



Weil's nicht egal ist, wie wir handeln.

SICHER.HANDELN

Produktsicherheit

Einwegpfand

Haftpflcht

HANDELS.BLATT

INHALT



Produktsicherheitsgesetz

04 + 05

*Was Händler in Zukunft für
Produktsicherheit tun müssen*

Fach-
gruppentag

06 + 07

Betrug

Das war der FGT 2024

*So schützen Sie Ihren
Online-Shop*

08 Einwegpfand

*Wie Sie sich auf 2025
vorbereiten können*

09 INFO.channel

10

*Alles zum Thema Cyber-Security
für Online-Shops*

MK Unit 11

*ist blaugelber
Online-Händler*

Amazon 12

Betriebshaftpflicht wird Pflicht

Suchfunktion 13

*im Online-Shop
wird oft unterschätzt*

EAC 14

Wir sind dabei

Richtig Gießen 16

Was ist zu beachten?

Neue Generationen 19

Was heißt das für die Arbeitswelt?



Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,
liebe Mitglieder,

herzlichen Dank für die sehr zahlreiche Teilnahme am Fachgruppentag. Es war mir - wie jedes Jahr - ein ganz besonderes Vergnügen. Danke, an alle, die gekommen sind und an mein Team, das wieder einmal Unmögliches möglich gemacht hat! Wir haben in diesem Heft eine kurze Nachlese zum Fachgruppentag vorbereitet und Sie finden Informationen zum neuen Produktsicherheitsgesetz, Sie erfahren, was es mit der Haftpflichtversicherung für Amazon auf

sich hat und warum die Suchfunktion maßgeblich am Kaufabbruch beteiligt sein kann. Am INFO.channel erfahren Sie alles über Cyber-Security, und wir sagen Ihnen alles über den kommenden Einwegpfand. Wenn Sie all diese Informationen gerne schneller haben möchten, dann folgen Sie uns auf Facebook und Instagram.

Viel Vergnügen beim Lesen.

*Ihr Alexander Smuk
Gremialobmann*



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

NEUE EU-VERORDNUNG: WAS HÄNDLER IN ZUKUNFT FÜR PRODUKTSICHERHEIT TUN MÜSSEN



Die Verordnung (EU) 2023/988 ist ein neues Gesetz der Europäischen Union, das die Sicherheit von Produkten regelt, die in der EU verkauft werden. Sie wird ab dem 13. Dezember 2024 in allen EU-Ländern gelten und ersetzt ältere Regelungen zur Produktsicherheit.

WEN BETRIFFT ES?

Alle Unternehmen, die Produkte in der EU verkaufen - egal ob groß oder klein, online oder im Geschäft - müssen sicherstellen, dass ihre Produkte sicher für die Verbraucher sind. Die Sicherheitsanforderungen ergeben sich aus speziellen Vorschriften, wie z.B. die Kosmetik-

verordnung für Kosmetika. Wenn es solche Vorschriften nicht gibt, ist die Sicherheit von Verbraucherprodukten nach der neuen Produktsicherheitsverordnung zu beurteilen. Damit will der EU-Gesetzgeber sicherstellen, dass wirklich alle Produkte, die an Endverbraucher in der EU gelangen, keine Gefahr für den Verbraucher darstellen.

WAS IST ZU TUN?

Inwieweit die Produktsicherheitsverordnung für Unternehmen anwendbar ist, hängt davon ab, ob es bereits spezielle Sicherheitsvorschriften für das betreffende Produkt gibt (z.B. Kosmetikverordnung,

Spielzeug-Richtlinie). Daher muss geprüft werden, ob es solche spezielle Vorschriften gibt, die Sicherheitsanforderungen für diese Produkte festlegen.

Ja, es gibt bestehende spezielle Vorschriften, die die Sicherheit meines Produktes regeln: Diese Regelungen sind maßgeblich. Nach diesen speziellen Vorschriften ist zu prüfen, welche Rolle das Unternehmen in der Lieferkette einnimmt: Bin ich Hersteller, Einführer/Importeur oder Händler? Wenn diese Rolle geklärt ist, dann muss das Unternehmen jene Pflichten nach dieser Vorschrift erfüllen, die für diesen Wirtschafts-

akteur vorgesehen sind (Händler -> Händlerpflichten). Zusätzlich sind immer die ergänzenden allgemeinen Vorschriften der Produktsicherheitsverordnung zu beachten.

Nein, es gibt keine speziellen Vorschriften, die die Sicherheit meines Produktes regeln:

Die Produktsicherheitsverordnung ist voll anwendbar. Nach der neuen Verordnung ist zu prüfen, welche Rolle das Unternehmen in der Lieferkette einnimmt: Bin ich Hersteller, Einführer oder Händler? Wenn die Rolle als Wirtschaftsakteur geklärt ist, dann muss das Unternehmen jene Pflichten nach dieser Vorschrift



erfüllen, die für diesen Wirtschaftsakteur vorgesehen sind (Händler -> Händlerpflichten).

WAS ÄNDERT SICH FÜR HÄNDLER?

Grundsätzlich nicht viel: Wenn spezielle Vorschriften bestehen, die die Sicherheit der Produkte regeln, dann mussten Sie sich immer schon an diese Vorschriften halten. Wenn es keine speziellen Vorschriften gibt, dann war die Sicherheit von Produkten auch jetzt schon durch die Produktsicherheitsrichtlinie - in Österreich umgesetzt im Produktsicherheitsgesetz 2004 - geregelt. Händler treffen schon nach der derzeitigen Rechtslage Überprü-

fungs- und Überwachungspflichten, z.B. dürfen sie keine Produkte liefern, von denen sie wissen oder den Verdacht haben, dass sie nicht den Sicherheitsanforderungen entsprechen oder müssen Hinweise auf eine vom Produkt ausgehende Gefährdung weitergeben. Solche Überprüfungs- und Überwachungspflichten sind also nichts Neues.

Gänzlich neu sind die Regelungen über den Fernabsatz: Werden Produkte online im Wege des Fernabsatzes verkauft (z.B. über einen Onlineshop), so müssen im Produktangebot (also z.B. auf der Produktdetailseite im Webshop)

zusätzliche Informationen hinzugefügt werden. Das sind Informationen über den Hersteller und ggf. die verantwortliche Person innerhalb der EU, Informationen über das Produkt (Produktbild, Art des Produkts, Produktidentifikatoren) sowie Warn- und Sicherheitsinformationen. Diese Informationen müssen auch beim Verkauf über Online-Marktplätze (z.B. Amazon) bereitgestellt werden. Viele Online-Marktplätze haben bereits begonnen, diese Informationen einzufordern. Es ist davon auszugehen, dass Produktangebote von den Marktplätzen gesperrt werden, wenn der Marktplatz-Verkäufer diese Informationen nicht vorlegen kann.

Allgemeiner Handel



Wir haben für Sie FAQs zu den Neuerungen im Fernabsatz zusammengestellt:

Hier geht's zu den ganz genauen Informationen



Allgemeines



Pflichten



Tristan Horx

DAS WAR DER FACHGRUPPENTAG IM STIFT MELK: EHRUNGEN, TRENDS & NETZWERKEN

Das war der Fachgruppentag 2024

EIN TAG VOLLER HIGHLIGHTS

Am 20. August haben wir ins beeindruckende Stift Melk eingeladen. Über 120 Unternehmer folgten unserem Ruf und erlebten einen Tag voller Inspiration und Austausch. Los ging's mit einer Führung durch den prachtvollen Marmorsaal und die Stiftskirche - der perfekte Start.

EHRUNGEN IM BESONDEREN AMBIENTE

Der Obmann des Landesgremiums des Versand-, Internet und allgemeinen Handels NÖ, Alexander Smuk, hat in der einzigartigen Atmosphäre des

Barockkellers vier unserer lang-jährigsten Mitglieder geehrt. Seit beeindruckenden 45 Jahren sind Steinmetzmeister Rottensteiner und die Camping Holiday CRC GmbH Teil unserer Gemeinschaft. Besonders stolz sind wir auf die Pirlo Industrial GmbH & Co OG, die uns seit 55 Jahren begleitet. Solche Unternehmen stehen für Beständigkeit und Erfolg - Werte, die gerade in herausfordernden Zeiten wichtiger sind, denn je. Die Geschichten dieser Firmen haben wir in Imagefilmen festgehalten, die bald auf unseren Social-Media-Kanälen zu

sehen sein werden - also bleiben Sie dran und folgen Sie uns!

ZUKUNFT IM FOKUS: TRISTAN HORX ÜBER NEUE ARBEITSWELTEN

Der Vortrag von Trendforscher Tristan Horx war eines der Highlights des Tages. Horx gab uns einen spannenden Einblick in die Entwicklungen, die den Arbeitsmarkt in den nächsten Jahren prägen werden. Besonders der Generationenwechsel spielt dabei eine zentrale Rolle: Während die Babyboomer noch auf Sicherheit und Stabilität setzten, streben Millennials und die Gene-

ration Z nach Flexibilität, Sinnhaftigkeit und einer klaren Trennung von Beruf und Freizeit. Das zu verstehen und darauf zu reagieren, ist essenziell.

Ein weiteres zentrales Thema: der Fachkräftemangel. Horx betonte, dass es heute nicht mehr nur darum geht, gute Gehälter zu bieten. Junge Menschen suchen nach einem Arbeitsplatz, der ihnen Freiheit und Selbstverwirklichung ermöglicht. Konzepte wie Homeoffice, mobiles Arbeiten und Work-Life-Blending sind längst keine Trends mehr, sondern Standard-Erwartungen.





v.l.n.r.: Mirela Weisskopf (Head of E-Commerce Pirlo Dosenprofi GmbH) | Werner Moser (Leitung Vertrieb & Marketing der Pirlo Gruppe) | Andreas Böhm (Werksleitung Pirlo Industrial GmbH & Co OG) | Alexander Mlinek (BGS Blumengroßhandel) | Schörghuber Bettina & Helmut mit Tochter Sofia (Camping.holiday CRC GmbH) | Alexander Smuk (Obmann) | Günter Daxböck (BGS Zoofachhandel) | Theresa Stern (BGS Altwarenhandel) | Johann Rottensteiner sen. (Steinmetz Rottensteiner) | Gerald Spiess (Obmann StV. und BGS Versand/Internethandel)

Wer als Arbeitgeber langfristig erfolgreich sein will, muss sich auf diese Veränderungen einstellen und bereit sein, neue Wege zu gehen. Es wird künftig entscheidend sein, eine Unternehmenskultur zu etablieren, die auf Vertrauen, Flexibilität und individuelle Entfaltung setzt.

Runde auszutauschen, neue Kontakte zu knüpfen und frische Ideen mitzunehmen.

Danke an alle, die dabei waren und ein besonderes Danke an alle, die mitgeholfen haben, den Fachguppentag wieder einmal zu etwas ganz Besonderem zu machen!

NETWORKING IN ENTSPANNTER ATMOSPHÄRE

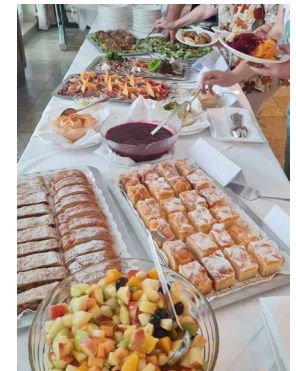
Den Abschluss bildete ein gemeinsames Abendessen im Stiftsrestaurant und lockere Gespräche an der Schirmbar. Es war die perfekte Gelegenheit, sich in ungezwungener

KommR Ing. Alexander Smuk,
Obmann

Mag. Armin Klauser,
Geschäftsführer



v.l.n.r.: BGS Günter Daxböck | BGS Gerald Spiess | Obmann Alexander Smuk



SO SCHÜTZEN SIE IHREN ONLINE-SHOP VOR BETRUG

Online-Handel boomt, doch mit dem Wachstum steigen auch die Risiken. Laut einer Studie von Juniper Research werden die globalen Verluste durch Online-Betrug bis 2025 mehr als 200 Milliarden Dollar betragen. Eine Untersuchung von Crif aus dem Jahr 2023 ergab, dass 94 % der befragten Online-Shop-Betreiber bereits Opfer von Betrug wurden.

HÄUFIGE BETRUGSMASCHEN

1. Identitätsdiebstahl: Betrüger verwenden die persönlichen Daten anderer Personen, um in Ihrem Online-Shop auf deren Kosten einzukaufen. Das geschieht oft durch Phishing oder das Hacken von Kundenkonten. Wenn die Betrüger die Daten direkt aus Ihrem Shop erhalten haben, könnten Sie sogar für den Schaden haften müssen.

2. Das angeblich verlorene Paket: Bei Verlusten während des Transports tragen Sie als Händler das Risiko. Betrüger behaupten häufig, die Ware nicht erhalten zu haben, obwohl sie zugestellt wurde, um eine Erstattung zu erhalten.

3. Missbrauch von Rücksendungen: Einige Betrüger nutzen das Widerrufsrecht aus, indem sie leere Pakete zurücksenden und behaupten, die gekaufte Ware zurückgeschickt zu haben.

4. Ware als Leihgabe
Einige Kunden kaufen Produkte mit der Absicht, sie nach Gebrauch zurückzuschicken.

5. Mehrbestellungen für kostenlosen Versand
Der Kunde bestellt bewusst mehr Produkte, um die Schwelle für kostenlosen Versand zu erreichen,

und sendet die ungewollten Artikel dann zurück.

4. Chargeback-Betrug:
Kunden bestellen Produkte und bezahlen sie mit einer Kreditkarte. Nachdem sie die Ware erhalten haben, fordern sie über den Kreditkartenanbieter eine Rückbuchung mit der Begründung, dass die Transaktion nicht autorisiert war oder die Ware nicht angekommen ist. Dadurch verlieren Sie sowohl die Ware als auch den erhaltenen Betrag.

SCHUTZMASSNAHMEN

Um sich vor Betrug zu schützen, können Sie verschiedene Maßnahmen ergreifen. Durch die Kombination dieser Maßnahmen können Sie das Risiko eines Betrugs erheblich reduzieren und Ihren Online-Shop sicherer gestalten.

SCHUTZMASSNAHMEN

- **BONITÄTSPRÜFUNG:** Führen Sie Bonitätsprüfungen durch.
- **SICHERHEITSSTANDARDS ERHÖHEN:** Implementieren Sie Maßnahmen wie Zwei-Faktor-Authentifizierung und Sicherheitsabfragen, um unbefugten Zugriff auf Kundenkonten zu verhindern.
- Überwachen Sie Bestell- und Rückgabemuster.
- Nutzen Sie Technologien zur Erkennung von Mehrfachkonten.

VIELE ZAHLUNGSDIENSTLEISTER BIETEN INTEGRIERTE BETRUGSPRÄVENTIONS-LÖSUNGEN AN.

- Nutzen Sie spezialisierte Betrugserkennungstools, die verdächtige Aktivitäten erkennen und entsprechende Maßnahmen einleiten.
- Schulen Sie Ihr Kundendienstteam, um verdächtige Aktivitäten zu erkennen und darauf zu reagieren.
- **Versicherung:** Erwägen Sie eine Versicherung gegen Betrug, um finanzielle Schäden zu begrenzen.

WICHTIGE INFOS ZUM EINWEGPFAND IM ONLINE-HANDEL



WELCHE PRODUKTE SIND BETROFFEN?

Ab dem 1. Januar 2025 wird der Einwegpfand für alle verschlossenen Kunststoff-Flaschen und Metalldosen mit einem Fassungsvermögen von 0,1 bis 3 Litern eingeführt. Diese Produkte sind durch ein Pfandlogo gekennzeichnet. Das gilt auch für den Onlinehandel. Händler, die Getränke in PET-Flaschen und Dosen verkaufen, müssen sich darauf einstellen.

WAS IST BEI SELBST IMPORTIERTEN GETRÄNKEN ZU TUN?

Auch aus dem Ausland eingeführte Produkte sind vom Einwegpfand betroffen. Übernimmt der ausländische Erzeuger oder Händler die erforderlichen Registrierungen nicht, dann sind Sie als Importeur dafür verantwortlich. Jeder betroffene Artikel muss bei Recycling Pfand Österreich registriert werden, damit er am Pfandkreislauf teilnehmen kann und vom Rücknahme-Automat

oder den manuellen Rücknehmern erkannt wird. Auf den Verpackungen muss das Pfandlogo und der EAN-Code platziert werden, damit für Konsumenten eindeutig erkennbar ist, dass das Produkt am Pfandkreislauf teilnimmt.

MÜSSEN SIE EINWEGVERPACKUNGEN ZURÜCKNEHMEN?

Grundsätzlich besteht keine Rücknahmepflicht, wenn Sie Ihre Produkte per Post, Paketdienst oder Spedition versenden. Sie sind jedoch verpflichtet, den Pfand von 25 Cent pro Gebinde zu erheben. Der eingehobene Pfand ist dann aber nicht abzuführen, sondern gleicht das Ihnen von Ihrem Lieferanten verrechnete Einwegpfand aus. Wenn Sie Ihre Produkte mit eigenem Lieferdienst ausliefern, sind Sie zur Rücknahme der leeren Verpackungen und zur Erstattung des Pfandes verpflichtet. Da Konsumenten Einweggetränkeverpackungen jedenfalls bei einer Rücknahmestelle abgeben müssen und somit ein Zusatzaufwand

entsteht, müssen Sie sich als Inverkehrbringer bei Recycling Pfand Österreich registrieren und einen Ausgleichsbeitrag in Höhe von 0,038 ct je Gebinde bezahlen.

WIE LÄUFT DIE REGISTRIERUNG AB?

Die Registrierung startet voraussichtlich im vierten Quartal 2024. Als Onlinehändler geben Sie eine Prognose der Absatzmenge aller über Paketdienste zugestellten Gebinde an und melden diese monatlich.

GIBT ES EINE ÜBERGANGSFRIST?

Bis Ende des Jahres 2025 gilt eine Übergangsfrist. Getränke in Einwegverpackungen ohne Pfandlogo dürfen bis 31. Dezember 2025 ohne Einhebung eines Pfandes verkauft werden, wenn sie vor dem 1. April 2025 abgefüllt wurden.

Stellen Sie sicher, dass Sie rechtzeitig vorbereitet sind!



Hier geht's zu allen Informationen & Antworten



INFO.CHANNEL

Jetzt den
INFO.channel
auf YouTube
abonnieren!



Spotify



Jetzt auch als Podcast!

Sie haben keine Zeit oder Lust auf
YouTube? Dann holen Sie sich jetzt
den Podcast zum 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 erfahre-
ner Online-Händler Niederösterreichs.

die Polizei zu informieren und einen
Notfallplan bereitzuhalten, um im
Ernstfall schnell und effektiv reagieren
zu können. Sicherheit im E-Commerce
sollte deshalb oberste Priorität haben.

Sichern Sie sich jetzt Profi-Tipps zum
Thema Cyber-Security und bleiben
Sie auf dem neuesten Stand im
Online-Handel!

Hans Zettel
www.oya.at

NEUE FOLGE: CYBER-SECURITY FÜR ONLINE-HÄNDLER

Der Online-Handel boomt, und mit ihm
steigt die Bedeutung von Sicherheit.
Hinter jedem Klick können sich Risiken
verbergen, denn Cyber-Angriffe sind
eine reale Bedrohung. Unser Experte
Hans Zettel von der Firma OYA erklärt,
dass Datenklau häufig die Basis für
weitere Angriffe oder Erpressung ist.
Dennoch werden sehr oft keine Behör-
den eingeschaltet. Es ist unerlässlich,



Oya



MK UNIT Blau-gelbe Innovation für den Schießsport

MK Unit sorgt für frischen Wind im Schießsport-Zubehör. Das Unternehmen, gegründet von Martin Keck und Martin Kiersanow, vereint technische Expertise und kaufmännisches Know-how - das Produkt ist zu 100 % „Made in Austria“.

Alles begann mit der simplen Frage der langjährigen Freunde und Sport-Schützen: „Warum gibt es für unsere Steyr AUG keinen passenden Magazin-Koppler?“ Während es für andere Systeme dieses Zubehör bereits gab, suchten viele Schützen für die AUG vergeblich danach. Also entschieden sich die beiden Gründer: Wir machen es selbst! So entstand der Magazin-Koppler, ein durchdachtes und stylisches Stecksystem, das die Bedürfnisse von Sport-Schützen perfekt erfüllt.

Der Magazin-Koppler bietet eine clevere Möglichkeit, zwei 9+1-Schuss-Magazine zu verbinden. Durch die Verlängerung des Magazins wird das Greifen und Wechseln deutlich erleichtert. Der Magazin-Koppler schafft eine verlängerte Griffzone und sorgt somit für mehr Kontrolle und Effizienz beim Schießen, ohne dabei die rechtlichen Rahmenbedingungen zu verletzen. Das intuitive Stecksystem ermöglicht es, die Magazine schnell und sicher zu wechseln, während das Design robust und gleichzeitig stilvoll ist.



MK UNIT



Das Team:

MARTIN KIERSANOW ist der kaufmännische Kopf des Unternehmens und bringt umfangreiche Erfahrung in Bilanzierung und Unternehmensführung auf Konzernebene mit.

MARTIN KECK ist ein erfahrener Schießtrainer und seit 10 Jahren Range Officer. Seine Leidenschaft für den Schießsport fließt direkt in die Produktentwicklung ein.

Seit dem Launch des Online-Shops am 15. August 2024 ist der Magazin-Koppler für Schützen direkt erhältlich. Die positiven Rückmeldungen aus der Community zeigen, dass genau dieser Koppler schon lange gefehlt hat. Er ist nicht nur praktisch und erhöht die Sicherheit, sondern fügt sich perfekt in die Ästhetik und Technik der AUG ein - ein halbautomatisches Gewehr, das für seine Zuverlässigkeit, Präzision und Robustheit bekannt ist. MK Unit hat es geschafft, aus einer Herzens-

idee ein echtes Erfolgsprodukt zu entwickeln. Die Begeisterung der Sport-Schützen zeigt: MK Unit sind mehr als nur Händler - sie sind Teil der Community und bieten daher genau die Lösung, die wirklich gebraucht wird.

Betriebshaftpflicht- Versicherung für Amazon-Händler jetzt Pflicht



Seit August 2024 hat Amazon neue Regeln für Händler eingeführt. Bereits ab einem Monatsumsatz von € 5.000,- müssen Verkäufer eine Betriebshaftpflicht-Versicherung (BHV) vorweisen. Wichtig: In dieser Versicherung muss Amazon als Mitversicherter eingetragen sein. Achtung! Um nicht gegen die Richtlinien von Amazon zu verstoßen, wird eine zusätzliche Versicherung abzuschließen sein. Vorsicht: Es kommt eventuell zu einer Doppelversicherung.

WARUM JETZT?

Diese Änderungen stehen im Zusammenhang mit dem neuen Produktsicherheitsgesetz der EU - siehe

Beitrag auf Seite 4. Diese Verordnung betrifft auch Marktplätze wie Amazon und zwingt sie dazu, sicherzustellen, dass die auf ihrer Plattform verkauften Produkte den neuen Sicherheitsstandards entsprechen.

GESENKTE UMSATZSCHWELLE

Früher galt die Pflicht erst ab € 10.000,- Umsatz, nun wurde die Grenze auf € 5.000,- gesenkt.

Wer diesen Umsatz in einem Monat erreicht, hat 30 Tage Zeit, die Versicherung nachzuweisen.

ERWEITERTE DECKUNGS- ANFORDERUNGEN

Die Versicherung muss neben der Produkthaftung auch Betriebshaftung

und Rückrufofen abdecken.

Das schützt Käufer und Amazon bei Schadensfällen noch umfassender.

AMAZON ALS MITVERSICHERTER

Amazon fordert, dass es als “Additional Insured” in der Versicherungspolice eingetragen wird. Dies ist für viele traditionelle Versicherer in Europa eine Herausforderung.

Amazon hat allerdings sein “Insurance Accelerator”-Programm ausgeweitet und bietet darüber konforme Versicherungen von Anbietern wie Hiscox und Exali an. Diese Versicherungen erfüllen die neuen Standards und erleichtern den Prozess für Händler erheblich. Exali ist eine beliebte

Wahl für Onlinehändler, da deren Policen speziell auf E-Commerce abgestimmt sind und alle Amazon-Anforderungen abdecken.

WAS PASSIERT

BEI NICHTEINHALTUNG?

Fehlt der Versicherungsnachweis, kann Amazon das Verkäuferkonto sperren oder einschränken. Auch bei Schäden unter € 1.000,- überprüft Amazon die Versicherung und fordert sie gegebenenfalls nach. Bei Verstößen bleibt Händlern eine Frist von sieben Tagen, um den Nachweis nachzureichen.



DIE UNTERSCHÄTZTE GEFAHR SCHLECHTER SUCHFUNKTIONEN

Ein reibungsloses Einkaufserlebnis ist im Online-Handel entscheidend - und die Suchfunktion spielt dabei eine zentrale Rolle. Doch eine aktuelle Studie aus Großbritannien zeigt, dass viele Online-Shops genau an dieser Stelle scheitern und dadurch massive Umsatzeinbußen hinnehmen müssen. Laut der Studie verlieren europäische Online-Shops pro Besucher durch-

schnittlich um die € 100-, wenn die Suche nicht effektiv funktioniert. Besonders dramatisch ist die Situation bei der Generation Z, wo der Verlust pro Person sogar mehr als € 130,- beträgt. Ein Drittel der Käufer bricht den Kaufprozess ab, wenn die gewünschten Produkte nicht über die Suchfunktion gefunden werden. Besonders ärgerlich wird es, wenn die gesuchten Artikel zwar vorrätig sind, aber aufgrund von mangelhaften Suchalgorithmen nicht angezeigt werden.

Ein weiterer Aspekt, der die Situation verschärft, ist das veränderte Suchverhalten, insbesondere bei jüngeren Konsumenten. Millennials und die Gen Z suchen nicht mehr

nur zwangsläufig nach direkten Produktbezeichnungen, Marken oder Kategorien, sondern auch immer mehr nach Trends. So sind etwa „Retro Revival“ (Modestil, der die 90er-Jahre neu interpretiert), „urban chic“ und „natural glow“ (natürlicher, leicht glänzender Look) die meistgesuchten Begriffe rund um Mode und Kosmetik auf Social-Media-Plattformen.

Für Online-Händler bedeutet das, dass sie nicht nur Umsätze, sondern auch die Bindung zu einer wichtigen Zielgruppe verlieren. Über 40 % der jungen Käufer brechen den Kauf ab, wenn sie die trendenden Produkte nicht finden können.

Die Lösung liegt in Personalisierung durch künstliche Intelligenz. Eine optimierte Suchfunktion, die individuelle Vorlieben und aktuelle Trends erkennt - egal in welcher Branche, steigert den Umsatz und schließt die Lücke zwischen Inspiration und Kauf.



“Verändern, bewegen, gestalten – für unsere Zukunft”

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

EAC:

WKO gestaltet europäische Zusammenarbeit mit

Wir freuen uns, Gründungsmitglied der neuen European Association Cooperation (EAC) zu sein.

Dieser Zusammenschluss europäischer Fachverbände zielt darauf ab, die Zusammenarbeit in der Werbeartikelbranche zu stärken und zentrale Themen wie Nachhaltigkeit und Compliance gemeinsam anzugehen. Im Rahmen des Gründungstreffens in Stockholm haben

wir mit Vertretern aus ganz Europa die Weichen für eine enge Kooperation gestellt, um die Branche auf europäischer Ebene zukunftsfähig zu machen. Wir sind stolz darauf, die Interessen der österreichischen Werbeartikelunternehmen in dieser wichtigen Initiative vertreten zu dürfen.

GXN-Konferenz bringt Branchengrößen nach Wien

Von 25. bis 27. September
findet das
3rd Annual GXN Meeting
in Wien statt.

Ich bin sehr stolz darauf, dass wir dieses sehr hochkarätige Event nach Wien bringen konnten!



Hier ein Vorgeschmack auf einige der hochkarätigen Referenten, die ihr Fachwissen teilen werden:

Dr. Georgie Lack hält eine Keynote zum Thema „Unlearning for the Future“

Albrecht Metter, Vorstandsvorsitzender der Ameria AG, präsentiert den wegweisenden „Maverick“-Prototypen und gibt Einblicke in die Welt der KI-Technologie.

Branchenveteranen wie **Michele Bell** bieten einen umfassenden Marktüberblick

und diskutieren aktuelle Trends in einem Panel, während **Anthony Villeger** (CEO von Sammtrading) seine Perspektiven zu den neuesten Entwicklungen teilt.

Ein besonderes Highlight ist das **GXN International Women's Leadership Council Frühstück**, bei dem führenden Persönlichkeiten wie Jo An Lantz (CEO von Geiger), Kathrin Stühmeyer (GF von Halfar) und Carleen Gray (CEO von Stahls) über Frauen in Führungspositionen und Karriereentwicklung sprechen.

Hier finden Sie das aktualisierte Programm der Konferenz sowie alle Highlights. Verpassen Sie nicht die Gelegenheit, Teil dieses wegweisenden Events zu sein!

Die WKO freut sich, die Teilnehmer beim Cocktailempfang begrüßen zu dürfen und ist auch Sponsor dieses hochkarätigen Events!



Programm & Highlights

“Jammern und nix tun ist der falsche Weg!”



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

MIT FEINGEFÜHL ZUM BLÜHENDEN GARTEN

So gießen Sie richtig: Schonende Pflanzenpflege im Garten, Hochbeet und auf dem Balkon

Gießen ist eine grundlegende Aufgabe bei der Pflanzenpflege - doch es gibt einiges zu beachten, um die Pflanzen optimal zu versorgen und gleichzeitig Wasser zu sparen. Egal, ob im Garten, Hochbeet oder auf dem Balkon: Das richtige Timing und die passende Technik sind entscheidend. Gießen Sie gezielt, zur richtigen Zeit und angepasst an die Wetterbedingungen - so holen Sie das Beste aus

Ihrem Garten, Hochbeet oder Balkon heraus.

1. DER FRÜHE MORGEN MACHT'S: GIESSEN ZUR RICHTIGEN ZEIT

Der beste Zeitpunkt zum Gießen ist früh morgens oder am späten Abend. Zu diesen Zeiten ist die Verdunstung gering, und die Pflanzen haben genügend Zeit, das Wasser aufzunehmen. Gießen Sie nie in der Mittagshitze - das Wasser verdunstet zu schnell und kann den Pflanzen

sogar schaden.

2. SELTENER ABER DAFÜR GRÜNDLICH GIESSEN

Statt täglich ein bisschen zu gießen, sollten Sie seltener, aber dafür durchdringend bewässern. So gelangt das Wasser tief in den Boden, wo es den Wurzeln zugutekommt. Dies fördert tiefes Wurzelwachstum, was die Pflanzen widerstandsfähiger gegen Trockenheit macht. Überprüfen Sie vor

dem Gießen die Bodenfeuchtigkeit.

Fühlt sich der Boden feucht an, können Sie das Gießen noch etwas aufschieben. So vermeiden Sie Staunässe und Wurzelfäule.

3. PUNKTGENAU GIESSEN - DIREKT AN DEN WURZELN

Gießen Sie immer gezielt am Boden und nicht über die Blätter. Nasses Laub kann Pilzkrankheiten fördern. Am besten setzen Sie die Gießkanne



oder den Gartenschlauch direkt an die Pflanzenbasis, damit das Wasser dort ankommt, wo es gebraucht wird.

4. MULCH ALS FEUCHTIGKEITSSPENDER

Eine Mulchschicht hält die Bodenfeuchtigkeit länger und schützt vor schnellem Austrocknen. Besonders im Hochbeet ist Mulch ein wertvoller Helfer, da hier die Erde oft schneller austrocknet.

5. WASSERSPENDENDE BEWÄSSERUNGSSYSTEME NUTZEN

Tröpfchenbewässerungs-Systeme geben das Wasser langsam und gezielt ab. Sie sind besonders auf Balkonen oder in Hochbeeten effektiv, da sie punktgenau arbeiten und keine unnötige Verdunstung entsteht. So sparen Sie Wasser und versorgen Ihre Pflanzen optimal.

6. REGENWASSER SAMMELN UND NUTZEN

Nutzen Sie kostenloses Regenwasser! Es ist weich, frei von Kalk und daher ideal für Pflanzen. Mit einer Regentonne können Sie Wasser speichern und nach Bedarf einsetzen.

7. AUF PFLANZEN-BEDÜRFNISSE ACHTEN

Nicht alle Pflanzen haben denselben Wasserbedarf. Informieren Sie sich über die spezifischen Bedürfnisse Ihrer Pflanzen. Mediterrane Kräu-

ter wie Rosmarin und Lavendel kommen mit weniger Wasser aus, während durstige Pflanzen wie Tomaten oder Gurken regelmäßige Bewässerung brauchen.



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



In vielen Branchen wird derzeit über Umsatzrückgänge, Mitarbeitermangel und Bürokratie geklagt. Der Zoofachhandel konnte sich in Krisenzeiten oft behaupten, da Heimtiere weiterhin beliebt sind und selten Sparmaßnahmen unterliegen.

Doch auch diese Sonderstellung gerät zunehmend unter Druck. Handelsunternehmen kämpfen mit einer Vielzahl von Herausforderungen: Pandemie, Krieg, Inflation und steigende Kosten belasten sowohl Händler als auch Konsumenten.

Trotzdem gibt es Unternehmer, die durch Schnelligkeit und Innovation erfolgreich bleiben. Anpassungsfähigkeit, das Erkennen von Trends und Kundenorientierung sind entscheidend. Insbesondere im Zoofachhandel gilt es, Trends aus der Humanernährung zu beobachten und regionale, nachhaltige Produkte geschickt zu integrieren. Die Balance im Sortiment sowie die Kernkompetenz des Unternehmens sollten stets im Fokus stehen.

Schwierigere Zeiten bieten auch Chancen zur Reflektion: Ist der Standort noch passend? Sollte ich in meinen Marktauftritt investieren? Wie sinnvoll ist die Mitgliedschaft in einem Einkaufsverbund? Kann ich zusätzliche Services wie Tierpension, Hundefriseur oder Tiertraining integrieren? Ist mein Webauftritt aktuell und ansprechend genug? Passt eine Omnichannel-Strategie zu meiner Betriebsstruktur? Diese Überlegungen, kombiniert mit Mut zur Innovation, können den Betrieb nachhaltig stärken.

Die INTERZOO hat viele neue Impulse geliefert, die es nun umzusetzen gilt. Starke Partnerschaften, gezieltes Marketing und Weiterbildung sind Schlüssel zum Erfolg. Ein positives Betriebsklima und Zuversicht können ebenfalls entscheidend sein, um auch in schwierigen Zeiten gut aufgestellt zu bleiben.

“Zusammenhalt ist alles”



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

DIE NEUE GENERATION VERSTEHEN – EIN MUSS FÜR DEN ERFOLG

Immer häufiger hört man den Vorwurf, die junge Generation, insbesondere Millennials und die Generation Z, wolle nicht mehr richtig arbeiten. Doch diese Ansicht greift zu kurz und verkennt die tiefgreifenden Veränderungen, die in der Arbeitswelt stattfinden. Diese jungen Arbeitnehmer sind nicht weniger engagiert oder motiviert – sie setzen nur andere Prioritäten. Und genau darin liegt eine große Chance für Unternehmer.

Tristan Horx, der auf unserem Fachgruppentag gesprochen hat, beschreibt diese Generation als selbstbewusst, digital versiert und stark wertorientiert. Statt sich in starre Arbeitsstrukturen pressen zu lassen, suchen sie nach einem Arbeitsumfeld, das ihnen mehr bietet als nur ein Gehalt. Für sie stehen Work-Life-Balance, Sinnhaftigkeit und Nachhaltigkeit im Vordergrund. Sie hinterfragen die traditionelle Arbeitskultur und verlangen nach Flexibilität, flachen Hierarchien und echter Mitbestimmung.

Dieser Wandel wird oft als fehlende Arbeitsmoral missverstanden, doch das Gegenteil ist der Fall. Diese Generation will arbeiten – sie

möchte es jedoch auf eine Weise tun, die ihrem Leben und ihren Werten entspricht. Unternehmen, die das erkennen und sich darauf einstellen, können von dieser Einstellung enorm profitieren. Es reicht nicht mehr, lediglich Arbeitsplätze zu schaffen; es geht darum, Arbeitsplätze zu gestalten, die den Menschen Erfüllung bieten und ihre Talente optimal nutzen. Unternehmer, die langfristig erfolgreich sein wollen, müssen diese veränderten Werte ernst nehmen und in ihre Unternehmens-Strategie integrieren. Das bedeutet, neue Wege zu finden, um Arbeit flexibler und sinnvoller zu gestalten. Nur so gelingt es in Zukunft, motivierte und loyale

Mitarbeiter zu gewinnen, die nicht nur arbeiten, sondern mit Begeisterung dabei sind und auch bleiben.

Die Zukunft der Arbeit liegt nicht in der Rückkehr zu alten Modellen, sondern in der Offenheit gegenüber neuen Ideen und der Bereitschaft, Arbeitsstrukturen zu hinterfragen und anzupassen. Nutzen Sie diese Veränderung als Chance, um Ihr Unternehmen zukunftsfähig zu machen. Denn die neue Generation ist nicht das Problem – sie ist der Schlüssel zu Ihrem Erfolg.



Mag. Armin Klauser
Geschäftsführer Landesgremium



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: Marion Luger, Stiltalt Logodesign

Druck und Produktion: Druck- und Medienwerk, Deutschstraße 9, 1230 Wien

Fotonachweise:

david rudolf, filmpro.at

Armin Klauser

Günter Daxböck

Portraits: Andreas Kraus

MK Unit

Tristan Horx

Adobe Stock

