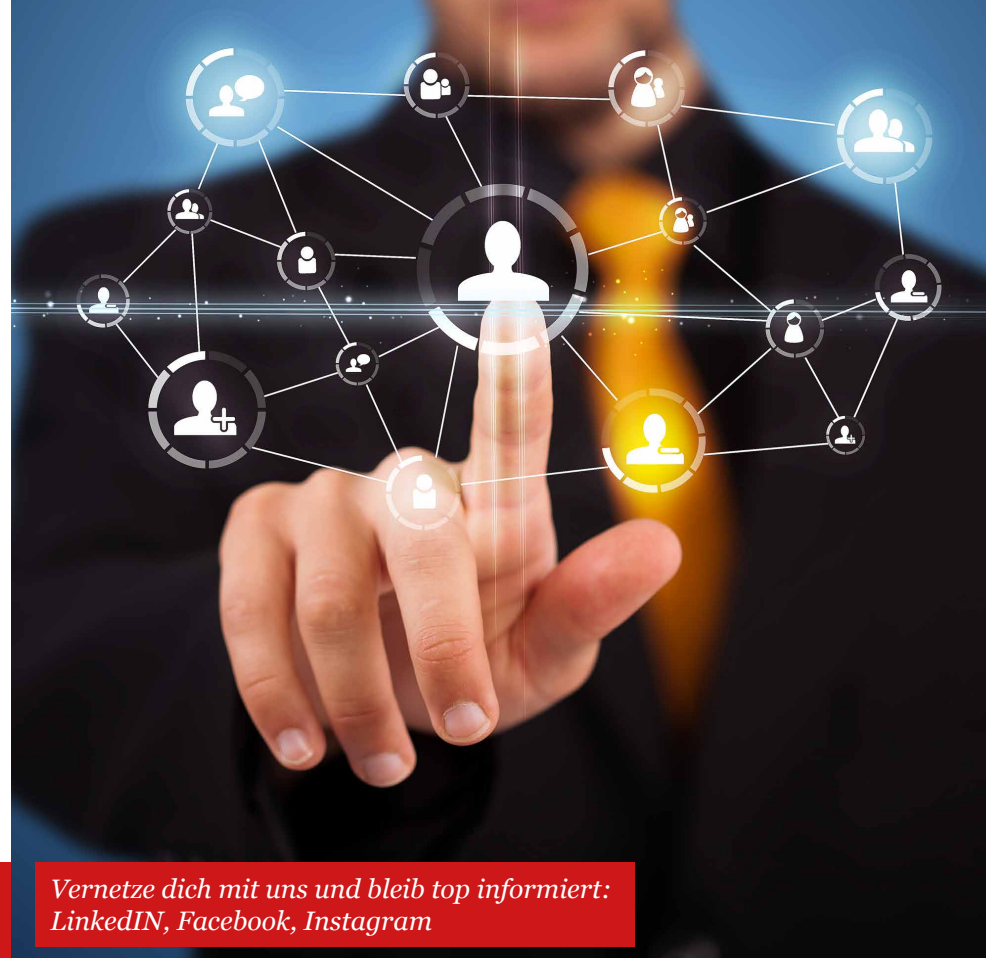
10

12

14

15

16



Vernetze dich mit uns und bleib top informiert:
LinkedIN, Facebook, Instagram



Blumengroßhandel als starker Partner für
Lehrlingswettbewerb der NÖ Floristen
Kooperation & Zusammenarbeit auf der Messe Tulln

17

EU nahm Altwaren-Onlinehändler unter die Lupe
Wir haben die häufigsten Mängel zusammengefasst

18

WKO Event-Kalender
Die wichtigsten Termine & Seminare auf einen Blick

19



ALEXANDER SMUK im Interview

Gremialobmann Versand-, Internet- und Allgemeiner Handel der Wirtschaftskammer NÖ

Wir brauchen wieder mehr Wertschätzung für Unternehmer

Alexander Smuk ist seit rund fünf Jahren Gremialobmann des “Versand-, Internet- und allgemeinen Handels” der WKNÖ. Seine Kammerlaufbahn begann jedoch schon 2012. Smuks Ziel ist klar: eine starke Stimme für Unternehmerinnen und Unternehmer zu sein. Auch für unpopuläre Themen, wenn sie dem Wohl der Betriebe dienen, wird er sich weiterhin einsetzen.

Herr Smuk, warum engagieren Sie sich in der Wirtschaftskammer?

“Mir war es immer wichtig, die Interessen der Unternehmerinnen und Unternehmer bestmöglich zu vertreten - aber auch Ideen und Wünsche einzubringen. Ich versuche, eine starke Stimme zu sein, auch wenn es um Themen geht, die nicht jedem gefallen. Wenn es dem Unternehmertum hilft, ist es richtig und nützt allen - dem Arbeitgeber, dem Arbeitnehmer und schlussendlich auch dem Staat.”

Wie sehen Sie die aktuelle Situation für Unternehmer?

“Es ist keine einfache Zeit. Aber ich sehe ein erstes kleines Licht am Ende des Tunnels. Es beginnt ein neues Verständnis: dass Leistung nicht selbstverständlich ist. Dass der Unternehmer oft mehr gibt, als man sieht - Verantwortung trägt, Risiken eingeht, für seine Mitarbeiter da ist und sein eigenes Wohl hintanstellt. Diese Leistung muss wieder mehr geschätzt werden.”

Wo sehen Sie aktuell große Baustellen?

“Die Vielzahl an Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften ist ein Problem. Bevor man als Unternehmer eine Sache umsetzen konnte, kommen gefühlt schon drei neue Vorschriften dazu. Oft überholt sich das System selbst und man hat kaum noch Zeit, seiner eigentlichen Arbeit nachzugehen. Wichtig wäre, dass EU, Bund und Land endlich diese

Umfängen auf Sinnhaftigkeit kontrolliert und die Unternehmen bei der Umsetzung unterstützt, anstatt ihnen noch mehr aufzubürden.”

Was haben Sie sich für die kommenden Jahre vorgenommen?

“Wir wollen in einer Klausur einen Fahrplan für die kommenden Jahre erarbeiten. Klar ist: Die Zeit vergeht immer schneller, wir müssen flexibel reagieren - aber auch langfristig denken. Die WKO ist für die Unternehmer da: ob bei juristischen Fragen, arbeitsrechtlichen Herausforderungen oder aktuellen Gesetzesnovellen. Wir kommen auch gerne in die Betriebe vor Ort. Außerdem wollen wir verstärkt unsere Social-Media-Kanäle und das Handelsblatt dafür nutzen, um unsere Mitglieder sichtbar zu machen. Wer Interesse hat, sich zu präsentieren, kann sich bei uns jederzeit gerne melden und wir versuchen, ihn zu berücksichtigen.”

Welche Themen betreffen Ihre Sparte besonders?

“Die Herausforderungen sind vielfältig - aber eines verbindet uns alle: Wir kaufen ein, verkaufen weiter, müssen gesetzliche Vorgaben erfüllen und unsere Produkte bestmöglich vermarkten. Ob stationär oder online - HR-Fragen, Digitalisierung, Markenbildung, das betrifft alle. Deshalb wollen wir wieder verstärkt Berufsgruppen-Stammtische veranstalten, am liebsten bei Mitgliedsbetrieben.”

Was bedeutet Digitalisierung für Sie?

“Digitalisierung ist beides: Notwendigkeit und Chance. Die Vielfalt, die durch Globalisierung entstanden ist, wäre ohne digitale Tools nicht mehr bewältigbar. Früher gab es drei Glühbirnenmodelle - heute Hunderte Varianten mit unterschiedlichen Fassungen, Lichtstärken und Formen. Ohne digitale Unterstützung wäre es unmöglich, das passende Produkt zu finden.”

Was wünschen Sie sich auf politischer Ebene?

“Die Politik - auf EU- wie auf Bundesebene - muss lernen, zu unterscheiden: Zwischen Großkonzernen mit Fremdkapital und kleinen Familienbetrieben, die mit ihrem Privatvermögen wirtschaften. Was ein Konzern mit einem Lächeln nimmt, kann für ein EPU oder KMU das Aus bedeuten. Hier braucht es dringend mehr Verständnis und angepasste Spielregeln.”

Was braucht der Handel in Zukunft?

“Mehr Persönlichkeit. Die Geschichte eines Unternehmens und seiner Produkte wird wieder wichtiger - auch online. Kunden suchen nach Identität, nicht nur nach Angeboten. Durch die massive Reizüberflutung kann ein bewusster, entschleunigter Konsum wieder zum positiven Einkaufserlebnis werden. Und: Durch die Überflutung durch Billigimporte - etwa aus China - tritt die regionale Qualität endlich wieder in den Vordergrund.”



GERALD SPIESS im Interview

Berufsgruppensprecher Versand- und Internethandel der Wirtschaftskammer NÖ

Wir haben in Niederösterreich großartige Onlinehändler – sie verdienen mehr Sichtbarkeit

Seit 2020 ist Gerald Spiess als Berufsgruppensprecher für den Versand- und Internethandel in der Wirtschaftskammer Niederösterreich aktiv - und das mit Leidenschaft. Besonders wichtig sind ihm die Vertretung kleinerer, regionaler Händler und die Weiterentwicklung der Lehrlingsausbildung im Bereich Onlinehandel. Im Gespräch mit dem Handels.Blatt gibt er Einblick in seine Arbeit, Herausforderungen und die Pläne für die kommenden Jahre.

Herr Spiess, wie sind Sie zu Ihrer Rolle gekommen?

“Ich bin seit 2020 in meiner aktuellen Funktion. Gerade im Onlinehandel ist es mir wichtig, dass auch kleinere, regionale Händler eine starke Stimme bekommen. Viele unterschätzen, was auf uns zukommen würde, wenn es unsere Interessensvertretung nicht gäbe - etwa bei EU-Richtlinien, die oft zuerst auch bei uns landen. Wir können vieles abfedern, auch

wenn wir nicht alles verhindern können.”

Was liegt Ihnen in Ihrer Funktion besonders am Herzen?

“Mein Herzensprojekt ist ganz klar die Lehrlingsausbildung. Ich war eine Zeit lang gemeinsam mit einem Kollegen aus Salzburg bundesweit für den E-Commerce-Lehrberuf zuständig. Zeitlich war das irgendwann nicht mehr machbar, aber ich bin nach wie vor als Prüfer aktiv - und bei uns in Niederösterreich ist das Thema fixer Bestandteil der Berufsgruppe. Es ist mir ein großes Anliegen, dass Lehrlinge eine gute Ausbildung bekommen und Betriebe das Potenzial erkennen, das in ihnen steckt.”

Der Lehrberuf E-Commerce-Kaufmann ist jung. Wie sieht es mit der Ausbildung in der Praxis aus?

“Es gibt leider wenige Betriebe, die diesen Lehrberuf ausbilden - oft, weil der Beruf noch zu wenig bekannt ist.

Viele denken auch, sie könnten das nicht - dabei ist es keine Hexerei. Jeder Betrieb, der in irgendeiner Form im Onlinehandel tätig ist, kann ausbilden. Es muss kein reiner Onlinehändler sein - große Unternehmen wie Metro oder druck.at machen das bereits sehr erfolgreich. Aber auch kleine Onlinehändler können sehr gute Ausbildungsplätze anbieten. Man bildet hier moderne, kaufmännische Mitarbeiter aus. Und die benötigt jedes Unternehmen.”

Was sind Ihre Pläne für die kommenden Jahre?

“Wir hatten in den letzten fünf Jahren eine sehr intensive Aufbauarbeit. Viele Servicedienstleistungen wurden etabliert, aber sie werden oft noch zu wenig genutzt. Deshalb ist es mein Ziel, den Mitgliedern sichtbarer zu machen, was die Kammer für sie tut - und tun könnte. Wir bieten Onlineseminare, Infoveranstaltungen, Branchentreffs - aber das

muss auch angenommen werden. Wir fördern für unsere Mitglieder auch Wifi-Kurse, was leider wenig genutzt wird.”

Gibt es bestimmte Projekte, die Sie weiter ausbauen möchten?

“Ja, da gibt es einiges. Wir haben als einziges Bundesland ein eigenes E-Commerce-Büro in der Wirtschaftskammer etabliert. Da sind wir in Niederösterreich absoluter Vorreiter. Ein großes Dankeschön an Jacqueline Eder, die hier großartige Arbeit leistet und die Unternehmen, aber auch uns Funktionäre hervorragend unterstützt. Mit Formaten wie dem Info.Channel oder dem Blau-gelben Onlinehändler wollen wir nicht nur Wissen vermitteln, sondern inspirieren und zeigen, wie vielfältig und stark die NÖ Onlinehandels-Szene ist. Es muss nicht immer Amazon sein - wir haben großartige Unternehmer vor Ort. Hier wollen wir noch viel sichtbarer werden.”

Wie sehen Sie die aktuelle Lage für regionale Onlinehändler?

“Unsere Händler sind sehr kreativ und innovativ. Was ihnen zu schaffen macht, sind drei große Themen: der zunehmende Druck aus Asien, die Bürokratie und die allgemeine Marktdynamik. Besonders kleinere Betriebe fühlen sich da oft überfordert. Aber wer eine Nische besetzt, wer Qualität liefert und gut positioniert ist, hat gute Chancen sehr erfolgreich zu werden.”

Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

“Ich wünsche mir, dass mehr Unternehmer erkennen, dass sie Teil einer starken Gemeinschaft sind - und dass sie das Angebot der WKNÖ aktiv nutzen. Und ich wünsche mir, dass wir als Gesellschaft bewusster konsumieren und auch den regionalen Onlinehandel mehr wertschätzen. Denn sie sind da, sie machen großartige Arbeit - man muss nur hinschauen.”



WOLFGANG LINDNER im Interview

Wolfgang Lindner, Gremialobmann-Stellvertreter der Fachgruppe Versand-, Internet- und allgemeinen Handels in der WKNÖ

Wir müssen den Unternehmern den Rücken stärken

Wolfgang Lindner ist seit rund fünf Jahren in der Wirtschaftskammer Niederösterreich aktiv und engagiert sich seit Beginn seiner zweiten Periode als Funktionär, nun auch Gremialobmann-Stellvertreter. Seine Erfahrungen bringt er aus der Praxis mit: Er führt ein Unternehmen im Bereich Kälte- und Klimatechnik, ist schwerpunktmäßig in der Mechatronik tätig und betreibt neben dem Maschinenverkauf auch einen eigenen Internethandel.

Wieso sind Sie in der Wirtschaftskammer aktiv?

„Ich komme aus dem echten Alltag - und weiß, wo der Schuh drückt. Genau deshalb ist es ein großes Anliegen für mich, Unternehmer in ihrer täglichen Arbeit zu unterstützen. Dabei geht es mir nicht nur um wirtschaftliche Zahlen, sondern um das große Ganze. Gerade kleine und mittlere Betriebe sind mit einer Vielzahl an Vorschriften und Auflagen

konfrontiert - oft fehlt einfach die Zeit, sich durch all diese rechtlichen Anforderungen zu kämpfen. Ein Beispiel dafür ist die europäische Vorgabe, wonach Verpackungen nicht mehr als 40 % Leervolumen enthalten dürfen. Das klingt auf den ersten Blick sinnvoll - und natürlich will niemand unnötiges Verpackungsmaterial. Aber wenn ich als kleines Unternehmen beispielsweise Kugelschreiber verschicke, lässt sich das in der Praxis kaum umsetzen.“

Wo sehen Sie Schwierigkeiten gerade für kleine Betriebe in Bezug auf neue Verordnungen und bürokratische Hindernisse?

„Für große Unternehmen mit eigenen Abteilungen ist es einfacher die Vielzahl an neuen Verordnungen auch rasch umzusetzen - im KMU-Bereich muss sich oft der Chef selbst darum kümmern. Man hat fast das Gefühl, man muss Jurist sein, um alles richtig zu ma-

chen. Genau hier sehe ich die Verantwortung der Wirtschaftskammer. Wir müssen ein verlässlicher Ansprechpartner sein. Ob telefonisch, in der persönlichen Beratung oder über unsere Website - wir bieten viele Informationsquellen. Wichtig ist aber auch, dass man weiß, an wen man sich wenden kann. Wenn ich selbst das Problem nicht lösen kann, weiß ich aber an wen ich den Unternehmer weiterleiten kann und damit ist ihm dann auch geholfen. Wir lassen die Leute nicht alleine mit ihren Problemen.“

Was sind Ihre Pläne für die kommenden Jahre in Ihrer neuen Funktion in der Wirtschaftskammer Niederösterreich?

„Als Gremialobmann-Stellvertreter setze ich mich besonders für den direkten Austausch mit den Unternehmern ein. Die Berufsgruppenstammtische sind ein ideales Format,

um Betriebe noch besser miteinander zu vernetzen.

Da erfährt man, wie andere mit Herausforderungen umgehen, bekommt Anregungen - und manchmal ergeben sich auch ganz praktische Kooperationen. Oft hat zum Beispiel jemand ein Abfallprodukt, das ein anderer wiederum gerade gut gebrauchen kann. Außerdem ist das gemeinsame Gespräch wichtig - man kann sich austauschen und merkt vielleicht auch, dass man mit vielen Problemstellungen nicht alleine da steht.“

Was muss sich für die Unternehmer ändern?

„Es geht mir nicht nur um konkrete Problemstellungen - sondern auch um den wertschätzenden Blick auf das Unternehmertum selbst. Wir sprechen oft darüber, was Unternehmer alles leisten - aber zu selten darüber, wie selbstverständlich vieles davon genommen wird.“

Was bedeutet das für die Unternehmer selbst?

„Viele Unternehmer können nachts nicht schlafen, weil sie sich Sorgen um ihre Mitarbeiter oder ihr Geschäft machen. Wir müssen wieder mehr Bewusstsein dafür schaffen, dass Unternehmertum Verantwortung bedeutet - und dass diese Verantwortung auch anerkannt gehört. Ich setze mich für mehr Wertschätzung für Unternehmer in ihrer Rolle als Verantwortungsträger ein.“

Wie sieht Ihr Blick in die Zukunft aus?

„Trotz aller Herausforderungen, mir der wir alle konfrontiert sind, bleibe ich sehr optimistisch. Wir haben in Niederösterreich viele engagierte Betriebe, die mit Herz und Verstand arbeiten. Es geht uns gut - und wir alle sollten gemeinsam daran arbeiten, dass das auch weiterhin so bleibt.“



GÜNTER DAXBÖCK im Interview

Berufsgruppensprecher Zoofachhandel der Wirtschaftskammer NÖ

Wir sind Tierliebhaber – das wird oft vergessen

Günter Daxböck ist seit fast zehn Jahren in der Wirtschaftskammer aktiv, seit fünf Jahren als Berufsgruppensprecher des niederösterreichischen Zoofachhandels. Als Unternehmer, Gemeinderat und Familienmensch engagiert er sich mit großer Leidenschaft für eine Branche, die zwischen Tierwohl, Gesetzgebung und zunehmendem Konkurrenzdruck steht.

Herr Daxböck, wie sind Sie zur Wirtschaftskammer gekommen?

“Ein Berufskollege hat mich vor rund zehn Jahren angesprochen, weil sie jemanden gesucht haben, der im Ausschuss mitarbeiten möchte. Ich habe geschnuppert, bin drangeblieben und wollte es auch ernsthaft machen. Seit 2020 bin ich nun Berufsgruppensprecher. Wenn ich etwas mache, dann richtig – das ist mir wichtig. Und gerade in unserer Branche gibt es viel, das man bewegen kann.“

Was sind die größten Herausforderungen im Zoofachhandel?

“Das Tierschutzgesetz – vor allem das Thema Qualzucht – ist ein ständiges Thema. NGOs würden uns am liebsten den Verkauf von Tieren komplett verbieten. Doch das ist nicht realistisch. Ich bin sehr froh, dass wir mit Herrn Andreas Popper einen engagierten Bundesobmann haben, der sich auch auf europäischer Ebene stark macht. Ein Beispiel: Die Diskussion um Schlappohrhasen. Angeblich hören sie schlechter und seien anfälliger für Ohrenentzündungen – deshalb will man ihren Verkauf jetzt verbieten. Ich halte das für überzogen. Wir halten diese Hasen seit Jahren – da war noch nie etwas. Solche Entscheidungen müssen differenziert betrachtet werden.“

Wie stehen Sie persönlich zu strengem Tierschutz?

“Grundsätzlich befürworte ich vieles, was in Richtung artgerechte Haltung

geht. Es gibt ja nicht nur Verbote, sondern auch Gebote. Dass zum Beispiel Reptilienkäufer heute ihre Tiere bei der BH anmelden müssen, ist richtig. Ich gebe Infomaterial mit, erkläre, was zu beachten ist – das Tier soll ja gut gehalten werden. Für Leute, die sich nur ein „Exotenobjekt“ ins Wohnzimmer stellen wollen, wird es schwieriger – und das ist gut so. Auch bei anderen Themen tut sich viel: Korallen etwa werden heute nicht mehr aus dem Meer entnommen, sondern nachgezüchtet. Dank moderner Lichttechnologie wachsen sie besser denn je – und das nachhaltig.“

Welche Themen werden die Branche in den nächsten Jahren beschäftigen?

“Die sogenannte Positivliste wird uns stark beschäftigen. Nur Tiere, die dort gelistet sind, dürfen künftig noch gehandelt werden. Wer nicht draufsteht, fällt raus. Und es ist

kaum möglich, später noch aufgenommen zu werden. Das betrifft nicht nur den Zoofachhandel, sondern auch alle Zulieferer – vom Futter bis zum Zubehör. Ich finde, man muss diese Entwicklungen mittragen, aber auch mitgestalten. Wir Zoofachhändler sind Tierfreunde – das wird oft vergessen. Die meisten Menschen, die ein Tier bei uns kaufen, sind verantwortungsvoll. Unser Ziel muss sein, noch mehr Wissen und Unterstützung zu geben – nicht alles zu verbieten.“

Wie erleben Sie den Wandel in der Branche?

“Das Bewusstsein hat sich stark verändert. Früher hat man auf einer Messe schnell mal ein Reptil für 15 Euro mitgenommen – heute ist das unvorstellbar. Die Kunden wollen mehr Informationen, mehr Beratung – und die bekommen sie bei uns. Wir arbeiten transparent, unsere Tiere und Bedingungen sind sichtbar, wir

haben laufend Kontrollen, etwa vom Amtstierarzt.“

Welche Rolle spielt die Wirtschaftskammer dabei?

“Eine sehr wichtige. Die Kammer hilft uns, Gesetze und Verordnungen zu verstehen und umzusetzen. Sie ist für uns eine starke Partnerin – gerade in schwierigen Diskussionen mit Behörden oder NGOs.“

Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

“Mehr Bewusstsein – auch in der Politik. Der Lebensmittelhandel verkauft mittlerweile ebenfalls Tierfutter und Zubehör, oft zu Preisen, mit denen wir nicht mithalten können. Wir aber bieten Beratung, Erfahrung und verantwortungsvollen Umgang mit Tier und Mensch. Hier wäre eine stärkere Reglementierung wünschenswert – nicht alles gehört in den Supermarkt. Das sollte auch den Kunden wieder bewusster werden.“



THERESA STERN im Interview

Berufsgruppensprecher Altwarenhandel der Wirtschaftskammer NÖ

Die Digitalisierung darf auch im Altwarenhandel nicht mehr vernachlässigt werden...

Theresa Stern ist weiterhin als Berufsgruppensprecherin der Gruppe Altwarenhandel in der Wirtschaftskammer NÖ tätig. Im Gespräch mit dem Handels.Blatt verriet sie, welche Herausforderungen sie in den kommenden Jahren auf ihre Berufsgruppenmitglieder zukommen sieht und was sie als ihre Aufgabe sieht, um die Mitglieder bei der Bewältigung dieser bestmöglich zu unterstützen.

Wie lange sind Sie schon bei der Wirtschaftskammer und wie sind Sie dazu gekommen?

„Ich habe bei einer Wirtschaftskammerwahl geholfen, weil mein Vater der Wirtschaftsbund-Obmann Prinzersdorf war und nach wie vor ist und habe damals gesehen, was die Funktionäre alles machen. Als ich fünf Jahre später selbst Unternehmerin geworden bin, habe ich gewusst, dass ich für meine Sparte dasselbe machen will.“

Welche Themen bewegen Ihre Berufsgruppe gerade besonders?

„Definitiv Digitalisierung - das eigentlich größte Problem ist, dass die Anbieter immer älter, die Kunden immer jünger werden, da gibt es oft ein Kommunikationsproblem. Sicherlich sind nach wie vor viele Leute am Flohmarkt, aber online kaufen auch sehr viele Menschen ein, weil die Barriere viel kleiner ist - selbst wenn es mit Abholung ist. Es werden weniger Anbieter, weil sich viele Jüngere nicht mehr dazu entschließen, das Geschäft zu übernehmen. Einen guten Bestand aufzubauen ist richtig teuer. Wenn man sich auf Jugendstil z.B. spezialisiert, reicht ein Kasterl nicht - da ist man noch kein Altwarenhändler.“

Wie sieht es mit der Digitalisierung im Altwarenhandel aktuell aus?

„Die Kunden werden auch viel, viel jünger, weil der Trend zu Wiederverwendung und Upcycling geht.

Die Qualität und Langlebigkeit von Produkten wird wieder ein viel größeres Thema für unsere Gesellschaft und auch das Bewusstsein hat sich hier geändert. Da muss man auch die Werbung dementsprechend anpassen. Das ältere Publikum darf man dabei aber auch nicht vergessen - das ist ein großer Spagat, den man da schaffen muss.“

Wie kann man als WKNÖ hier die Mitglieder unterstützen?

„Es gibt Online-Werbung für die Jungen durch Social Media und andere Kanäle, da unterstützen wir gerne. Außerdem gibt es zum Beispiel den Bildungsscheck von der WKNÖ generell und wir haben noch eine zusätzliche Förderung von unserer Sparte, um Mitgliedern zu helfen, medienfit zu werden. Ob das jetzt den Umgang mit dem Computer generell betrifft oder auch Schulungen zur Nutzung von Social Media. Das darf auch von den Mitarbeitern verwendet werden

und muss nicht ausschließlich vom Chef gemacht werden.“

Was siehst du für Herausforderungen im Altwarenhandel?

„Eine weitere Challenge ist, dass oft Nachfolger fehlen - da gibt es seit einiger Zeit die Nachfolgebörse der Wirtschaftskammer - da kann man sein Unternehmen zur Übernahme anbieten. Wir möchten damit ermöglichen, dass tolle Firmen, die mit viel Mühe und Arbeit aufgebaut wurden, weitergeführt werden können.“

Was sind Ihre Pläne für die nächsten Jahre?

„Ich möchte eine Möglichkeit schaffen, wo sich Mitglieder austauschen können - einen Berufsgruppenstammtisch. Viele wissen nicht, was die Kammer alles für sie macht bzw. machen würde. Wir möchten auch gerne wieder Altwarenhändler vor den Vorhang holen - wer da wieder dabei sein möchte, kann sich gerne gleich direkt bei mir melden!“

Kontakt: info@theresastern.at





SEBASTIAN PASS im Interview

Berufsgruppensprecher Werbeartikelhandel der Wirtschaftskammer NÖ

Werbeartikel sind ein unterschätzter Türöffner

Seit 2004 ist Sebastian Pass selbstständig. Nach seiner Zeit bei der Jungen Volkspartei kam er über das Mentoringprogramm des Wirtschaftsbundes zur Wirtschaftskammer - heute ist er Berufsgruppensprecher des NÖ Werbeartikelhandels. Sein Ziel: die Branche stärken, vernetzen und fit für die Zukunft machen.

Herr Pass, wie sind Sie zur Wirtschaftskammer gekommen?

“Ich war zuerst bei der JVP aktiv und bin dann über das Mentoringprogramm des Wirtschaftsbundes zur Wirtschaftskammer gekommen. Seit 2015 war ich in meiner ersten Periode als stellvertretender Gremialobmann tätig. Damals gab es den Werbeartikelhandel als eigene Branche noch gar nicht - viele Betriebe waren im allgemeinen Handel oder in Kategorien wie Spiel, Sport oder Bijouteriewaren erfasst. Mir war es ein großes Anliegen, dass unsere Branche offiziell aufscheint - mittlerweile ist

das auch bundesweit umgesetzt.”

Was war dafür notwendig?

“Es hat einige Jahre gebraucht, bis der Werbemittelhandel auf dem Einreichungsbogen der WKÖ als eigene Berufsgruppe angeführt wurde. Das war ein wichtiger Schritt für die Sichtbarkeit und Relevanz der Branche. Was ich mir noch wünsche, ist mehr Engagement und Rückmeldung von den Kollegen. Gerade wenn es um Themen wie Verpackungsverordnung oder gemeinsame Branchenlösungen geht, ist das essenziell.”

Können Sie ein Beispiel nennen?

“Ein gutes Beispiel ist unsere Initiative mit der ARA zur Verpackungsentsorgung. Wir wollten eine Branchenlösung finden, aber von über 500 Betrieben hat es fünf oder sechs Rückmeldungen gegeben. So funktioniert das nicht - wir als Kammer tun gern etwas für euch, aber das geht nur im Dialog.”

Was funktioniert gut - gerade in Niederösterreich?

“In Niederösterreich klappt die Zusammenarbeit deutlich besser. Ein Erfolgsprojekt ist zum Beispiel GoGimmick - eine Imagekampagne für den regionalen Werbemittelhandel. Über die Plattform können Kunden lokale Händler finden. Kombiniert wurde das mit Werbung auf Kronehit, MeinBezirk.at, Facebook und Instagram. Tirol hat bereits erste Elemente übernommen - das zeigt, dass wir hier als Bundesland oft eine Vorreiterrolle übernehmen.”

Welche Herausforderungen gibt es aktuell für Werbeartikelhändler?

“Unsere Branche ist mit vielen anderen verwoben - etwa mit Textilien, Kosmetik oder Elektrogeräten. Damit einher gehen unzählige rechtliche Vorgaben: Bio-Zertifizierungen, Kosmetikverordnung, Elektroschrott, das alles muss man als kleiner Händler stemmen. Nehmen wir biologisches

Studentenfutter als Beispiel: Wenn ich das als Agentur bei einem Werbemittelhändler bestelle, der es direkt vom Produzenten liefern lässt, brauchen beide eine Bio-Zertifizierung.”

Wie steht Österreich im Vergleich zum Nachbarland Deutschland da?

“Österreich war lange der Blinddarm von Deutschland - so wurde es oft gesehen. In Deutschland sind viele Händler gut vernetzt, es gibt starke Verbände und eine bedeutende Messe, die PSI. Umso mehr freut es mich, dass wir als WKÖ nun in der Prüfungsphase bei der EAC, der European Association of Communication, dabei sind. Viele Herausforderungen, gerade im Bereich Normen und Vorgaben, lassen sich nur auf europäischer Ebene lösen.”

Was möchten Sie in den kommenden Jahren bewegen?

“Ich möchte die europäische Vernetzung stärken, das Image des Wer-

beartikelhandels weiter heben und auch schauen, was sich bundesweit tut. Niederösterreich hat oft eine Vorreiterrolle - das ist gut so. Aber man muss nicht alles neu erfinden. Wichtig ist auch die Erreichbarkeit: Wie schaffen wir es als WKÖ, unsere Betriebe besser zu informieren, sie mitzunehmen, sichtbar zu machen?”

Was macht Werbeartikel für Sie so besonders?

“Wenn man 5 Euro für einen Kundenkontakt in einen Werbeartikel investiert, ist das oft viel nachhaltiger als eine unkontrollierbare Onlinenkampagne. 5.000 Euro für digitale Werbung - das ist schnell verpufft.”

Aber 5.000 Euro in haptische, durchdachte Werbegeschenke investiert?

“Das sind 1.000 Kontakte mit persönlichem Touch. Werbeartikel sind ein direkter Draht zum Kunden - mit viel mehr Wirkung, als viele denken.”



ALEXANDER MLINEK im Interview

Berufsgruppensprecher Altwarenhandel der Wirtschaftskammer NÖ

Für mehr Fairness im Blumengroßhandel

Seit mehreren Jahren engagiert sich Alexander Mlinek in der Wirtschaftskammer Niederösterreich als Berufsgruppensprecher für den Blumengroßhandel. Dabei setzt er sich unter anderem für fairen Wettbewerb, mehr Zusammenarbeit innerhalb der grünen Branchen und bessere politische Rahmenbedingungen ein. Der Druck auf die Branche ist hoch und gleichzeitig ist das Potenzial nach wie vor groß.

Herr Mlinek, wie sind Sie zur Wirtschaftskammer gekommen?

“Ich bin ursprünglich ins Gremium gekommen, weil es mir wichtig war, mich für meine Grüne Branche einzusetzen. Besonders spannend finde ich die Synergien zwischen Blumengroßhandel und Gartencentern. Mein Ziel ist es, Brücken zu anderen grünen Branchen zu schlagen denn wenn wir zusammenarbeiten, können wir viel mehr erreichen. Ein gutes Beispiel ist der Floristen

Lehrlingswettbewerb in Tulln. Dort unterstützen und sponsern wir, was auch für unseren Bereich eine tolle Werbefläche ist.”

Wie geht es den Unternehmern im Blumengroßhandel aktuell?

“Die wirtschaftliche Gesamtsituation ist natürlich herausfordernd. Aber ein besonderes Problem ist die enorme Überproduktion, dadurch landen viele Billigblumen in Supermärkten, wo es keine Einnahmequelle, sondern oft eine reine Aktionsware ist. Für unsere Branche ist das insgesamt schädlich, weil es die Wertigkeit von Blumen untergräbt.”

Wo sehen Sie trotzdem Chancen für den heimischen Blumengroßhandel?

“In der Qualität, in der Flexibilität und im persönlichen Umgang. Kleine und mittelgroße Großhändler sind oft schneller und präziser, wenn es um die Beschaffung von spezieller Ware geht. Auch der direkte Kontakt, das

Ansehen und Angreifen dieser schnell verderblichen Ware ist ein echter Vorteil. Das sieht man im Vergleich zum Onlinehandel: Große holländische Anbieter verkaufen mittlerweile direkt an Blumengeschäfte über Plattformen mit dem Ziel, kleinere Großhändler auszuschalten. Aber Blumen sind keine Socken. Es geht um eine verderbliche Ware, man muss sie sehen, prüfen, lagern, transportieren. Online ist das schwieriger. Genau da liegt auch wieder eine Chance für die Händler mit persönlichem Kontakt.”

Welche Rolle spielt der Onlineverkauf im Blumengroßhandel und was birgt dieser für Risiken?

“Es gibt große Anbieter, auch aus Deutschland, die den Onlineverkauf enorm pushen. Sie betreiben Shops, lassen die Ware vom selben Lieferanten zustellen aber der Zwischenhändler soll umgangen werden. Auch beklagen viele Blumenfachgeschäfte

das undurchsichtige Preislabyrinth des Onlinehandels. Speziell bei der Preisgestaltung einer einzelnen Ware: ob Lieferung, Abholung oder direkter Kauf aus dem LKW - ein und die selbe Blume, immer ein anderer Preis. Auch der Bedarfsartikelhandel ist mittlerweile ein riesiger Markt und speziell die Discounter drängen auch hier hinein. Zu Verkaufsstärken Zeiten, Saisons wie Weihnachten, wird das Angebot immer größer. Das schwächt ebenfalls den Umsatz der Großhändler und automatisch auch der Blumengeschäfte.”

Was wünschen Sie sich für die kommenden Jahre für Ihre Berufsgruppe?

“Mehr Fairness, faire Preise, fairen Wettbewerb. Und auch politische Rückendeckung. In vielen Ländern gibt es dieses Warenchaos nicht. Viele Geschäfte konzentrieren sich auf ihr Kerngeschäft und damit ist Platz für jeden. Ich wünsche mir

mehr Unterstützung, auch in Richtung Konsumentenbewusstsein. Aber auch die Rahmenbedingungen müssen weiterhin geschützt werden, um die Kompetenz der Mitarbeiter gewährleisten zu können, nicht nur für unsere Branche, sondern für viele.”

Was passiert, wenn das nicht gemacht wird und sich dieser Trend fortsetzt?

“Die Vielfalt und Qualität der Ware oder der Leistung wird sonst wohl darunter leiden. Trotzdem bin ich stolz, in so einem vielfältigen Beruf zu arbeiten und mich für die Branche einzusetzen.”

RUMZENTRUM BADEN

Wie aus 200 Flaschen ein florierender Onlinehandel wurde



Rumzentrum Baden



Was mit einem Keller voller Rumflaschen und keinerlei Erfahrung in der Spirituosenwelt begann, ist heute einer der führenden Onlinehändler für Premium-Rum im deutschsprachigen Raum. Das Rumzentrum in Baden verkauft nicht nur Rum, sondern veranstaltet mittlerweile auch eigene Festivals und betreibt ein Geschäft mit Verkostungsraum - letzterer ist Monate im Voraus ausgebucht.

Hinter dem Projekt stehen Nicolas Hold, Dominik Gschiegl, Christian Seidl und ihr Team, ursprünglich aus der Werbebranche. „Wir haben damals für einen Kunden aus der Tischlereibranche Werbematerial gemacht - der hat als Hobby Rum

„ Es ist wie Parfum – man kann
es riechen, erleben, entdecken. “

gesammelt und hatte **200 Flaschen aus aller Welt** zuhause. Als er in Pension ging, hat er uns gefragt, ob wir das übernehmen wollen“, erinnert sich Hold. Erfahrung mit Rum hatte damals keiner von ihnen. Doch die Idee ließ sie nicht los.

„Wir hatten keine Ahnung von Rum, aber wir wussten, dass wir in der Werbebranche nicht alt werden wollen“, erzählt Hold. Also kamen die Flaschen ins Kellerbüro, und weil wir sie nicht einfach liegen lassen konnten, entstand ein **Onlineshop**. Der Einstieg ins Spirituosengeschäft war gemacht.

Mit dem Shop kamen auch die **ersten Anfragen**: Kundinnen und

Kunden wollten die Rums vor dem Kauf sehen. Also wurde kurzerhand ein Verkaufsraum im Büro eingerichtet – inklusive improvisierter Beratung durch die Grafikerin, deren Begeisterung sich damals in Grenzen hielt. Die Mischung aus Agenturalltag und Rumverkauf funktionierte nicht – und so wurde ein eigenes Geschäft in Baden eröffnet.

Über die Jahre wurde dieses stetig erweitert. Ein Highlight ist heute der **Verkostungsraum**, der regelmäßig ausgebucht ist. Professionelle Rumexperten führen heute durch die Verkostungen. Die Nähe zur Veranstaltungsbranche kam dem Rumzentrum zusätzlich zugute: Es entstanden zwei Whisky Festivals,

eines in der Ottakringer Brauerei und eines im Museumsquartier und ein Rumfestival und ein Ginfestival und ein Tequilafestival in Wien.

Während der **Pandemie** erlebte der Spirituosenmarkt einen Boom, insbesondere online. Der stationäre Handel kann beim Preis oft nicht mithalten – der internationale Einkauf, etwa aus Spanien, verschafft dem Rumzentrum Vorteile, die sich im Preis widerspiegeln.

„Viele denken, der Supermarkt ist günstiger – aber das Gegenteil ist der Fall. Unsere Produkte sind **hochwertiger und oft deutlich günstiger**“, sagt Hold. Der Markt sei jedoch in Bewegung: Jüngere Zielgruppen

trinken weniger, Konsumenten greifen zu günstigeren Produkten. „Das setzt uns unter Druck – der Aufwand für jedes Produkt bleibt gleich, egal ob es 30 oder 100 Euro kostet.“

Zudem sei das Geschäftsmodell für Banken schwer greifbar. Spirituosen sind teuer, das Lager muss langfristig geplant und vorfinanziert werden, Kredite sind daher oft schwer zu bekommen, den Banken fehle es aber an vergleichbaren Unternehmen, weshalb die Kalkulation für sie schwieriger sei. „Wir sind kein Blumenladen, ich kann nicht täglich neue Ware holen. Eine Rumflasche von Mauritius braucht Planung“, so Hold. Trotz aller Hürden glaubt er an das Potenzial. „Rum hat das **größte**

Geschmacksspektrum aller Spirituosen. Es ist wie Parfum – man kann es riechen, erleben, entdecken.“ Der österreichische Markt ist noch in Entwicklung. In Ländern wie Frankreich oder Italien sind Premium-Spirituosen längst Teil der Kultur, in Österreich gelten hochwertige Rums oft als exotisch.

Umso mehr will das Team vom Rumzentrum Bewusstsein schaffen, mit Beratung, mit Events und mit Begeisterung für das Produkt: „Viele jammern, dass es keine regionalen Händler mehr gibt – kaufen dann aber beim Handelsriesen. Es könnte coole Spirituosenhändler geben, man muss sie nur unterstützen und auch bei ihnen einkaufen.“



BARRIEREFREIHEITSGESETZ: WAS WEBSHOP-BETREIBER AB 28. JUNI 2025 BEACHTEN MÜSSEN

Pflichten, Ausnahmen und Empfehlungen für den E-Commerce

Mit 28. Juni 2025 tritt das neue **Barrierefreiheitsgesetz (BaFG)** in Kraft - es setzt die europäische **Barrierefreiheitsrichtlinie (RL 2019/882)** in nationales Recht um.

Ziel: Produkte und Dienstleistungen - auch im digitalen Raum - für Menschen mit Behinderungen besser nutzbar zu machen.

Was bedeutet das für Onlinehändler und Dienstleister?

Kurz gesagt: Webshops, Buchungsplattformen, Apps und vergleichbare Online-Dienstleistungen, die ab 28.06.2025 für Verbraucher angeboten werden, müssen barrierefrei gestaltet sein - ausgenommen sind Kleinstunternehmen.

Konkret betroffen sind unter anderem:

- Webshops im E-Commerce
- Online-Buchungsplattformen (z. B. Reise- und Hotelportale)

Online-Terminvereinbarungssysteme

- Apps mit Verkaufs- oder Vertragsfunktionen
- Digitale Mitgliedschaften oder Abo-Modelle
- E-Book-Plattformen und Verlagsangebote

Ausnahmen für Kleinstunternehmen

Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitenden und einem Jahresumsatz bzw. einer Bilanzsumme unter 2 Millionen Euro sind ausgenommen - zumindest solange sie diese Schwelle nicht überschreiten.

Tipp: Wer wachsen möchte, sollte die Barrierefreiheit dennoch frühzeitig mitdenken - eine spätere Nachrüstung kann deutlich aufwendiger und kostspieliger sein.

Was bedeutet „barrierefrei“ konkret? Barrierefreiheit umfasst weit mehr als große Schrift und kontrastreiche Farben. Websites und Apps müssen so gestaltet sein, dass sie:

- über verschiedene Sinne wahrnehmbar sind (z. B. visuell und auditiv)
- verständlich aufgebaut sind (Navigation, Sprache, Struktur),
- mit Hilfstechnologien (z. B. Screenreadern) kompatibel sind,
- Informationen über die Nutzung und Funktionen in zugänglicher Form bieten.

Erklärung zur Barrierefreiheit ist Pflicht

Jeder betroffene Dienstleistungserbringer - also z. B. Webshop-Betreiber - muss eine „Erklärung zur Barrierefreiheit“ bereitstellen.

Diese muss enthalten:

- Eine allgemeine Beschreibung der Dienstleistung (z.B. des Webshops) in einem barrierefreien Format.
- Beschreibungen und Erläuterungen, die zum Verständnis der Durchführung der Dienstleistung erforderlich sind (z.B. Erklärung, wie ein Vertrag über den Webshop

abgeschlossen werden kann, ggf. durch Verlinkung auf eine andere Shop-Seite, auf der barrierefreie Informationen zum Vertragsabschluss zu finden sind).

- Eine Beschreibung, wie die Dienstleistung die Barrierefreiheitsanforderungen erfüllt, inkl. Auflistung und Begründung, welche Teile der Dienstleistungen nicht oder nur teilweise barrierefrei sind.”
- Diese Erklärung sollte gut sichtbar auf der Website platziert sein - ein eigener Menüpunkt oder Footer-Link wird empfohlen.

- Bereits bestehende Webshops müssen ebenfalls angepasst werden - es gibt diesbezüglich keine Übergangsfrist (Ausnahme: Kleinstunternehmen).
- Bereits veröffentlichte PDF-Dateien oder Videos (vor dem 28.06.2025) sind nicht betroffen, wenn sie nicht überarbeitet werden.
- Selbstbedienungsterminals dürfen noch bis 28.06.2040 weiterverwendet werden (max. aber bis 20 Jahre nach der Erstinbetriebnahme), sofern sie vor dem 28.06.2025 in Betrieb waren.

Übergangsregelungen und Ausnahmen



Ein Muster für die
Barrierefreiheitserklärung
finden Sie hier



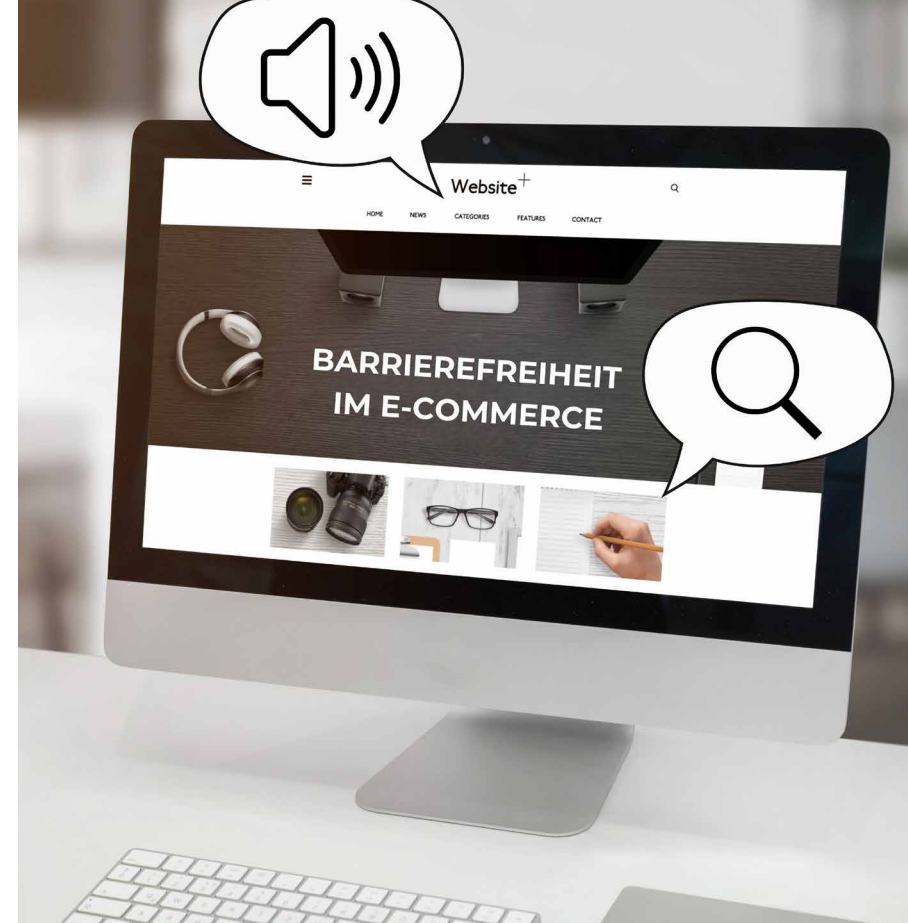
Grundlegende Veränderungen und unverhältnismäßige Belastungen

Würde die Einhaltung einzelner Barrierefreiheitsanforderungen zu einer grundlegenden Veränderung des Produkts bzw. der Dienstleistung führen oder eine unverhältnismäßige Belastung darstellen, kann sich ein Wirtschaftsakteur auf die vorgesehenen Ausnahmetatbestände berufen (§§ 17 und 18 BaFG).

Ob eine grundlegende Veränderung oder unverhältnismäßige Belastung vorliegt, muss der Wirtschaftsakteur (z.B. Webshop-Betreiber) selbst beurteilen. Von einer grundlegenden Veränderung ist insbesondere dann auszugehen, wenn der ursprüngliche, intendierte Zweck eines Produkts oder einer Dienstleistung nicht mehr erreicht wird. Bei der Prüfung, ob eine unverhältnismäßige Belastung vorliegt, sind die Kriterien der Anlage 4 des BaFG heranzuziehen.

Die Ergebnisse dieser Beurteilungen sind 5 Jahre lang aufzubewahren. Zusätzlich sind Informationen darüber an das Sozialministeriumservice zu übermitteln. Dienstleistungserbringer, die sich auf eine unverhältnismäßige Belastung berufen, müssen ihre Beurteilung mindestens alle fünf Jahre erneut durchführen.

Bei Verstößen drohen empfindliche Strafen – aber erst nach einer Abmahnung. Die Marktüberwachung liegt beim Sozialministeriumservice. Bei Nicht-Einhaltung drohen Geldstrafen von bis zu 80.000 Euro. Dem Grundsatz „Beraten vor strafen“ wird aber eine besondere Bedeutung beigemessen. Beschwerden können an die Monitoringstelle eingereicht werden.



Fazit: Barrierefreiheit wird Pflicht - und Chance zugleich

Was heute noch als technische oder rechtliche Herausforderung empfunden wird, ist morgen Standard. Barrierefreiheit erhöht nicht nur die rechtliche Sicherheit - sondern verbessert auch die Nutzerfreundlichkeit für alle Kunden. Die Wirtschaftskammer steht Ihnen als Ansprechpartner zur Verfügung - mit Informationsangeboten, individueller Beratung und Praxistipps zur Umsetzung.



GÜNTER DAXBÖCK AUF DER HEIMTIERMESSE WIEN: Austausch, Eindrücke und Innovationen

Berufsgruppensprecher der Sparte Zoofachhandel NÖ, Günter Daxböck, war auf der diesjährigen Heimtiermesse in Wien unterwegs. Dort nutzte er die Gelegenheit, sich intensiv mit Berufskollegen auszutauschen, Betriebe aus Niederösterreich zu besuchen und sich über aktuelle Trends und Innovationen in der Heimtierbranche zu informieren. Von neuen Produktentwicklungen über nachhaltige Futtermittel bis hin zu innovativem Zubehör - die Vielfalt

der präsentierten Neuheiten zeigte einmal mehr, wie dynamisch sich der Heimtiermarkt entwickelt. Für Daxböck war der Besuch auch ein wichtiges Zeichen der Vernetzung innerhalb der Branche: „Gerade in Zeiten wachsender Herausforderungen ist der persönliche Kontakt und der direkte Austausch untereinander besonders wertvoll.“





1. Klasse des Zoofachhandels der LBS Theresienfeld zu Besuch im Tierschutzhaus Vösendorf

Am 17. März 2025 unternahm die erste Klasse des Zoofachhandels der Landesberufsschule Theresienfeld einen spannenden Lehrausgang ins Tierschutzhaus Vösendorf. Der Besuch bot den angehenden Zoofachhändlern wertvolle, praxisnahe Einblicke in die Herausforderungen und die Verantwortung rund um die Tierhaltung. Das von Tierschutz Austria betriebene Haus in Vösendorf beherbergt derzeit

rund 300 Hunde, 300 Katzen, 874 Kleintiere, 62 Ziervögel, 180 Reptilien und 38 Huftiere - alle auf der Suche nach einem neuen Zuhause. Diese beeindruckende Vielfalt machte deutlich, welche Folgen unüberlegte Tieranschaffungen haben können und wie wichtig fundierte Beratung im Zoofachhandel ist. Die Schülerinnen und Schüler lernten wesentliche Grundlagen der artge-

rechten Haltung kennen - sowohl im Handel als auch im privaten Umfeld. Mit großem Interesse und vielen Fragen zeigten sie ihr Engagement, das durch die fachkundige Führung von Stefan Scheidl unterstützt wurde. Die Wirtschaftskammer Niederösterreich, Handelskammerngruppe 4, übernahm die Buskosten und ermöglichte so diesen lehrreichen und eindrucksvollen Ausflug.



EAC Summit 2025: Internationale Bühne für die Werbeartikelbranche

Die europäische Werbeartikelbranche bekommt 2025 ein neues, starkes internationales Format:

Der erste EAC International Leadership Summit bringt führende Köpfe der Branche in einem exklusiven Rahmen zusammen. Im Mittelpunkt stehen Austausch, Inspiration und Zukunftsgestaltung - mit hochkarätigen Vorträgen, Networking-Gelegenheiten und Diskussionen zu zentralen Themen wie Nachhaltigkeit, digitale Transformation, globale Lieferketten und grenzüberschreitende Rahmenbedingungen.

Ein besonderes Highlight des Summits ist die Keynote von Dr. Sam Potolicchio, einem weltweit gefragten Experten für geopolitische

Trends und Leadership. Potolicchio hat in über 85 Ländern gesprochen - von Oxford, LSE, Cambridge und Yale bis zur Komar-Universität im Irak. Seine Leadership-Kurse an renommierten Institutionen wie Georgetown und der Library of Congress sowie seine Rolle als Präsident des Preparing Global Leaders Forum in Washington D.C. unterstreichen seine außergewöhnliche internationale Relevanz.

Für Mitglieder der WKNÖ-Fachgruppe Werbeartikelhandel gibt es ein besonderes Angebot: Sie können sich ab sofort zum Vorzugspreis von 500 € einen der begrenzten Plätze sichern. Die Teilnahmezahl ist limitiert - eine rasche Anmeldung wird empfohlen.



*Alle Details und den
Registrierungslink
finden Sie im offiziellen
EAC Summit 2025
Registrations Guide*



Backstage: Wir besuchen NÖ Önlinesshops

EIN BLICK HINTER DIE KULISSEN BEI STOFFTIGER

Für den Info.Channel der Wirtschaftskammer Niederösterreich war Jacqueline Eder (E-Commerce-Service, Referentin WKNÖ) bei der Firma Stofftiger zu Gast. Geschäftsführerin Martina Wächter gewährte spannende Einblicke in ihren Arbeitsalltag und zeigte, wie mit Kreativität und einem klaren Konzept Social Media erfolgreich fürs eigene Business genutzt werden kann.



www.stofftiger.at



*Hier geht es zu
unserem Info.Channel*



© Foto Schwarzenegger/www.foto-schwarzenegger.at

FLORISTIK-LEHRLINGSWETTBEWERB IN TULLN: Blumengroßhandel NÖ als starker Partner

Unter dem Motto „Im Frühling zeigt die Natur ihre allergrößten Wunder“ stand der diesjährige Landeslehrlingswettbewerb der Floristen, der im Rahmen der Messe „pool & garden“ in Tulln über die Bühne ging. Mit Kreativität, Fachwissen und handwerklichem Geschick zeigte Niederösterreichs Floristik-Nachwuchs eindrucksvoll, was in ihm steckt. Besonders erfreulich: Die Berufsgruppe Blumengroßhandel der Wirtschaftskammer Niederösterreich

unterstützte den Wettbewerb nicht nur finanziell als Sponsor, sondern war auch vor Ort aktiv mit dabei. Berufsgruppensprecher Alexander Mlinek ließ es sich nicht nehmen, persönlich mitanzupacken und mit vollem Einsatz zum Gelingen der Veranstaltung beizutragen. „Als Blumengroßhändler liegt uns die Ausbildung und Förderung des Floristik-Nachwuchses ganz besonders am Herzen. Die jungen Talente, die wir hier gesehen haben, sind die Zukunft

unserer Branche“, betonte Mlinek. Die Siegerinnen im Überblick: Den Gesamtsieg holte sich Lilli Heuer (Schick Blumenbinder, Wiener Neustadt), gefolgt von Stella Larimar (Gärtnerei Bonigl, St. Pölten) und Hannah Würschinger (Blumenzeit, Sieghartskirchen). Zusätzlich wurden auch in vier Einzelkategorien Preise vergeben - von Trauerarbeit über Strauß und Brautstrauß bis zur Tischgestaltung. Thomas Kaltenböck, Innungsmeister der NÖ Gärtner und

Floristen, zeigte sich begeistert: „Unsere Lehrlinge haben ihr handwerkliches Können und ihr Gespür für Ästhetik eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Wir können stolz auf sie und auf unsere Ausbildungsbetriebe sein.“ Für den Bundeslehrlingswettbewerb im Juni in Innsbruck werden Lilli Heuer, Stella Larimar und Lena Popinger (Vierte der Gesamtwertung) Niederösterreich vertreten. Hannah Würschinger ist zum Zeitpunkt des Wettbewerbs bereits ausgelernt und

darf daher nicht mehr antreten. Die Fachgruppe Blumengroßhandel gratuliert herzlich und bedankt sich bei allen Beteiligten für das große Engagement - ein gelungener Tag im Zeichen des floralen Nachwuchses und der gelebten Branchenpartnerschaft.

VERBRAUCHERSCHUTZ IM ONLINEHANDEL MIT GEBRAUCHTWAREN: EU-Überprüfung zeigt großen Handlungsbedarf

Eine aktuelle Untersuchung der Europäischen Kommission in Zusammenarbeit mit Verbraucherschutzbehörden aus 27 Ländern (darunter Österreich) zeigt: Rund die Hälfte aller überprüften Online-Gebrauchtwarenhändler kommt ihren Informationspflichten gegenüber Konsumentinnen und Konsumenten nicht ausreichend nach. Insgesamt wurden 356 Onlinehändler im Second-Hand-Bereich unter die Lupe genommen - bei 185 davon (52 %) gab es Beanstandungen.

Die häufigsten Verstöße betrafen:

- Mangelnde Information über das 14-tägige Rücktrittsrecht (40 %)
- unklare Hinweise auf das Recht

zur Rückgabe fehlerhafter oder nicht wie beworben funktionierender Ware (45 %)

- die Nicht-Einhaltung der gesetzlichen Mindestgewährleistung (57 %)
- irreführende oder unlautere Geschäftspraktiken, fehlerhafte Preisangaben, unvollständige Unternehmensangaben

Auch „Green Claims“ - also umweltbezogene Werbeaussagen - standen im Fokus: 28 % dieser Aussagen waren entweder irreführend oder nicht ausreichend belegt.

Was bedeutet das für Altwarenhändler in Niederösterreich?

Auch wenn viele Mitglieder ihre Ware stationär verkaufen oder bereits

transparent online agieren, ist der Trend zur Digitalisierung nicht aufzuhalten - und mit ihm steigen die Anforderungen. Die Einhaltung der Informationspflichten ist ein wesentlicher Bestandteil eines rechtssicheren Online-Auftritts.

Die Fachgruppe Altwarenhandel NÖ empfiehlt daher:

Prüfen Sie Ihren Online-Auftritt (Webshop, Plattform oder Social-Media-Verkauf) im Hinblick auf:

- klare Informationen zu Rücktrittsrecht und Rückgabe defekter Ware
- korrekte Angaben zur gesetzlichen Gewährleistung
- vollständige Impressumsdaten, Preisangaben inkl. Steuern

- nachvollziehbare, belegbare Umwelt-Claims

Warum ist das wichtig?

Gebrauchtwaren sind ein zentraler Bestandteil der Kreislaufwirtschaft - umso wichtiger ist es, dass auch in diesem Bereich Konsumentenschutz und Fairness gewahrt bleiben. Die Einhaltung der EU-Verbraucherrechte

schützt nicht nur Ihre Kundinnen und Kunden, sondern auch Ihr Unternehmen vor rechtlichen Folgen. Sollten Sie trotzdem noch Fragen haben, sind wir als Wirtschaftskammer Niederösterreich gerne für Sie da, um Sie ausführlich zu beraten.



Tipp:
Nutzen Sie das Informationsangebot der Wirtschaftskammer! Gerne beraten wir Sie individuell zu Ihren Informationspflichten und unterstützen bei der rechtssicheren Gestaltung Ihres Online-Auftritts.

WKO Event-Kalender



Mo 28 APRIL
Neue Talente finden: Mitarbeitergewinnung durch Social Media (WIFI-Seminar)
3700 Krems



Di 29 APRIL
Frau in der Wirtschaft Infoveranstaltung - Generative künstliche Intelligenz
2320 Schwechat



Di 6 MAI
EL-MOTION 2025: Österreichs größter B2B-Fachkongress zu E-Mobilität
2334 Vösendorf



Do 8 MAI
Erbrecht und Hinterbliebenenleistungen
3100 St. Pölten



Di 13 MAI
KI in der Praxis
2340 Mödling



Mi 14 MAI
Webinar: Social Media Erfolgskurs für den Onlinehandel
ONLINE



Mo 19 MAI
Marketing-Praxis - Teil 1 der BASIS Workshop
ONLINE



Mo 19 MAI
Besser Handeln - Workshop 5: IT Sicher im Unternehmen
3500 Krems



Di 20 MAI
Marketing-Praxis Workshop Teil 2
2020 Hollabrunn



Mi 21 MAI
WKO vor Ort im Rhenus Donauhafen Krems
3500 Krems



Mo 26 MAI
Workshop zum Thema Compliance in der Lieferkette
3100 St. Pölten



Di 27 MAI
Workshop: Mit Instagram durchstarten - Social Media Marketing
2100 St. Pölten



Mi 28 MAI
Generationen-Management
ONLINE



Do 5 JUNI
Künstliche Intelligenz - Betrieblicher Einsatz für EPU und KMU
ONLINE



Di 10 JUNI
Workshop: Offboarding
3100 St. Pölten



Di 10 JUNI
Roadshow-Vortrag zum Thema Cybersicherheit - Lilienfeld
3180 Lilienfeld



Do 12 JUNI
Webinar: In 10 Schritten zu mehr Conversions
ONLINE



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: Tina Jedlicka, promoteME Werbeagentur
Grafik: Marion Luger, Stilfalt Logodesign
Druck und Produktion: DMW Druck- und Medienwerk GmbH, Deutschstraße 9, 1230 Wien

Fotonachweise:

david rudolf, filmpro.at
Armin Klauser
Günter Daxböck
Portraits: David Schreiber / Andreas Kraus
Stofftiger - Martina Wächter
Kessler Werbung / Sebastian Pass
Shutterstock, Tina Jedlicka
Shutterstock, Marion Luger