

# 3 | 17

## Steirisches Unternehmen LEGERO als Schuhlieferant des Jahres ausgezeichnet

**KAI JÄCKEL** macht  
fit für den Verkauf  
der laufenden Saison

**KMU DIGITAL:**  
Bis zu 4000 € Förderung  
pro Unternehmen

**FAIRNESS FÜR DEN HANDEL:**  
Erste Schritte zur  
Steuergerechtigkeit

## Landesgremium des Handels mit Mode und Freizeitartikeln

Körbnergasse 111-113, 8010 Graz  
T 0316/601-574, F 0316/601-1212  
E 308@wkwstmk.at, W www.wko.at/stmk/308



**Obmann und Branchensprecher Sport:**  
KommR Harald SCHERZ



**Obmann-Stellvertreter und  
Branchensprecher Schuhe:**  
KommR Franz RATTENEGGER



**Obmann-Stellvertreterin und  
Branchensprecherin Textil:**  
Gertraud HUBMANN



**Geschäftsführer:**  
Mag. Johannes KLEMM  
T 0316/601-577



**Gremialreferentin:**  
Ute Roppoch  
T 0316/601-576



**Assistentin:**  
Bernadette Bogensperger  
T 0316/601-574

Fotos: WKÖ Steiermark  
Foto: S. Blacher

## Bundesgremium des Handels mit Mode und Freizeitartikeln Sparte Handel, Wirtschaftskammer Österreich

Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien  
T 05 90 900-3370, F 05 90 900-118181  
E mode.freizeit@wko.at, W www.modeundfreizeit.at

## Landesberufsschule Gleinstätten (Textil und Schuh)

8443 Gleinstätten 180, T 03457-2360  
E lbsgleinstael@stmk.gv.at, W www.lbs-gleinstaatlen.ac.at

## Landesberufsschule Hartberg (Sport)

Franz-Schmidt-Gasse 5, 8230 Hartberg, T 03332-62939  
E lbsb1@stmk.gv.at, W www.lbs-hartberg.ac.at

## Werbegemeinschaft Lederwarenwirtschaft

Bundesgremium des Handels mit Mode und Freizeitartikeln  
Wiedner Hauptstr. 63, 1045 Wien, W www.modeundfreizeit.at

## ÖTZ – Österreichische Textilzeitung, W www.manstein.at

## Schuh- u. Lederwarenrevue, W www.schuhrevue.at

## VSSÖ – Verband der Sportartikelhersteller und Sport- ausrüster Österreichs, W www.vssö.at

## WIFI Steiermark

Körbnergasse 111-113, 8010 Graz  
T 0316/602-1234, E info@stmk.wifi.at  
www.stmk.wifi.at

## Rechtsservice der WKÖ Steiermark

Körbnergasse 111-113, 8010 Graz  
T 0316/601-601, E rechtsservice@wkwstmk.at  
www.wko.at/stmk/rs

## BRÜSSEL UND WIEN leiten erste Schritte zur Steuergerechtigkeit ein

„Wahlkampfzeiten“, sagte einst der Wiener Bürgermeister, sind „Zeiten fokussierter Unintelligenz“. Beim Thema Steuergerechtigkeit ist das nicht richtig; denn jetzt im Wahlkampf haben fast alle Parteien das Herz für die kleinen Unternehmer entdeckt und bekennen sich unisono zur Steuergerechtigkeit. Und tatsächlich haben sowohl unsere Regierung in Wien als auch die EU in Brüssel erste Schritte zur Steuergerechtigkeit zwischen großen und kleinen Betrieben im Handel eingeleitet.

Unser besonderer Dank gilt dabei der Bundessparte Handel in der WKÖ (siehe Interview mit Iris Thalbauer, Geschäftsführerin der Bundessparte Handel auf Seite 10 und 11), die in unermüdlicher Lobbyingarbeit und mit zahlreichen Presseinformationen immer wieder auf die prekäre Situation hingewiesen und mit Nachdruck politische Forderungen gestellt hat. Ein großes Lob auch an Finanzminister Hans-Jörg Schelling, der im KURIER vom 13. 8. Österreich als „Vorreiterland“ in der EU im Kampf gegen „Steuerflucht-Routen, Gewinnverschiebungen und internationalen Steuerbetrug“ positionieren will.

### Hier Schellings wichtigste Punkte:

- » Digitale Betriebsstätte: Die Finanz will „digitale Betriebsstätten“ für Internet-Konzerne definieren, die in Österreich Umsätze tätigen, aber physisch nicht im Land präsent sind. Für die Gewinne aus diesen Geschäften sollen diese virtuellen Betriebe künftig Steuern zahlen.
- » Neue Steuerabkommen: Die Steuerabkommen mit anderen Ländern sollen so geändert werden, dass es keinen Anreiz mehr gibt, in Niedrigsteuerländer abzuwandern.
- » Einheitliche Bemessungsgrundlage für Unternehmenssteuern: Deutschland und Frankreich wollen mit der Vereinheitlichung der Bemessungsgrundlage für Unternehmenssteuern Ernst machen. Das bringt Transparenz in den oft ruinösen Steuerwettbewerb innerhalb der EU. Für die Unternehmen, die in mehreren EU-Staaten tätig sind, würde die Verwaltung erleichtert, aber die Verlustverschiebung erschwert.
- » Weitere Vorhaben sind der grenzüberschreitende, Software-unterstützte Datenaustausch zur Betrugsbekämpfung bei der Umsatzsteuer. Im Versandhandel von außerhalb der EU sollen bereits ab dem ersten Euro Umsatzsteuern anfallen. Derzeit sind Einfuhren aus Drittländern mit einem Wert bis befreit.

Auch die Politik hat also sichtlich erkannt, dass man dem steigenden Kaufkraftabfluss zum ausländischen Online-Handel nicht mehr einfach zuschauen kann, sondern setzt in Österreich und auf europäischer Ebene erste Maßnahmen, den inländischen Handel in steuerlicher Hinsicht gleichzustellen und Wettbewerbsungleichheiten abzuschaffen.

Wir kleinen und mittleren Unternehmer allein werden nämlich nicht für die Steuervermeidungspolitik mancher Großkonzerne aufkommen können,

meint Ihr  
Harald Scherz

PS.: Mit KMU DIGIAL (siehe Seite 8 und 9) setzen die Wirtschaftskammern einen deutlichen Schwerpunkt für KMUs, sich dem Thema Digitalisierung zu öffnen. Bis zu 4.000 € Förderung sind pro Unternehmen möglich, insgesamt stehen 10 Millionen € zur Abholung bereit. Auch die steirischen Händler des Mode- und Freizeithandels sollten diese Chance nützen. Noch heuer gibt es dazu drei Info-Veranstaltungen!

KommR HARALD SCHERZ  
Landesgremium Steiermark  
des Handels mit  
Mode und Freizeitartikeln



Foto: WKÖ Steiermark



# PREIS DES SCHUHHANDELS: *LEGERO "Lieferant des Jahres 2017"*

V.l.n.r.: Klaus Lackner/Obmann Stv. Werbegemeinschaft der österr. Schuhwirtschaft, Mag. Dr. Kurt Riemer/Vorsitzender Berufsgruppe Großhandel mit Schuhen und Leder, Prok. Josef Renner/ Legero Schuhfabrik GesmbH, Christian Schindlegger/Obmann Stv. Werbegemeinschaft der österr. Schuhwirtschaft, Markus Oberhamberger/GF Brandboxx

Mit einer gänzlich neu aufgesetzten digitalen Wahl kürten Österreichs Schuhhändlerinnen und Schuhhändler die LEGERO Schuhfabrik GesmbH zum „Lieferanten des Jahres 2017“. Mit der bislang größten Beteiligung überhaupt wählten sie das Unternehmen - bereits zum zweiten Mal (nach 2014) - zum besten und serviceorientiertesten Zulieferer. Die Preisverleihung fand im Rahmen der „Schuh Austria“ in Salzburg statt.

Die Firma LEGERO entschied die diesjährige Wahl zum „Lieferanten des Jahres“ der Österreichischen Schuhwirtschaft für sich. Diese Aus-

zeichnung wird von allen österreichischen SchuhhändlerInnen vergeben und kürt jenen Lieferanten, der in Sachen Termintreue, Qualität und Flexibilität eine Auszeichnung verdient. Für LEGERO sind Serviceorientierung, Verlässlichkeit und Freundlichkeit definitiv keine leeren Schlagworte. Das Unternehmen nimmt die hohe Kundenorientierung in allen Stufen der Vertriebskette ernst und wahr. Der österreichische Schuhhandel dankt dem Preisträger für diesen überaus hohen Serviceanspruch und würdigt die Leistungen von LEGERO.

Der erstmal in einem Online-Voting mit großer Beteiligung entstandene Vorsprung LEGEROs am Sieger-Platz sagt viel über die Wertschätzung der Lieferantenleistung für die Kunden aus. Friedrich Ammaschell, Obmann der Berufsgruppe Schuhhandel in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) und Obmann der Werbegemeinschaft der Österreichischen Schuhwirtschaft: „Wenn Schuhhändlerinnen und Schuhhändler diese Leistungen würdigen, dann ist das vor folgendem Hintergrund zu sehen: Der stationäre Handel ist durch den zunehmenden Umsatzverlust an den Digitalhandel unter Druck. In dieser Situation zeigen sich die wahren Qualitäten einer Partnerschaft. LEGERO hat im Zugang auf die Händlerinnen und Händler großes Gespür und hohe Serviceorientierung bewiesen. Das ist diese Auszeichnung wert!“

Preisträger Josef Renner, Prokurist der LEGERO Schuhfabrik GesmbH, fasste seine Dankesworte zusammen: „Wir freuen uns sehr darüber, dass uns unsere Fachhandelspartner wieder zum besten Lieferanten gewählt haben. Es ist eine tolle Auszeichnung für das ganze LEGERO- Unternehmen, das sich unermüdlich für die Qualität unserer Schuhe, verlässliche Passform, Produktinnovation,



pünktliche Auslieferung und ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis einsetzt. Besonders hervorzuheben ist bei uns die Betreuung vom Außen- und Innendienst, sowie die Reklamationsabwicklung.“

Auch die Händler selbst, wollen ihrer Stimme bei dieser Ehrung Ausdruck verleihen, hielt Stefan Klimes, Klimesch Schuh GmbH fest: „Wir haben viele Zulieferer. Und machen hier durchaus gemischte Erfahrungen. Die Realität im Handel ist hart und mit LEGERO haben wir als Schuhhändler einen Partner an der Hand, der sich mit seinen Services optimal anpasst und hohe Flexibilität beweist.“

*Das steirische Modegremium freut sich, dass mit LEGERO ein steirisches Unternehmen gekürt wurde und gratuliert ganz herzlich zur Auszeichnung "Schuhlieferant des Jahres"!*



Alle Fotos: Werbegemeinschaft der Österreichischen Schuhwirtschaft/APAFotoservice/Neumayr



Volles Haus und angeregte Diskussionen gab es bei der Preisverleihung im Rahmen der Schuh Austria in der Brandboxx Salzburg. Markus Oberhammer/GF Brandboxx und Katharina Absmanner/Leiterin Brandboxx Shoe Order Center, stellten sich mit einer „Schuhtorte“ als Gratulanten ein.

## LETZTE INFO: Der Fahrradpass schützt die Fahrräder unserer Kunden

Der steirische Sportartikelhandel ist mit der Polizei eine Kooperation zum Thema Fahrraddiebstahl eingegangen. Alle steirischen Sportartikelhändler bekommen die Möglichkeit, ein Plakat (wie am Foto) und Fahrradpässe (auch in elektronischer Form für Smartphones) kostenlos zu bestellen.

Fahrradpässe gibt es auch in der nächstgelegenen Polizeiinspektion oder sie können mittels QR-Code direkt vom Plakat downgeloadet werden. Die Fahrradpässe sollen vom Kunden ausgefüllt werden, um im Falle eines Diebstahles die Identifizierung des gestohlenen Fahrrads zu erleichtern: Der Fahrradpass ist also schnell ausgefüllt, schnell griffbereit (z. B. am Handy) und das gestohlene Fahrrad dann hoffentlich schnell aufgespürt.

Eine Aussendung an alle Mitglieder mit genauen Details der Aktion erfolgt in den nächsten Tagen.



Polizei und Sportartikelhandel promoten gemeinsam den Fahrradpass: V.l.n.r.: Abteilungsinspektor Arthur Gunganigg, Gremialobmann KommR Harald Scherz, Chefinspektor Christian Sallmutter und Gremialgeschäftsführer Mag. Johannes Klemm.

Foto: Sparte Handel/Stmk



# KAI JÄCKEL UND IHR GREMIUM MACHEN IHRE MITARBEITERIN-NEN fit für den Verkauf in der laufenden Saison

WINTER 2017

„Vor uns liegt eine geschmückte Saison“, erklärt Kai Jäckel bei der Modeinformation zur laufenden Saison. „Was als „Guccimania“ im FS 2017 begonnen hat und jetzt im HW 2017 im breiten Markt ankommt, wird sich auch in der Saison FS 2018 fortsetzen. Auffallend ist, dass es in der laufenden Herbst/Winter-Saison kein puristisches Thema – wenn man von Basics absieht – mehr gibt. Das bedeutet, dass ein „Mehr an Schmücken“ kaum mehr möglich ist.“

## Kai Jäckels Tipp zu den drei Hauptthemen im Verkauf:

„Das „Geschmückte“ sollte man vor allem in „Deko und Schaufenster extrem zeigen, im Verkauf aber manches zurücknehmen, insbesondere bei den Themen „Miss Cobain“ und „Rich Chickz“, die besonders dekorativ angelegt sind. Diese Themen dürfen nicht „explodieren“, hier darf man seine Kundinnen nicht überfordern.“

„Game Girl“ ist das „Athleisure“-Zeitgeistthema, wobei der Athleisure-Gedanke fest am Markt angekommen ist. Dafür muss die Kundin nicht sportlich, aber zumindest sportiv angezogen sein.“

## Die DOB-Themen:

### MISS COBAIN

Karo und Khaki, lässige Jeans und Volumenstrick: der Modestil von Grunge-Ikone Kurt Cobain ist wieder voll im Trend. Das ist das Thema der „Denim Girls“. Dabei geht es immer um den Stilbruch, erst der Mix macht diesen Grunge-Look gefällig, zeitgemäß und damit tragbar. Da kommt das Military-Jacket mit femininem Stick (Military-Glamour) und wird zum mädchenhaften Blümchenkleid (florale Effekte, aber jetzt dunkler und in neuer Optik) kombiniert. So erden derbe Combat Boots und unkonstruierter Strick transparente Tüllröcke in Midilänge. Lässige Cargohosen werden mit zarten Print-Blusen getragen. Verstrichene Karos und farbiger Kunstfellbesatz bringen neuen Drive in Wollmantel und Parka. Nach wie vor unverzichtbar sind abgerockte Jeans – mit sichtbaren Rissen („von destroyed bis damaged“), offenen Säumen und abgenutzten Oberflächen. Für die nötige Vintage-Attitüde, ganz im Sinne von Kurt Cobain.



## » Kai Jäckel «

**Kai Jäckels Tipp:** „Wenn Sie „Ruhe“ im Sortiment brauchen, verwenden Sie Longblusen und setzen Sie auf Layering Effekte“.

### GAME GIRL

Unsere Game Girls nehmen das Leben – sportlich. Genau wie ihre Stil- Vorbilder: coole urbane Mädchen wie Rihanna und Beyoncé, die mit ihrem lässigen Hip Hop-Lifestyle begeistern. Mit Blouson, Leggings, Sweatshirts und Sneakers ist der Athleisure-Trend gestartet. Der Stil trifft genau den Nerv der Zeit und wird in diesem Herbst noch einmal wichtiger - für Young Fashion bis DOB. Galonstreifen bleiben präsent und prägen weiterhin die Athleisure-Hose. Kräftige Farben, Muster und Statementes (wichtig für Impulskäufe) nehmen richtig Fahrt auf. Auffällige Motive und Logos sorgen für Spaßfaktor bei Sweat, Strick und Shirt. Das Hoodie setzt zum Höhenflug an und Puffer Jackets gelten als Aufsteiger für die Trendgirls. Erinnern Sie sich noch an die Daunenjacken von Helly Hansen aus den 90er Jahren? Sie haben dafür definitiv Pate gestanden.

Bei den Sneakers findet man Retro- und Running-Modelle, Accessoires stehen konträr zur Mode oft im colour-clash (Foto links). Leos von Kopf bis Fuß sind wichtiges Element des Themas Rich Chickz (Foto rechts).



### RICH CHICKZ

Pailletten, Plisses, Leomuster und Jacquards: Hier darf ausdrücklich geklotzt werden. Reiche Edelsteintöne bringen Tiefe ins Bild von Rich Chickz. Die Basis der Looks ist glamourös, im Vordergrund stehen Highlights wie Fun Fur, Jacquards, Volants oder Lingerie-Look. Kommerziell wird der Rich-Trend aber erst mit dem richtigen Styling. Deko-Blouson trifft Black Denim, metallischer Plisse-Rock trifft cleanen Strick. Die Jungen interpretieren das Thema angezogener. Hoch im Kurs steht die Kombination aus Blazer mit Hoodie oder Frontprint-Shirt und destroyed Denim. Blazer sind derzeit noch ein junges Thema, aber im Kommen. Im FS 2018 werden sie dann kommerzieller. Glamouröser und noch jünger gedacht: transparente Lingerie-Tops im Layering zu Shirt, Bikerjacke und Highwaist.

**Kai Jäckels Tipp:** „Schnitt raffinessen im Strick, wie Schnürungen, Cut Outs, Trompetenärmel oder Volants müssen Sie zeigen und erklären, am besten, Sie tragen diese Teile im Verkauf.“



### DIE BOTSCHAFTEN DER SAISON – DOB:

- » IMMER SCHÖN LOCKER BLEIBEN...  
*Sweat und Sneaker, Logo und Layering: Die sportive Lässigkeit bleibt Zeitgeist und beeinflusst den Look.*
- » MILITARY-GLAM...  
*Fieldjacket, Parka, Cargo & Co. zeigen ihre feminine Seite durch geschmückte Ideen.*
- » HOTSELLER HOODIE...  
*Das Key-Piece der Saison. Zu Hose und Rock. Unter Biker-Jacke und Wollmantel, trendig zum Blazer.*
- » DEKO, DOSIERT...  
*Dekorative Einzelteile müssen lässig kombiniert (Stilbruch) werden. Den Look aber nicht überladen!*

### Die HAKA-Themen:

#### BOYZ IN THE WOODS

Diese Thema führt aus der Großstadt in die Natur und wieder zurück. Diese „Boyz“ vereinen das Beste aus beiden Welten miteinander. Utility-Aspekte sind dabei sehr gefragt. Ein Dauerbrenner bleibt das Camouflage-Thema. Wichtig ist Denim – vor allem im Used-Look (oft mit offenen Säumen), beginnend bei Jeansjacken und



von Kopf bis Fuß in Denim fortgesetzt sowie maskulines Leder. Hemden haben zurückgenommene Drucke, z. B. Paisleys und flaneligen Griff. Neofolks im Strick werden mit Mützen und Loop-Schals ergänzt.

### FIT FOR FUTURE

Athleisure beeinflusst wie kein anderer Megatrend die Menswear und ist themenübergreifend spürbar, im Thema „Fit for future“ werden die typischen Athleisure-Merkmale aber besonders deutlich artikuliert. Schutz und Funktion sind wichtig, man findet immer stärker aber auch „dressed up-Athleisure“ im Verkauf. Daunenjacken haben oft schon Powercolours und sind volumiger und winterlicher. Komfort und Flexibilität (wie Bielastizität bei schlanken Denims) begünstigen den Siegeszug der Track-Pants. Sneakers sind im Verkauf unaufhörlich stark, Backpacks und die neuen Gürteltaschen ergänzen das Thema.



### VISIONARY HERITAGE

Visionary Heritage ist das „angezogenste“ Thema der Saison, formeller und trotzdem relaxed, also ein „dressed up-Athleisure“-Thema. Die Farben sind ruhiger und zurückhaltender. Mäntel und Anzüge sind key-pieces. Unter dem Motto „check it out“ findet man Karos von Mänteln über Anzüge (oft als „hidden“-checks) bis zu Hemden. Die Silhouetten bleiben hier schlank und schmal. Ausnahme sind Hosen (im jungen Bereich auch in Karos und grafischen Dessins); Trendmänner greifen hier langsam zur neuen Weite, der man im FS 2018 ein Comeback voraussagt. Wichtig sind Rollkragen, bei Schuhen wird Klassik visionär weiterentwickelt.



### DIE BOTSCHAFTEN DER SAISON – HAKA:

- » IMMER SCHÖN SPORTLICH BLEIBEN...  
*Die Beeinflussung von sportiven Elementen und Details beim Look für den Mann ist unübersehbar.*
- » AB IN DEN GROSSSTADTDSCHUNGEL...  
*Military, Utility und Camouflage stehen für den Traveller Look des Mannes.*
- » KLASSIK IST HIP...  
*Klassiker in der Männermode, wie Mantel, Weste, Rollkragen erfahren über neue Stylingideen eine Renaissance.*
- » FLEX IT BABY...  
*Der Siegeszug an bi-elastischen Materialien ist ungebrochen. Stellen Sie das als Vorteil heraus!*
- » MUT ZU MEHR...  
*Minidessins, florale Prints, Checks, Streifen und Logos sind alles andere als langweilig.*

Fotos: Sparte Handel/Strmk



V.l.n.r.: Gremialgeschäftsführer Johannes Klemm, Gremialobmann Harald Scherz und Berufszweigvorsitzender Franz Rattegger begrüßten die MitarbeiterInnen (einige zeigen wir hier im Bild) des steirischen Modehandels zum Referat von Trendscout Kai Jäckel (2. von links).



## KMU DIGITAL: ERFOLGSPROGRAMM IN EINE DIGITALE ZUKUNFT

### *Bis zu 4000 € Förderung pro Unternehmen möglich*

Viele Digitalisierungstrends bieten für UnternehmerInnen ein großes Potenzial an Chancen. Zugleich steigen auch – durch die zunehmende Automatisierung und Digitalisierung sämtlicher Dienstleistungs- und Produktionsbereiche – die Herausforderungen, vor allem für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in Österreich. Das KMU DIGITAL Erfolgsprogramm bietet umfassende Unterstützung, sich bietende Chancen wahrzunehmen.

Die Initiative KMU DIGITAL wurde vom Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (BMWFW) und der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) ins Leben gerufen und am 18. 9. von WKÖ-Präsident Christof Leitl und Wirtschaftsminister Harald Mahrer gemeinsam der Öffentlichkeit vorgestellt.

77 % der österreichischen Unternehmen sehen in der Digitalisierung eine Chance für die Zukunft (12 % sehen große Risiken), aber 50 % haben keine Vorstellung, wie man die Chance auch nützen kann.

Bisher wurden eigens für diese Aktion 75 BeraterInnen speziell qualifiziert, bis Mitte 2018 wird auf 200 BeraterInnen aufgestockt. Insgesamt wurden für KMU DIGITAL 10 Mio. € an Fördergeldern aufgestellt, das einzelne Unternehmen kann eine maximale Fördersumme von 4.000 € aus verschiedenen Angeboten beantragen. Gefördert wird in unterschiedlicher Höhe, Online-Check und Potenzialanalyse werden zu 100 % gefördert, sonst bis vorläufig Ende 2018 mit 50 %.

#### **Das umfangreiche KMU DIGITAL Förderprogramm**

Das umfangreiche KMU DIGITAL Förderprogramm führt österreichische KMU in vier Schritten an die Digitalisierung heran:

- » 1. KMU DIGITAL Online Status Check: Wie digital ist mein Unternehmen?
- » 2. KMU DIGITAL Potenzialanalyse: Was soll sich wie ändern?

#### » 3. KMU DIGITAL Beratung: Wie geh ich´s an?

Schwerpunkte:

- a) E-Commerce & Social Media
- b) Geschäftsmodelle & Prozesse
- c) Verbesserung der IT-Sicherheit

#### » 4. KMU DIGITAL Qualifizierung: Digitale Kompetenzen erweitern für Unternehmer/innen und Mitarbeiter/innen

V.l.n.r.: WKÖ-Präsident Christof Leitl, Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft, Harald Mahrer und der Sonderbeauftragte Digitalisierung der WKÖ, Christian Rupp, präsentierten KMU DIGITAL, das Erfolgsprogramm in eine digitale Zukunft voller Chancen.



Foto: WKÖ/Doris Kucera

**DR. CHRISTOPH LEITL,**  
Präsident der Wirtschaftskammer Österreich

Es gibt viele Unternehmen in Österreich, die internationale Vorbilder für Innovation und Wandel sind. Doch es gibt auch andere, klassische Branchen, die bislang dachten, von der Digitalisierung unberührt zu bleiben. Der Wandel betrifft nicht nur einzelne, sondern wirklich alle Branchen. In Summe ist die Digitalisierung eine gewaltige Chance unzählige neue Jobs zu schaffen, den Wirtschaftsstandort zu stärken und unsere KMU-Betriebe noch innovativer und leistungsfähiger zu machen.



Wirtschaftskammer Österreich/APA-Fotoservice/Schedl

#### **Die Initiative KMU DIGITAL**

Die Digitalisierung verändert unser gesamtes Wirtschaften mit großer Geschwindigkeit. Diese Veränderung ist bereits in vollem Gang. Zugleich gewinnt die Suche nach neuen Geschäftsmodellen und -prozessen, nach neuen Wertschöpfungsketten und Märkten aber weiter an Dynamik. Digitalisierung ist vielfältig und braucht neues Know-How - nicht nur in Technologie und Cyber-Security Fragen. Dabei wollen wir Österreichs Betriebe unterstützen.



Foto: BMWFW/Marek Knopp

**DR. HARALD MAHRER,**  
Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

## **KMU DIGITAL Online Status-Check**

### *Wie digital ist mein Unternehmen?*

Der kostenlose Online Status-Check ist ein Tool, das der eigenen Analyse des Unternehmens dient. Der Status-Check kann online selbst ausgefüllt werden und gibt so die Möglichkeit, innerhalb weniger Minuten die digitale Ausgangslage des eigenen Unternehmens durchzuchecken.

Das Ergebnis des Online Status-Checks ist Voraussetzung für die kostenlose Potentialanalyse. Der Online Status-Check ist kostenlos.

### *KMU DIGITAL Potentialanalyse - Bonus 100%*

Die kostenlose Potentialanalyse ist eine Digitalisierungs-Erstberatung und wird von zertifizierten DigitalisierungsberaterInnen direkt im Betrieb durchgeführt. Dabei werden digitale Trends, Chancen und Risiken für das jeweilige Unternehmen systematisch analysiert.

Eine Digitalisierungs-Landkarte hilft dabei, auch relevante Themen, die bisher nicht im Fokus des Unternehmens lagen, anzusprechen. Am Ende der Analyse steht ein Überblick über Möglichkeiten der Umsetzung.

Die Potentialanalyse ist für alle Unternehmen geeignet, für kleinere Unternehmen besonders empfohlen. Mit dem 100 %-Bonus ist die Potentialanalyse vollkommen kostenlos.

### *KMU DIGITAL Beratung - Bonus 50 %*

In diesen Fokus-Beratungen können UnternehmerInnen systematisch und themenspezifisch Umsetzungsentscheidungen treffen. Gemeinsam mit der/dem Berater/in wird eine ganzheitliche Strategie für die Umsetzung entwickelt sowie konkrete Maßnahmen geplant.

Die Umsetzung von Maßnahmen ist nicht in der geförderten Beratung enthalten. Die Beratungen sind zu 50 % gefördert und werden von zertifizierten DigitalisierungsberaterInnen durchgeführt. Dazu wählen Sie einen von drei Beratungs-Schwerpunkten:

#### *Fokus A: E-Commerce & Social Media*

Der elektronische Verkauf und das elektronische Marketing stehen im Mittelpunkt dieser Beratung. Konkrete Schritte und Aktionen werden begleitet und Hilfe bei Entscheidungen angeboten.

#### *Fokus B: Geschäftsmodelle & Prozesse*

Von der elektronischen Rechnung, über digitale Geschäftsprozesse hin zur Logistik – entscheiden Sie, wo und wie Ihr Betrieb effizienter und wirtschaftlicher werden soll. Die zertifizierte Beratung hilft bei Entscheidungen und begleitet bei Schritten und Aktionen auf einem neuen Weg.

#### *Fokus C: Verbesserung IT-Sicherheit*

Gegen Datenverlust, Sicherheits-Lücken und Sicherheits-Schwachstellen werden Instrumente gefunden und Schritte gesetzt. Auch die Entwicklung einer langfristigen IT-Sicherheits- und Datenschutzstrategie ist hier Thema. Konkrete Maßnahmen werden mit zertifizierter Beratung ins Laufen gebracht.

Alle geförderten Beratungen werden durch eigens qualifizierte BeraterInnen (Unternehmensberater und IT-Dienstleister des FV UBIT und Mitglieder des FV Werbung und Marktkommunikation) durchgeführt, deren Ausbildung und Qualifizierung ebenfalls durch dieses Programm gefördert werden kann.

Hinweis: Die KMU DIGITAL Beratung ist unabhängig von Online Status-Check und Potentialanalyse buchbar. Je nach Interesse können Sie sich auch für Beratungen zu mehr als einem Schwerpunktthema anmelden. Die Förderzusage gilt für 3 Monate.

### *KMU DIGITAL Qualifizierung für UnternehmerInnen sowie MitarbeiterInnen-Bonus 50%*

Digitales Know-how ist wichtige Voraussetzung, um Entscheidungen zu treffen und die Zukunft von Unternehmen zu gestalten. Aus diesem Grund werden Schulungen und Qualifizierungen gefördert.

Dies gilt für UnternehmerInnen und MitarbeiterInnen gleichermaßen. Das Angebot kann aus dem KMU DIGITAL Erfolgsprogramm ausgewählt werden. Die Liste aller förderbaren Schulungen bietet eine Übersicht über das Qualifizierungsangebot.

Hinweis: Pro Unternehmen können beliebig viele Kurse (bis zum Erreichen der maximalen Fördersumme von 4.000 Euro) beantragt werden. Die Kurse können sowohl von UnternehmerInnen als auch von MitarbeiterInnen besucht werden. Die Förderung von max. 600 Euro pro Kurs und Teilnehmer kann nur das Unternehmen bekommen. Die Förderzusage gilt für 6 Monate.

## **DIGITAL.NOW E-BUSINESS-ROADSHOW 2017**

Digitale-Lösungen und Förderungen für UnternehmerInnen

Holen Sie sich Ihr E-Business Update: wertvolle Tipps für mehr Erfolg und Sicherheit in der digitalen Welt sowie Infos zur großen KMU DIGITAL Förderung

Die Digitalisierung verändert alles – Kunden, Produkte und Geschäftsmodelle. Damit Sie hier gerüstet sind, gibt es die KMU DIGITAL FÖRDERUNG des Wirtschaftsministeriums und der Wirtschaftskammern Österreichs. Kommen Sie zur digital.now Veranstaltung und erfahren Sie, wie auch Ihr Unternehmen direkt davon profitieren und aus dem 10 Millionen Euro-Fördertopf schöpfen kann.

Außerdem zeigen wir Ihnen, wie man durch den Einsatz von schlauen E-Business-Lösungen Zeit und Geld spart. Oft sind es einfache und kleine Umstellungen, die eine nachhaltige Verbesserung schaffen, die Sicherheit entscheidend erhöhen und das jeweilige Kerngeschäft Ihres Unternehmens positiv unterstützen.

### *Das sind unsere Themen 2017*

Smarte Prozesse - Kann Industrie 4.0 in KMU sinnvoll eingesetzt werden?

Digitale Geschäftsmodelle - Wie optimiere ich mein Unternehmen?

Cyberkriminalität - Wie schütze ich mein Unternehmen gegen die aktuellen Bedrohungen?

Datensicherheit - Wo sind hier die größten Schwachstellen in Unternehmen?

E-Commerce - Wie handle ich erfolgreicher im Internet?

Soziale Medien - Wie setze ich facebook & Co. effektiv ein?

Und viele weitere Zukunftsthemen, Trends und Best Practices

### **TERMINE:**

12.10.2017 | Gröbming | Steiermark  
WK Regionalstelle Ennstal/Salzkammergut  
Hauptstraße 828 | 8962 Gröbming

17.10.2017 | Hartberg | Steiermark  
MAXOOM Hartberg  
Am Ökopark 10 | 8230 Hartberg

23.10.2017 | Graz | Steiermark  
Brauhaus Puntigam  
Triester Straße 361 | 8055 Graz

# FAIRNESS FÜR DEN HEIMISCHEN HANDEL: Erste Schritte zur Steuergerechtigkeit eingeleitet

Die Politik hat auf nationaler Ebene als auch in der EU dem Kaufkraftabfluss ins Ausland durch den Online-Handel bisher weitgehend zugeschaut, einige Kammervertreter – darunter der Wiener Gremialobmann Herbert Gänsdorfer – waren einsame Rufer im internationalen Finanzdschungel. Jetzt ist endlich in Bewegung in diese Sache gekommen und eine OECD-Vereinbarung zum Kampf gegen Steuertricks globaler Konzerne (BEPS) unterzeichnet worden.

Auch die Sparte Handel der Wirtschaftskammer Österreich hat neue Ideen zur Besteuerung von Onlinehandelsrigiganten entwickelt und wird mit dem Bundesministerium für Finanzen Kontakt aufnehmen. MODE & FREIZEIT INTERN (MFI) bat Mag. Iris Thalbauer, die Geschäftsführerin der Bundessparte Handel der WKÖ, zum nachfolgenden Interview:

**MFI:** „Der Trend, Geschäfte online zu tätigen – und das vor allem bei ausländischen Versandgiganten à la Amazon & Co. – hat ein enormes Ausmaß erreicht, wie neue Daten der KMU Forschung Austria im Auftrag des Handelsverbands belegen. Was kann man diesem Trend sinnvoll entgegenhalten?“

**Thalbauer:** „Diese Entwicklung schadet nicht nur den heimischen Handelsbetrieben. Sie setzt Arbeitsplätze und Wachstum aufs Spiel. Und sie bringt die öffentliche Hand um Einnahmen, die dann an anderer Stelle wieder mühsam zusammengekratzt werden müssen – im schlimmsten Fall durch neue Belastungen für die Wirtschaft. Die Politik darf dem steigenden Kaufkraftabfluss zum Online-Handel im Ausland nicht einfach zuschauen, sondern muss dagegenhalten: in Österreich wie auf europäischer Ebene und in steuerlicher Hinsicht wie durch eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Betriebe.“

**MFI:** „Jammern allein ändert aber doch nichts. Wie greifen Sie den Händlern unter die Arme, damit sie fit fürs Geschäft im Internet werden?“

**Thalbauer:** „Die WKÖ-Bundessparte Handel selbst hat schon vor Jahren auf die beunruhigende Entwicklung reagiert und Gegenmaßnahmen gesetzt. Wir greifen den Händlern mit einer Vielzahl an Services unter die Arme, damit sie fit fürs Geschäft im Internet werden – etwa im Ausbildungsbereich mit konkreten Angeboten in puncto Digitalisierung. Oder indem wir die Betriebe mit umfassender Beratung und Information auf die Herausforderungen und Chancen im Online-Handel vorbereiten. Nach 2013 und 2014 ist die Handelssparte derzeit zum dritten Mal mit einer Roadshow („Handel goes WWW“) durch die Bundesländer gezogen, um Händler für den E-Commerce zu begeistern.“

MFI: „Haben es beim Online-Shopping nicht auch die KonsumentInnen in der Hand, eine Entscheidung für österreichische Online-Anbieter zu treffen?“

**Thalbauer:** „Natürlich kommt auch den KonsumentInnen eine große Verantwortung zu. Wer in Österreich kauft – ob im stationären Handel oder online –, der schützt letztlich seinen eigenen Arbeitsplatz oder die Jobs seiner Kinder, Freunde und Verwandten. Das allein ist schon ein gutes Gefühl. Zudem erspart man sich im Notfall einen Haufen Probleme. Dann etwa, wenn ein kaputtes Gerät zu reparieren ist oder Gewährleistungsansprüche geltend gemacht werden müssen. Da ist es ein Riesenunterschied, ob man einfach zum Händler ums Eck gehen kann oder erst mühsam Ansprechpartner im Ausland oder rechtliche Details erkunden muss.“

MFI: „Vor kurzem haben Österreich und 67 weitere Länder eine OECD-Vereinbarung zum Kampf gegen Steuertricks globaler Konzerne (BEPS) unterzeichnet. Ein erster Erfolg für mehr Steuergerechtigkeit?“

**Thalbauer:** „Die Bundessparte Handel sieht darin einen ersten Zwischenschritt gegen Steuervermeidung. Vor allem bezogen auf den Versandhandel ist die Handelssparte kritisch und hat eine neue Idee zur Besteuerung von Online-Handels-giganten entwickelt.“

Am Beispiel von Amazon sieht man, warum die neue Regel für Österreich beim Versandhandel nur auf den ersten Blick positiv ist. Zwar wird durch das BEPS-Abkommen gegen Steuervermeidung und Gewinnverschiebung (unter anderem) der Begriff der Betriebsstätte modifiziert, wodurch sogenannte Hilfsstätten von Versandhändlern wie Amazon zu steuerpflichtigen Betriebsstätten werden. Die Handelssparte begrüßt auch, dass die internationalen Versandhandelsgiganten künftig die Ertragssteuer am Sitz der Lager entrichten müssen.

Aber: Ausländische Internethändler haben in Österreich gar keine Auslieferungslager. Der österreichische Staat lukriert also keine Mehreinnahmen und österreichische Unternehmen, die in benachbarten Ausland Auslieferungslager haben, unterliegen einem höheren Risiko, im Nachbarland steuerpflichtig zu werden.“

MFI: „Können Sie dafür eine Lösung anbieten?“

**Thalbauer:** „Eine Lösung aus Sicht des Handels wäre zum Beispiel, einen Besteuerungsanknüpfungspunkt in Österreich durch die Online-Präsenz zu schaffen. Konkret könnte nach Überschreitung einer bestimmten Umsatzschwelle oder einer bestimmten Anzahl an online abgeschlossenen Verträgen ein Besteuerungsrecht in Österreich begründet werden. Hier werden wir als Bundessparte Handel auf eine praxisnahe Lösung im Finanzministerium drängen.“

MFI: „In diesem Zusammenhang taucht der Begriff der „digitalen Betriebsstätte“ auf. Können Sie das unseren LeserInnen näher erklären?“

**Thalbauer:** „Die Bundessparte Handel unterstützt Initiativen zur Fortentwicklung des Betriebsstättenbegriffs in Richtung „digitale Betriebsstätte“. Dadurch soll es möglich sein, die Gewinne aus den derzeit gängigen Geschäftsmodellen der „GAFAs dieser Welt“ (GAFA steht für: Google Apple Facebook Amazon) in dem Land steuerlich zu erfassen, in dem die Umsätze erzielt werden.“

Auch die Optionen der OECD – neben der Anknüpfung an eine digitale Betriebsstätte sind das eine Quellenbesteuerung auf digitale Transaktionen oder die Schaffung einer neuartigen Verbrauchersteuer – werden von der Bundessparte im Hinblick auf Sinnhaftigkeit und Machbarkeit derzeit im Detail geprüft.

MFI: „Sind diese Maßnahmen ein erster Schritt, um Steuergerechtigkeiten zu Lasten des heimischen Handels hintanzuhalten?“

**Thalbauer:** „Die Politik ist ganz dringend gefordert, im steuerlichen Bereich Wettbewerbsverzerrungen zu Lasten des heimischen Handels abzustellen. Dabei ist anzuerkennen, dass es sowohl innerhalb der OECD als auch in der EU Ideen gibt, um den derzeit legalen Gewinnverschiebungen von Giganten wie Amazon oder Apple den Kehraus zu machen. Am wirkungsvollsten sind natürlich Maßnah-



Unsere Interviewpartnerin, Mag. Iris Thalbauer, ist Geschäftsführerin der Sparte Handel der Wirtschaftskammer Österreich.

Copyright: Wilke

men im internationalen Gleichklang.

Wichtig ist mir, dass am Ende nicht wieder Scheinlösungen herauskommen und jene zur Kasse gebeten werden, die man eigentlich vor unfairen Benachteiligungen schützen muss, nämlich den österreichischen Handel, der faire Wettbewerbsbedingungen und Chancengleichheit verlangt.“

MFI: „Finanzminister Schelling hat angekündigt, dass beim Versandkauf aus dem EU-Ausland schon ab dem ersten Euro Umsatzsteuer anfallen soll. Ist das wichtig für den Handel?“

**Thalbauer:** „Diese Initiative ist sogar sehr wichtig und ein weiterer Schritt zu mehr Steuergerechtigkeit. Denn derzeit fällt bei solchen Käufen aus Drittstaaten ja erst ab einem Warenwert von 22 € Umsatzsteuer an. Gleichzeitig kann diese Maßnahme bessere Kontrollen eröffnen und Missbrauch minimieren.“

MFI: „Die Bundessparte Handel hat zum Thema Online-Kauf im Ausland sogar einen eigenen Film gedreht. Was soll damit bewirkt werden?“

**Thalbauer:** „Die Botschaft des neuen Films „(Online)Shopper in Österreich – was liegt näher?“ der Bundessparte Handel, der online unter <http://wko.tv/play.aspx?c=7424> abgerufen werden kann, soll über die Problematik des Online-Kaufs bei ausländischen Anbietern, z. B. in steuerlicher und volkswirtschaftlicher Hinsicht, aber auch bei der Gewährleistung, informieren und zu einem Bewusstseinswandel bei den KonsumentInnen beitragen. Als interessierte und engagierte HändlerInnen sollten sie einen Blick auf diesen Film werfen.“

## ARBEITS- UND SOZIALRECHT:

### Aktuelle Änderungen bzw. Änderungen per 1.7.2017

#### ARBEITSRECHT

Die Abteilung für Arbeits- und Sozialrecht der Wirtschaftskammer Steiermark hat die aktuellen Änderungen zum Arbeits- und Sozialrecht, die teilweise mit 1.7. in Kraft getreten sind, zusammengefasst. Hier die für die modischen Branchen wichtigsten Bestimmungen:

#### Wiedereingliederungsteilzeit

Ab 1.7.2017 haben Arbeitnehmer (AN) nach einem mindestens 6-wöchigen Krankenstand die Möglichkeit, freiwillig mit ihrem Arbeitgeber (AG) eine befristete Teilzeit abzuschließen und schrittweise wieder in den Beruf zurückzukehren. Die bisherige Normalarbeitszeit wird um mindestens 25 Prozent und höchstens 50 Prozent für die Dauer von grundsätzlich sechs Monaten (einmalige Verlängerungsmöglichkeit um bis zu drei Monate) reduziert.

In einer Wiedereingliederungsvereinbarung vereinbaren AN und AG die konkrete Ausgestaltung dieser Teilzeit. Der AN erhält vom AG das aliquote Entgelt und aliquote Lohnnebenkosten und zusätzlich von der Krankenversicherung ein Wiedereingliederungsgeld. Das Modell schafft eine win-win-win Situation, da es den AN schrittweise wieder zur vollen Leistungsfähigkeit heranführt, für AG wichtige Fachkräfte sichert und die Sozialsysteme entlastet.

Die Wiedereingliederungsteilzeit wird sozialrechtlich v.a. im ASVG, arbeitsrechtlich im AVRAG (§ 13a) umgesetzt.

#### Deregulierung Arbeitnehmerschutzgesetz (Arbeitszeitgesetz / Arbeitsruhegesetz / Mutterschutzgesetz)

Geplantes Inkrafttreten mit 1.8.2017

Die Novelle bringt eine Reihe technischer und bürokratischer Erleichterungen, aber keine materiellen Änderungen:

- » Entfall der Aufzeichnungspflicht für Beinahe-Unfälle,
- » Regelung, dass auch die Arbeitsplatz-erstevaluierungen in die Präventionszeit einrechenbar sind (diese werden in der Regel von der AUVA vorgenommen),
- » Verlängerung des Begehungsintervalls von zwei auf drei Jahre für Arbeitsstätten mit 1 bis 10 AN, sofern

- nur Büroarbeitsplätze oder damit vergleichbare Arbeitsplätze eingerichtet sind,
- » Allgemeines Rauchverbot für Arbeitsstätten; Möglichkeit für AG (keine Pflicht!), Raucher-Räume einzurichten (§ 30 ASchG),
- » Entfall der Meldepflichten bei zulässiger Wochenend- und Feiertagsarbeit bei Bauarbeiten im öffentlichen Interesse und bei Messen (§§ 12 Abs 3 und 17 Abs 7 ARG)
- » Wegfall der erweiterten Ruhepausen (§ 11 Abs 6 AZG)
- » Vorzeitiger Mutterschutz: Facharztbestätigung genügt (bisher war zusätzlich ein Zeugnis eines Arbeitsinspektionsarztes oder eines Amtsarztes notwendig, § 3 Abs 3 MSchG; (Inkrafttreten mit 1.1.2018)
- » Entfall der Antrags- und Bescheidpflicht für Beschäftigung von Schwangeren, die ausschließlich am Wochenende arbeiten (§ 7 Abs 2 Z. 4 MSchG)

#### Gewerbeordnung – Anwendung von Kollektivverträgen (KV)

Die Anwendung des KV richtet sich nach der Zugehörigkeit zum Fachverband und diese wiederum nach der Gewerbeberechtigung. Gehört ein Betrieb nur einem Fachverband an, muss er grundsätzlich auch nur dessen KV anwenden. Unter bestimmten (seltenen) Voraussetzungen ist in Zukunft der KV eines anderen Fachverbands anzuwenden:

- » Eine Tätigkeit wird aufgrund eines sonstigen Rechts gemäß § 32 Abs 1a GewO ausgeübt.
- » Die Tätigkeit wird in einem eigenen Betrieb oder einer organisatorisch und fachlich abgegrenzten Betriebsabteilung (§ 9 Abs 2 ArbVG) ausgeübt. UND:
- » Ohne die Anwendung eines weiteren KV wäre auf diese Tätigkeit kein KV anwendbar.

Beispiel: Ein Fitnessstudio (= Freizeitbetrieb, KV-frei) betreibt im Rahmen des Nebenrechts in einem eigenen Betrieb ein freies Gastgewerbe. Für den dortigen AN gilt nun der KV Gastgewerbe.

#### Kündigungsschutz: Ältere Arbeitnehmer

Ältere AN haben einen erhöhten Kündigungsschutz. Bisher konnten sich AN, die ab 50 Jahren eingestellt wurden, in den ersten 2 Dienstjahren nicht auf diesen erhöhten Kündigungsschutz berufen. Diese Frist wird nun gestrichen, sodass für Neueinstellungen unbefristet nicht der erhöhte Kündigungsschutz für Ältere gilt, sondern nur mehr der normale Kündigungsschutz. Die Neuerung gilt für Dienstverhältnisse, die ab 1.7.2017 begründet werden. Das ist ein Anreiz, ältere Mitarbeiter einzustellen.

#### Beschäftigungsbonus für zusätzliche Arbeitsverhältnisse

Zusätzliche Dienstverhältnisse werden ab 1.7.2017 massiv gefördert. Die Fördervoraussetzungen sind allerdings komplex:

- » Der Antrag auf Förderung ist bei der austria wirtschaftsservice (aws) zu stellen und neben dem Betriebsinhaber auch vom Wirtschaftsprüfer/Steuerberater zu unterfertigen.
- » Es werden bis zu 50 Prozent der vom DG zu tragenden Lohnnebenkosten für maximal 3 Jahre gefördert.
- » Zusätzlich ist ein Arbeitsplatz dann, wenn der Beschäftigtenstand im Jahresvergleich (5 Stichtage, der höchste Wert zählt) erhöht wird. Verschiebungen von Beschäftigten im Konzern oder Aus- und Umgründungen von Unternehmen, um in den Genuss der Förderung zu kommen, sollen weitgehend eingeschränkt werden. Der AN darf in den letzten 6 Monaten nicht im Konzernverbund in einem Arbeitsverhältnis oder als Leih-AN tätig gewesen sein. Der Wirtschaftsprüfer/Steuerberater muss diesbezügliche Bestätigungen ausstellen.
- » Der zusätzlich beschäftigte AN muss:
  - in den letzten 3 Monaten zumindest einmal beim AMS arbeitslos gemeldet gewesen sein und entweder ö Staatsbürger, EWR-Bürger im Besitz einer EU-Anmeldebescheinigung oder Drittstaatsangehöriger mit geeigneten Aufenthaltstitel (etwa Rot-Weiß-Rot-Karte plus) sein oder
  - in den letzten 12 Monaten zumindest 4 Monate an einer Ausbildung einer ö Bildungseinrichtung teilgenommen haben („Bildungsabgänger“) oder
  - in den letzten 12 Monaten in Ö mindestens 4 Monate (voll- oder teilversichert, Geringfügigkeit reicht) erwerbstätig („Jobwechsler“) gewesen sein.
- » Das zusätzlich geschaffene förderfähige Arbeitsverhältnis muss mindestens 38,5 Wochenstunden umfassen und mindestens 4 Monate dauern.
- » Gefördert werden jene Lohnnebenkosten, die nach der Antragstellung über

die Dauer von 3 Jahren nachweislich gezahlt werden. Obergrenze ist die ASVG-Höchstbeitragsgrundlage.

- » Abrechnungsstichtag und Auszahlung: Innerhalb von 3 Monate nach Ende des ersten Abrechnungszeitraums (1 Jahr nach Beginn des ersten förderbaren Dienstverhältnisses) ist ein Sachbericht und ein zahlenmäßiger Nachweis der gezahlten Dienstgeberbeiträge vorzulegen. Die Förderung wird nach einer Überprüfung der Fördervoraussetzungen binnen 3 Monaten ausgezahlt. Diese Vorgangsweise wiederholt sich in den beiden Folgejahren.
- » Ausschluss von Doppelförderungen: Eine Kombination mehrerer Förderungen (etwa AMS-Eingliederungsbeihilfe und Beschäftigungsbonus für dieselbe Person) ist ausgeschlossen.

Die Fördervoraussetzungen sind komplex. FAQ unter <https://www.beschaeftigungsbonus.at/>

### Entfall der Aushangpflicht von Arbeitnehmerschutz-Gesetzen

Ab 1. Juli 2017 entfallen die Pflichten des Arbeitgebers, Gesetze und Verordnungen zum Arbeitnehmerschutz im Betrieb aufzulegen. Dies ist Teil des Deregulierungspakets der Regierung, mit dem Unternehmen durch die Vereinfachung von Verwaltungsvorgängen entlastet werden. 200.000 Unternehmen, also alle, die Arbeitnehmer beschäftigen, profitieren davon.

## SOZIALRECHT

### Rechtssicherheit für Selbständige (SV-ZG)

Mehrere Neuerungen schaffen mit 1. Juli 2017 mehr Rechtssicherheit für Selbstständige:

- » Die SVA ist künftig in das Zuordnungsverfahren eingebunden: Im Verfahren zur Klärung der Versicherungszuordnung bestehen wechselseitige Verständigungspflichten zwischen GKK und SVA. Das Verfahren wird in 3 Fällen eingeleitet, nämlich im Rahmen einer GPLA-Prüfung, aufgrund der Vorabprüfung und der freiwilligen Überprüfung auf Antrag des Versicherten oder seines Auftraggebers.
- » Bei der Neuanmeldung von Neuen Selbständigen und bestimmten freien Gewerben, die zwischen GKK und SVA einvernehmlich bestimmt werden, wird anhand eines Fragebogens geprüft, ob eine selbständige oder unselbständige Tätigkeit vorliegt (Vorabprüfung).
- » Wird im Rahmen einer GPLA ein Sachverhalt festgestellt, der zu einer rückwirkenden Umqualifizierung eines Selbständigen führen könnte, so muss die SVA ohne Aufschub verständigt werden. Weitere Ermittlungen sind von der GKK und SVA durchzuführen.
- » Weiters kann der Selbständige oder sein Auftraggeber die Überprüfung der Versicherungszuordnung beantragen. Die Entscheidung ist für spätere Prüfungen bindend, solange sich der maßgebliche Sachverhalt nicht ändert und keine falschen Angaben gemacht wurden.
- » Im Falle einer Umwandlung sind die an die SVA bereits gezahlten Beiträge an die GKK zu überweisen und auf die geschuldeten Beiträge des Dienstgebers anzurechnen. Die Beitragsschuld des neuen DG verringert sich dadurch.

### Frühinterventionsmaßnahmen, Grundsatz Rehabilitation vor Pension

Mit den Sozialversicherungs-Änderungsgesetzen 2016 und 2017 hat die Bundesregierung Vorschläge der Sozialpartner umgesetzt, damit der Grundsatz „Rehabilitation und Reintegration in den Arbeitsmarkt vor Pension“, der in der Praxis kaum funktioniert, endlich wirksam wird:

- » Einführung von „Early Intervention“: Krankenkassen laden Versicherte, die mindestens 28 Tage im Krankenstand sind, zu einem Informationsgespräch über Unterstützungsleistungen ein.
- » bessere Verknüpfung von medizinischen und beruflichen Rehabilitationsmaßnahmen;
- » Schaffung einer neuen „medizinisch-beruflich orientierten Rehabilitation“ (MBOR): Medizinische Rehabilitationsmaßnahmen sollen sich an der Arbeitswelt orientieren. Die Rehabilitation soll nach den individuellen Bedürfnissen, v.a. der beruflichen Tätigkeit des Versicherten ausgerichtet sein.
- » Präventive Rehabilitation: Auch Versicherte ohne Berufsschutz, die jedoch einmal eine Qualifikation erworben haben, haben bei (drohender) Invalidität einen Rechtsanspruch auf berufliche Rehabilitationsmaßnahmen.

Die Maßnahmen traten (z.T. rückwirkend) mit 1.1.2017 in Kraft.

### Verschiebung der Einführung der monatlichen Beitragsgrundlagenmeldung (mBGM) auf 1.1.2019

Die Einführung der monatlichen Beitragsgrundlagenmeldung an die Gebietskrankenkassen ist mit einer bedeutenden Systemumstellung in der Lohnverrechnung für Dienstgeber und Sozialversicherungsträger verbunden. Es konnte nun erreicht werden, dass der Einführungstermin vom 1.1.2018, wie bisher gesetzlich vorgesehen, auf den 1.1.2019 verschoben wird (§ 689 Abs 1 Z 2 ASVG nF).

Gesetzlich ist weiters vorgesehen, dass im Kalenderjahr 2018 ein Testbetrieb mit den Lohnsoftwareherstellern sowie ein organisierter Produktions-testbetrieb mit Dienstgebern durchzuführen ist. Die Änderung wurde bereits im Nationalrat beschlossen.

## ZOLLRECHT:

### Vereinfachung bei Langzeit-Lieferantenerklärung

Wir möchten Sie informieren, dass eine Forderung der Wirtschaftskammer Österreich im Zollrecht umgesetzt wurde. Der Artikel 62 der Durchführungsverordnung zum Zollkodex der Union ließ nur die Ausstellung von Langzeit-Lieferantenerklärungen (LLE) mit einer Gültigkeit ab dem Tag der Unterzeichnung zu.

Mit der Durchführungsverordnung der Kommission vom 8.6.2017 wurde eine Berichtigung sowie Änderung der Durchführungsverordnung 2015/2447 mit Einzelheiten zur Umsetzung von Bestimmungen festgelegt. Als Beispiel sei hier die Möglichkeit erwähnt, eine einzige Langzeit-Lieferantenerklärung sowohl für Waren, die am Tag der Unterzeichnung der LLE bereits geliefert wurden, als auch für Waren, die nach diesem Datum geliefert werden, auszustellen. Die LLE gilt für Sendungen, die max. vor 12 Monaten erfolgten und darf eine Gesamtgeltungsdauer von 24 Monaten nicht überschreiten. Nähere Informationen sowie die geltende Fassung des Artikels 62 der Durchführungsverordnung finden Sie unter <https://www.wko.at/service/aussenwirtschaft/Vereinfachung-bei-langzeit-lieferantenerklaerung.html>

## KARTELLRECHT:

### Der Schutzverband gegen unlauteren Wettbewerb informiert: Kartellrechtsnovelle 2017 in Kraft getreten

Wie bereits vom Schutzverband berich-

tet, war die EU- Kartellschadenersatzrichtlinie (RL 2014/104/EU) von den Mitgliedstaaten binnen zwei Jahren umzusetzen, und zwar mit dem Ziel, die Geltendmachung von Schadenersatzansprüchen nach „Wettbewerbsrechtsverletzungen“ (Kartellrechtsverstößen) zu erleichtern. Auf diese Weise soll ergänzend zur behördlichen Verfolgung von Wettbewerbsbeschränkungen das „private enforcement“ (die Ahndung von Kartellrechtsverstößen durch Geschädigte auf Basis zivilrechtlicher Klagen) gestärkt werden. Die Novelle (Kartell- und Wettbewerbsrechts-Änderungsgesetz 2017 – KaWeRÄG 2017, BGBl. I Nr. 56/2017) bringt eine grundlegende Neufassung der bestehenden Schadenersatz-Regelung im Kartellgesetz (KartG). Die Bestimmungen gelten nicht nur für Kartelle (wettbewerbsbeschränkende Absprachen) sondern auch für den Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung. Ausgehend von begrifflichen Definitionen, die von der EU-Richtlinie vorgegeben waren, wurde der entsprechende Abschnitt des KartG durch wesentliche materiellrechtliche und prozessuale Sonderregelungen ergänzt. So beträgt die Verjährungsfrist für einschlägige Ersatzansprüche fünf Jahre (anstatt drei Jahre wie für allgemeine Schadenersatzansprüche), der Ersatz des Schadens umfasst jedenfalls auch den entgangenen Gewinn und es gilt grundsätzlich die (widerlegliche) Vermutung, dass ein Kartell zwischen Wettbewerbern einen Schaden verursacht. Gesetzlich festgeschrieben ist auch die solidarische Haftung jedes der am Kartellrechtsverstoß beteiligten Unternehmen, von der allerdings (genauer definierte) kleine oder mittlere Unternehmen ausgenommen sind. Entsprechend den komplexen prozessualen Fragen, die sich bezüglich der Offenlegung von Beweismitteln in solchen „follow on“-Schadenersatzprozessen stellen, sind die einschlägigen Regelungen besonders umfassend und detailreich.

Auch andere wichtige Punkte, wie die Hemmung der Verjährung des Ersatzanspruchs während der Dauer des wettbewerbsbehördlichen Verfahrens, wurden genau geregelt. Die neuen Schadenersatzregelungen sind auf den Ersatz von Schäden anzuwenden, die nach dem 26. Dezember 2016 (bis zu diesem Datum hätte die EU-Richtlinie umgesetzt sein müssen) entstanden sind.

*Neben diesen richtlinienbedingten Ergänzungen gibt es noch weitere Änderungen im KartG:*

So wird künftig (ab 1. November 2017) bei der Anmeldepflicht für Unternehmenszusammenschlüsse auch auf den Wert der Gegenleistung für den Zusammenschluss abgestellt (mehr als 200 Millionen €), wenn das zu erwerbende Unternehmen „in erheblichem Umfang im Inland tätig“ ist. Grund dafür ist, dass sonst manche kritische Unternehmensübernahmen – etwa im digitalen bzw. IT-Bereich, aber auch bei Verkehrsunternehmen – wegen relativ geringer Umsätze des gekauften Unternehmens keiner Fusionskontrolle unterworfen wären, obwohl bei diesen Transaktionen Milliardenbeträge für Technologien oder Daten gezahlt werden bzw. auch marktbeherrschende Stellungen entstehen könnten. Verfahrensrechtlich neu ist (unter anderem), dass das Kartellgericht nicht nur stattgebende sondern auch ab- oder zurückweisende, rechtskräftige Entscheidungen zu veröffentlichen hat (auch über Anträge auf Erlassung einstweiliger Verfügungen) und zudem bei Settlement-Vereinbarungen keine verkürzten, begründungslosen Entscheidungen mehr zulässig sind. Da häufig kritisiert wurde, dass kartellgerichtliche Entscheidungen oft von Sachverständigen-Gutachten geprägt seien, die praktisch nicht überprüft werden könnten, ist ab jetzt ein Rekurs gegen eine Entscheidung auch dann möglich, wenn sich „aus den Akten erhebliche Bedenken gegen die Richtigkeit der Entscheidung des Kartellgerichts zugrunde gelegten entscheidenden Tatsachen ergeben“. Die Änderungen im Wettbewerbsgesetz (WettbG) betreffen im Wesentlichen die Anpassung der Kronzeugen-Regelung an die EU-Schadenersatz-Richtlinie und die Regelung der Voraussetzungen für die Offenlegung von Beweismitteln durch die Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) in Schadenersatzverfahren. Weiters wurde klargestellt, dass die BWB berechtigt ist, im Rahmen einer Hausdurchsuchung auf sämtliche geschäftlichen Unterlagen zuzugreifen, auf die „im oder vom Unternehmen aus zugegriffen werden kann, unabhängig davon, in welcher Form diese vorliegen“. Nach den Gesetzeserläuterungen sollen damit insbesondere auch Daten erfasst werden können, die auf externen Servern oder in Clouds gespeichert wurden. Schließlich wurde die Bestimmung über „Kaufmännisches Wohlverhalten“ im Nahversorgungsgesetz (NVG) ergänzt und auch das Fordern von „besonderen Ausstattungen, Rücknahmeverpflichtungen oder Haftungsübernahmen“ für unzulässig erklärt.

#### LEHRAUSBILDUNG:

##### *LAP: höhere Förderung für Vorbereitungskurse*

Vorbereitungskurse auf die ordentliche Lehrabschlussprüfung wurden bisher bis maximal 250 Euro gefördert. Ab 01.07.2017 werden die vollen marktkonformen Kosten übernommen, wenn der Lehrling den Vorbereitungskurs auf die LAP selbst bezahlt. Mit der erhöhten Förderung will die Lehrlingsstelle Steiermark die Erfolge bei der Lehrabschlussprüfung steigern und insgesamt die Qualität in der Lehrlingsausbildung noch weiter verbessern. Hat der Lehrling den Vorbereitungskurs auf die LAP selbst bezahlt, so kann ihm auf Basis der Förderungen nach dem Berufsausbildungsgesetz der volle Kursbeitrag ersetzt werden. Förderanträge sind bei der Lehrlingsstelle der Wirtschaftskammer Steiermark einzureichen.

##### *Wichtige Hinweise:*

- » Der letzte Tag des Vorbereitungskurses muss innerhalb des Zeitraumes von zwölf Monaten vor dem vereinbarten Lehrzeitende und 36 Monate nach dem tatsächlichen Lehrzeitende liegen.
- » Antragsberechtigt sind alle Lehrlinge gemäß Berufsausbildungsgesetz (BAG) und Lehrlinge von Gebietskörperschaften.
- » Antragsfrist: Der Förderantrag muss spätestens sechs Monate nach Ende des Vorbereitungskurses bei der Lehrlingsstelle eingelangt sein.
- » Die Neuregelung gilt für Kurse, deren letzter Tag nach dem 30.06.2017 liegt.

#### **ZUM THEMA SCHUTZVERBAND:**

##### **SCHUTZVERBAND GEGEN UNLAUTEREN WETTBEWERB IM WIRTSCHAFTSKAMMERGESETZ VERANKERT**

Der Schutzverband ist mit der letzten Novelle in den § 72 Abs 6 WKG und die Standard- und Musterverordnung nach dem DSG aufgenommen worden. Diese gesetzliche Verankerung des Schutzverbandes im Rahmen der Wirtschaftskammerorganisation ist nicht nur eine wichtige datenschutzrechtliche Grundlage bzw. Absicherung in der Zusammenarbeit mit den über 600 Fachorganisationen als Mitglieder, sondern auch eine Anerkennung des Einsatzes bei der gemeinsamen Verhinderung von unbefugter Gewerbeausübung in Zusammenarbeit mit den Fachorganisationen und Pfuscherbekämpfungsstellen aller Wirtschaftskammern Österreichs.



## KREATIVWIRTSCHAFTS- GESCHICHTE 2017

*Der Wettbewerb für dich  
und deine Kunden!*

Die Kreativwirtschaft Austria der WKÖ sucht die beste Geschichte, die Kreativschaffende mit ihren Kunden aus der

haben, Ihre Kundinnen und Kunden bei der Digitalisierung zu unterstützen? Haben Sie einzelne Prozesse digitalisiert, eine Social Media Strategie entwickelt oder durch Gamification Ihren Kunden zu mehr Umsatz verholten? Kurz: Wie Sie zusammen die beste Kreativwirtschaftsgeschichte 2017 geschrieben haben.

Wirtschaft gemeinsam geschrieben und so Mehrwert und Umsatz geschaffen haben. Einreichen dürfen Kreativschaffende und ihre Kunden. Als Preis winkt die professionelle Verfilmung ihrer gemeinsamen Erfolgsgeschichte.

### Erzähl uns deine Geschichte!

Uns interessiert vor allem wie aus 1 und 1 im kreativen Prozess zwischen Auftraggebenden und Auftragnehmenden, mehr als nur 2 geworden ist. Wie Sie auf die Lösung gekommen oder über das Problem gestolpert sind. Wie Sie es geschafft

Reichen Sie ihre Geschichte jetzt ein unter [kreativwirtschaft.at/kreativwirtschaftsgeschichte2017](http://kreativwirtschaft.at/kreativwirtschaftsgeschichte2017)

DEADLINE ZUR EINREICHUNG:  
13. Oktober 2017

## ES IST SOWEIT:

# Der Handel hat ein neues Gehaltsschema

Als „Meilenstein“ bezeichneten die GPA-djp (Gewerkschaft der Privatangestellten, Druck, Journalismus, Papier) und der Obmann der Bundessparte Handel in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), Peter Buchmüller, die nun nach über drei Jahren erreichte Einigung auf ein umfassendes neues Gehaltssystem im Handel. Aus Sicht der Sozialpartnerschaft wurde eine weitreichende Lösung erreicht, die die heimische Handelslandschaft auf völlig neue Beine stellt. Qualität stand bei den Verhandlungen im Vordergrund, sodass nun eine komplett neue Gehaltsordnung für 404.000 Beschäftigte und 80.000 Betriebe vorliegt.

Eckpunkte der Verhandlungen sind Vereinfachungen durch künftig eine einheitliche Gehaltstafel und ein einheitliches Gehaltsgebiet für den gesamten Handel“, führt Handelschef Peter Buchmüller aus. „Mit einem höheren Einstiegsgehalt von 1600 Euro lässt der Handel das Image der Niedriglohnbranche endgültig hinter sich und gewinnt durch Anerkennung der Karenzzeiten an Attraktivität. Durch die Deckelung der Vordienstzeiten auf sieben Jahre werden erfahrene Mitarbeiter wieder leistbarer.“

### Die Eckpunkte des neuen Gehaltsschemas:

- » Mit höheren Einstiegsgehältern für Berufseinsteiger trägt die neue Gehaltsordnung der demographischen Entwicklung Rechnung. Durch das Einstiegsgehalt von € 1.600 für Angestellte mit kaufmännischer Ausbildung und eine Ausweitung der Anrechnung von Karenzzeiten stärkt der Handel seine Positionierung als attraktiver Arbeitgeber und lässt das Image der Niedriglohnbranche endgültig hinter sich.
- » Im Gegenzug bewirkt eine deutliche Reduzierung der Anrechnung von Vordienstzeiten (max. 7 Jahre) und eine grundsätzlich flachere Gehaltskurve, dass erfahrene StellenbewerberInnen wieder leistbar werden.
- » Das neue Beschäftigungsgruppenschema bietet durch klare, auf die moderne Berufswelt zugeschnittene Tätigkeitsbeschreibungen Rechtssicherheit. Eine Gehaltstabelle anstatt von bisher acht Tabellen und zwei Gehaltsgebieten bringt zudem eine deutliche Vereinfachung.
- » Für die optimale Umsetzung der neuen Gehaltsordnung in den Unternehmen wurde ausreichend Zeit eingeplant. Die Unternehmen haben beginnend mit dem 01.12.2017 vier Jahre lang Zeit um ins neue Gehaltssystem zu wechseln. Dies erfolgt zu einem Stichtag, den das Unternehmen frei wählen kann.
- » Vorgesehen ist ein Übertritt der gesamten Belegschaft zum selben Zeitpunkt um ein paralleles Führen von zwei Gehaltssystemen zu vermeiden.

„Es ist uns gelungen, ein modernes Beschäftigungsgruppenschema sowie ein attraktives Gehaltssystem, das jüngeren Mitarbeitern attraktive Einstiegsgehälter bietet, zu schaffen. Im Gegenzug werden durch eine neue Methodik in der Anrechnung von Vordienstzeiten MitarbeiterInnen mit Berufserfahrung für uns Händler wieder leistbar.“

Gerhard Wohlmut, Obmann der Sparte Handel

### Rechtssicherheit durch neuen Handels-KV

Aus Sicht der Gewerkschaft wurde Rechtssicherheit für Angestellte geschaffen, die mit All-In Vertrag arbeiten: „Für die Betroffenen ist oft nur schwer nachvollziehbar, wie viele Überstunden und Mehrleistungen mit einem All-in Vertrag tatsächlich abgegolten werden. Es besteht auch der weitverbreitete Irrglaube, dass ein All-In Vertrag den Kollektivvertrag oder das Arbeitszeitgesetz außer Kraft setzt. Umso wichtiger und wertvoller ist die neue Regelung: das kollektivvertragliche Mindestgehalt und eine Überzahlung sind anzuführen und bilden das Grundgehalt, die Entlohnung der Überstunden ist extra anzuführen.“

Auch Iris Thalbauer, Geschäftsführerin der Bundessparte Handel, unterstreicht den Aspekt der Rechtssicherheit durch den vorliegenden neuen Handels-KV: „Nunmehr werden die Tätigkeiten in den Beschäftigungsgruppen detailliert beschrieben. Bisher war das nicht der Fall, was oft zu Rechtsstreitigkeiten vor den Gerichten führte. Betriebe haben vier Jahre Zeit, um in den neuen Kollektivvertrag umzusteigen. Für Handelsunternehmen wurde damit bis 2021 ein Übergangszeitraum geschaffen, der so auf die Bedürfnisse der Handelsbetriebe Rücksicht nimmt und diese durch die getroffenen Maßnahmen nicht überfordert.“

Im Hinblick auf die nun getroffene Einigung sieht Thalbauer aber auch gleichzeitig den Startschuss für weitere Gespräche, um in einem nächsten Schritt Verhandlungen zur Vereinfachung der Öffnungszeitenzuschläge erfolgreich zu einem Abschluss zu bringen.

# wko **thema**

## Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)

Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) tritt am 25. Mai 2018 in Geltung. Sie ist europaweit gültig und wird sich auch auf alle österreichischen Unternehmen auswirken. Die wichtigsten Veränderungen hier im Überblick:

### Fakten:

- » Die neue DSGVO der EU regelt künftig den Umgang mit personenbezogenen Daten. Es wird darin u.a. vorgegeben, unter welchen Voraussetzungen Ihr Unternehmen diese Daten (z.B. Daten Ihrer Kunden) verarbeiten darf.
- » Merken Sie sich das Datum 25. Mai 2018 vor! Dann tritt die DSGVO in Geltung. Bis dahin muss Ihr Unternehmen entsprechende Anpassungen vornehmen.
- » Tun Sie das nicht, drohen merklich höhere Strafen als bisher: Bis zu 20 Millionen € oder bis zu 4 Prozent des weltweiten Jahresumsatzes Ihres Unternehmens sind im Extremfall möglich.
- » Die DSGVO gilt für alle EU-Mitgliedstaaten. Alle Unternehmen sind von den umfangreichen Neuerungen betroffen – von Ein-Personen-Unternehmen bis zum Großbetrieb.
- » Die DSGVO enthält zahlreiche Öffnungsklauseln und lässt den nationalen Gesetzgebern Spielräume. In Österreich wurde daher am 29. Juni 2017 das Datenschutz-Anpassungsgesetz 2018 vom Nationalrat beschlossen. Dieses tritt am 25. Mai 2018 in Kraft.

### Auch wenn durch die neue EU-Verordnung viel Arbeit auf die Unternehmen zukommt, so gibt es auch entscheidende Vorteile:

- » Klare Datensätze: Übersicht und Kontrolle über die gespeicherten Daten im eigenen Unternehmen sind ein klarer Vorteil. Sehen Sie die neuen gesetzlichen Grundlagen als Chancen, ihren Datenbestand aufzuräumen und neu zu strukturieren.
- » Wettbewerbsvorteil: Wer als Unternehmen transparent arbeitet und Daten gewissenhaft behandelt, schafft Vertrauen und kann damit im Wettbewerb punkten.
- » Guter Service: Gibt das Unternehmen auf Nachfrage rechtskonforme Auskunft, fördert das den Kundenkontakt und sorgt in Folge für eine gute Reputation und ein positives Unternehmensimage.



## CHECKLISTE: So machen Sie Ihr Unternehmen datenschutzfit!

Mit der Beantwortung dieser Fragen, stellen Sie sicher, dass Ihr Unternehmen die erforderlichen Schritte setzt und die Vorgaben der DSGVO erfüllt:

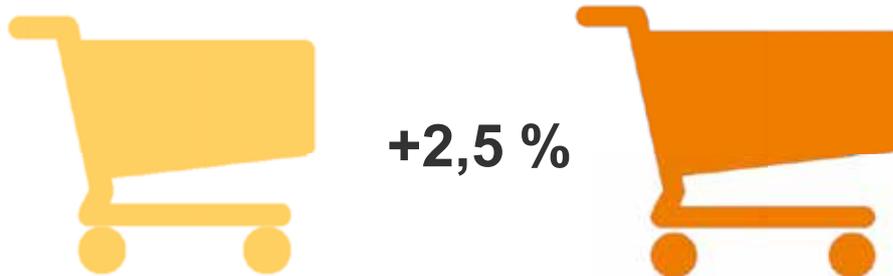
- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>» Welche personenbezogenen Daten (z.B. Name, Geburtsdatum) verarbeitet mein Unternehmen?</li> <li>» Verarbeitet mein Unternehmen sensible Daten (Gesundheitsdaten, Infos über ethnische Herkunft, politische Meinung etc.)?</li> <li>» Welche Datenanwendungen gibt es bereits in meinem Betrieb?</li> <li>» Was sind die Zwecke der Datenverarbeitungen?</li> <li>» Was ist die Rechtsgrundlage der Datenverarbeitungen?</li> <li>» Bietet mein Unternehmen Kindern Dienste der Informationsgesellschaft an?</li> <li>» Gibt es Datenverkehr mit dem EU-Ausland?</li> <li>» Erfolgt ein so genanntes Profiling (z.B. eine automationsgestützte Analyse der Kreditwürdigkeit von Kunden)?</li> <li>» Werden Auftragsverarbeiter herangezogen?</li> <li>» Welche Datensicherheitsmaßnahmen sind schon vorhanden (z.B. Pseudonymisierung, Verschlüsselung)?</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>» Wie erfülle ich die Dokumentationspflicht (Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeiten)?</li> <li>» Welche Vorkehrungen gegen Datenschutzverletzungen existieren bereits in meinem Unternehmen?</li> <li>» Besteht ein hohes Risiko für die Rechte und Freiheiten von Betroffenen und muss deshalb eine Datenschutz-Folgenabschätzung erstellen werden?</li> <li>» Brauche ich einen Datenschutzbeauftragten?</li> </ul> <p><b>Um optimal vorbereitet zu sein, sind außerdem diese Schritte entscheidend:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Legen Sie die Umsetzungsmaßnahmen fest, die sich aufgrund der Checkliste ergeben.</li> <li>» Bestimmen Sie jemanden im Unternehmen, der für Datenschutz und die Umsetzung der DSGVO-Maßnahmen zuständig ist.</li> <li>» Erstellen Sie einen Zeit- und Budgetplan.</li> </ul> |
|---|---|

Die oben abgebildete Checkliste und viele weitere wichtige Information zur Datenschutz-Grundverordnung finden Sie unter: [https://news.wko.at/news/oesterreich/WKO-Folder-DSGVO\\_300617-Screen-Final\\_2.pdf](https://news.wko.at/news/oesterreich/WKO-Folder-DSGVO_300617-Screen-Final_2.pdf)

# KMU FORSCHUNG AUSTRIA: Konjunktorentwicklung im ersten Halbjahr 2017 (Jänner-Juni)

## KONJUNKTURAUFSCWUNG IM ERSTEN HALBJAHR 2017: +2,5 %

Der Konjunkturaufschwung in der österreichischen Wirtschaft hat auch den Einzelhandel erreicht. Die steigende Konsumlaune der ÖsterreicherInnen bescherte dem stationären Einzelhandel im ersten Halbjahr 2017 deutliche Umsatzzuwächse. Dies zeigt die aktuelle Konjunkturbeobachtung der KMU Forschung Austria im Auftrag der Sparte Handel der Wirtschaftskammer Österreich.



Die Umsatzentwicklung im ersten Halbjahr 2017 weist mit +2,5 % (gegenüber dem ersten Halbjahr 2016) ein deutlich höheres nominelles Wachstum als im Gesamtjahr 2016 (+0,9 % im Vergleich zur Vorjahresperiode) auf. Der stationäre Einzelhandel verzeichnet somit das höchste nominelle Wachstum seit dem Jahr 2010. Getragen wird der Konjunkturaufschwung vor allem vom Lebensmitteleinzelhandel, der größten Einzelhandelsbranche.

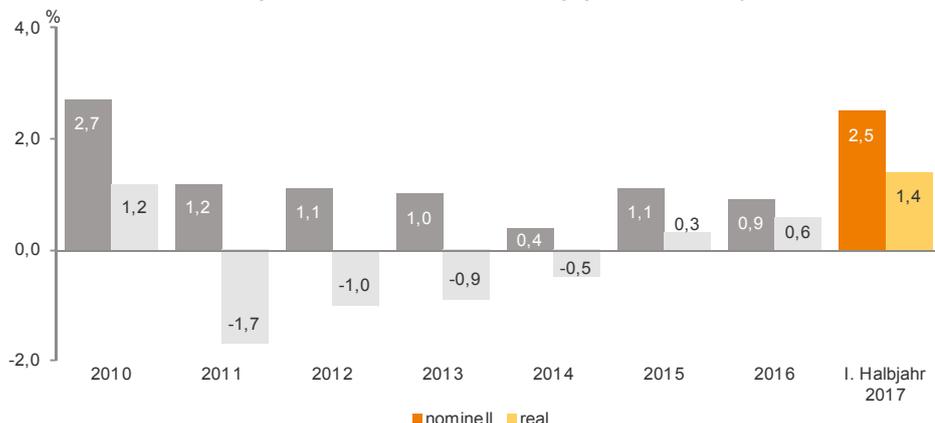
Unter Berücksichtigung der Preisentwicklung im stationären Einzelhandel führt das nominelle Umsatzwachstum von +2,5 % zu einem realen Plus von +1,4 % im ersten Halbjahr 2017. Dies ist die beste Entwicklung des Absatzvolumens in der betrachteten Zeitreihe ab 2010.

## KONJUNKTURELLER AUFWÄRTSTREND IM LAUFE DES ERSTEN HALBJAHRES

Der stationäre Einzelhandel erzielt sowohl im I. als auch im II. Quartal 2017 Umsatzsteigerungen, wobei die Zuwachsraten im II. Quartal höher ausgefallen sind.

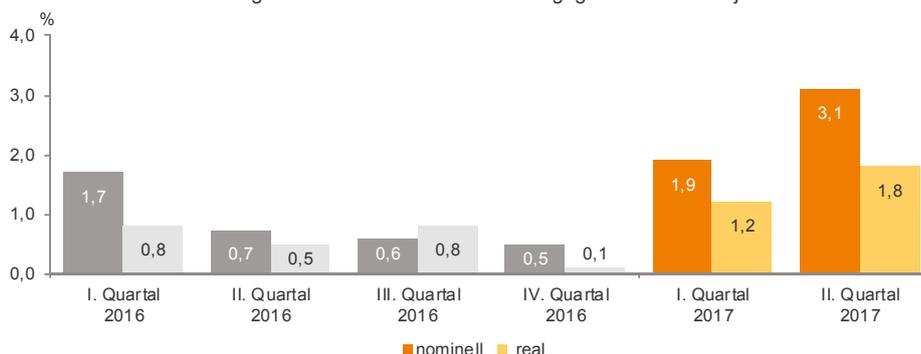
Die Umsätze liegen in vier von sechs Monaten (Jänner, März, Mai, Juni) über dem Vorjahresniveau. Die Wetterabhängigkeit einzelner zentraler Einzelhandelsbranchen (u. a. Einzelhandel mit Bekleidung, Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkerbedarf) hat die Umsatzentwicklung von März und April stärker beeinflusst als die Verschiebung des Ostergeschäfts. So ist es im März 2017 (im Vergleich zum Vorjahr „fehlendes“ Ostergeschäft bei gleichzeitig hohen Temperaturen) zu Umsatzsteigerungen gekommen, während die Erlöse im April (im Vergleich zum Vorjahr „zusätzliches“ Ostergeschäft jedoch niedrige Temperaturen) stagniert haben.

Grafik 1 Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel 2010 – I. Halbjahr 2017  
Veränderungen nominell und real in Prozent gegenüber dem Vorjahr



Der absolute Umsatz im stationären Einzelhandel in Österreich erhöht sich von rd. € 33,1 Mrd im ersten Halbjahr 2016 auf rd. € 33,9 Mrd (brutto, inkl. Ust.) im ersten Halbjahr 2017 bzw. von rd. € 28,3 Mrd auf rd. € 29,0 Mrd (netto, exkl. Ust.). Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies ein konjunkturell bedingtes Umsatzwachstum von rd. +€ 800 Mio (brutto, inkl. Ust.).

Grafik 2 Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel  
I. Quartal 2016 – II. Quartal 2017  
Veränderungen nominell und real in Prozent gegenüber dem Vorjahr



**EINZELHANDEL MIT LEBENSMITTELN IST WACHSTUMSSIEGER**

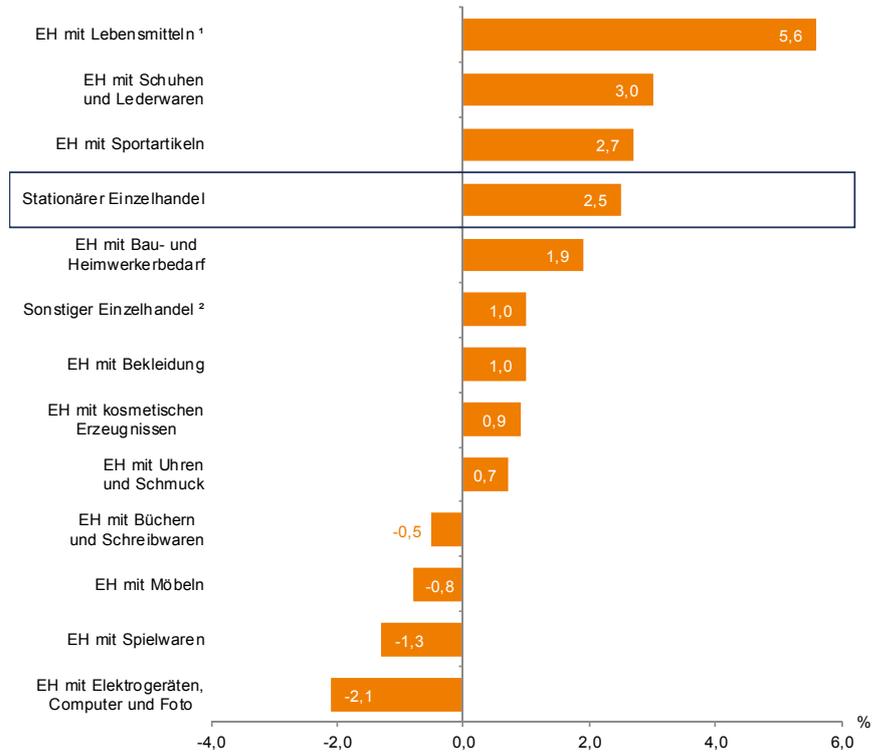
Im ersten Halbjahr 2017 sind die Umsätze im Lebensmitteleinzelhandel mit einem nominellen Plus von +5,6 % mit Abstand am stärksten gestiegen. Im Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren (+3,0 %) sowie im Sportartikeleinzelhandel (+2,7 %) ist das Wachstum ebenfalls höher als im Einzelhandelsdurchschnitt (+2,5 %). Erfreulich ist zudem die positive Entwicklung des Bekleidungseinzelhandels (+1,0 %) – nach Umsatzrückgängen in den Jahren 2015 und 2016.

**PREISERHÖHUNGEN WEITERHIN UNTER DER INFLATIONSRATE**

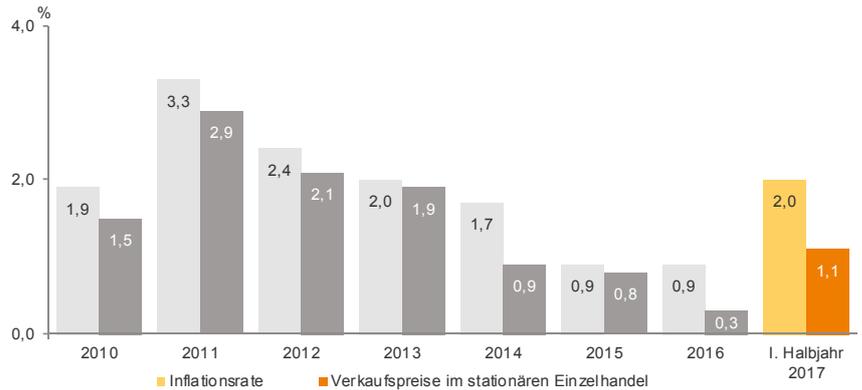
Die Verkaufspreise im Einzelhandel sind im ersten Halbjahr 2017 im Durchschnitt um 1,1 % gestiegen. Der Preisauftrieb hat damit – ausgehend vom niedrigen Niveau der Vorjahre – wieder zugenommen. Die Erhöhungen liegen jedoch weiterhin deutlich unter der Inflationsrate von 2,0 %. Preistreiber für die allgemeinen Verbraucherpreise sind vor allem Treibstoffe, Mieten und seit Mai auch Nahrungsmittel.

Die Preisentwicklungen fallen im stationären Einzelhandel von Branche zu Branche sehr unterschiedlich aus. Die im Vergleich zu den Vorjahren stärkeren Verkaufspreiserhöhungen im Einzelhandel sind zum Teil auf den Lebensmitteleinzelhandel, der größten Einzelhandelsbranche zurückzuführen.

**Grafik 3** Umsatzentwicklung ausgewählter Einzelhandelsbranchen I. Halbjahr 2017  
Veränderungen nominell in Prozent gegenüber dem Vorjahr



**Grafik 4** Inflationsrate sowie Verkaufspreise im stationären Einzelhandel, 2010 – I. Halbjahr 2017  
Veränderungen in Prozent gegenüber dem Vorjahr



**Tabelle 1** Umsatz- und Preisentwicklung ausgewählter Einzelhandelsbranchen I. Halbjahr 2017  
Veränderungen in Prozent gegenüber dem Vorjahr

	Nominelle Veränderung	Preisveränderung	Reale Veränderung
EH mit Lebensmitteln	5,6	1,3	4,3
EH mit Schuhen u. Lederwaren	3,0	0,3	2,7
EH mit Sportartikeln	2,7	-0,3	3,0
<b>Stationärer Einzelhandel</b>	<b>2,5</b>	<b>1,1</b>	<b>1,4</b>
EH mit Bau- u. Heimwerkerbedarf	1,9	1,7	0,2
Sonstiger Einzelhandel	1,0	1,6	-0,6
EH mit Bekleidung	1,0	1,2	-0,2
EH mit kosmetischen Erzeugnissen	0,9	-2,8	3,7
EH mit Uhren- und Schmuck	0,7	4,4	-3,7
EH mit Büchern und Schreibwaren	-0,5	1,9	-2,4
EH mit Möbeln	-0,8	0,8	-1,6
EH mit Spielwaren	-1,3	2,8	-4,1
EH mit Elektrogeräten, Computer, Foto	-2,1	0,3	-2,4

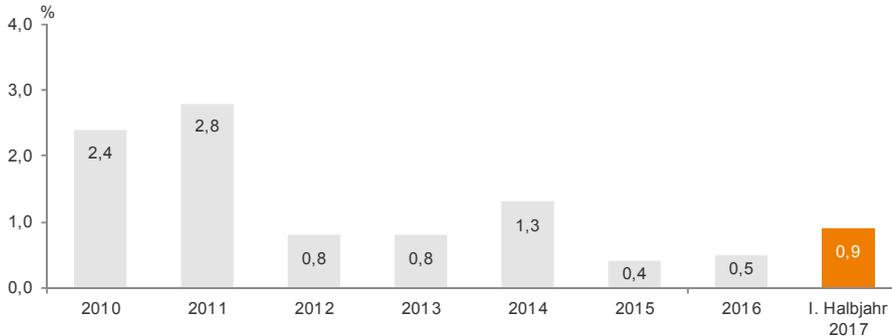
**ANSTIEG DER BESCHÄFTIGTEN-ZAHLEN: +0,9 %**



Nach Beschäftigungszuwächsen in den Jahren 2015 und 2016 von +0,4 % bzw. +0,5 % steigt die Zahl der Einzelhandelsbeschäftigten im ersten Halbjahr 2017 wieder stärker an. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2016 verzeichnet der Einzelhandel ein Beschäftigungsplus in Höhe von +0,9 % bzw. von rd. +2.800 MitarbeiterInnen. Das ist der höchste Anstieg seit dem Jahr 2014.

Damit weist der österreichische Einzelhandel im I. Halbjahr 2017 im Durchschnitt rd. 329.500 unselbstständig Beschäftigte auf. Knapp die Hälfte davon arbeitet Teilzeit. Die steigenden Beschäftigtenzahlen sind aber nicht primär auf geringfügige Beschäftigungsverhältnisse zurückzuführen. Vom Beschäftigungsplus in Höhe von rd. +2.800 MitarbeiterInnen entfallen rd. 600 auf geringfügig Beschäftigte.

**Grafik 5** Entwicklung der unselbstständig Beschäftigten<sup>1</sup> im gesamten Einzelhandel<sup>2</sup> 2010 – I. Halbjahr 2017  
Veränderungen in Prozent gegenüber dem Vorjahr



### ABFLACHEN DER WACHSTUMSDYNAMIK IN EU-28

Zwar steigen die Einzelhandelsvolumina im EU-28-Durchschnitt auch in den ersten Monaten 2017 weiter an, die hohen Wachstumsraten der Jahre 2015 und 2016 werden jedoch aktuell nicht mehr erreicht. Laut den aktuellen Konjunkturdaten von Eurostat ist das Absatzvolumen im Einzelhandel zwischen Jänner und Mai 2017 im Durchschnitt der 28 EU-Staaten deflationiert und kalenderbereinigt (real) im Vergleich zur Vorjahresperiode um +2,5 % gestiegen. 2015 lag die Wachstumsrate noch bei +3,7 %, 2016 bei +3,0 %. Geringer fällt der Anstieg des Absatzvolumens hingegen im deutschen Einzelhandel aus (+1,9 %).

### AUSBLICK GESAMTJAHR 2017: KONJUNKTURAUFSCWUNG IN ÖSTERREICH

Das WIFO rechnet für das Jahr 2017 mit dem stärksten Wirtschaftswachstum in Österreich seit 2011. Das BIP wird laut der Prognose von Juni 2017 nominell um

+3,9 % (real: +2,4 %) steigen. Impulsgeber hierfür ist vor allem die Außenwirtschaft. Der private Konsum dürfte trotz des Auslaufens der Steuerreformimpulse 2017 stabil weiter wachsen (nominell: +3,3 %, real: +1,4 %). Die günstigere Einschätzung der eigenen finanziellen Situation und der Lage auf dem Arbeitsmarkt (geringeres Arbeitsplatzrisiko) steigert die Konsumbereitschaft der ÖsterreicherInnen. Die Nachfrage nach dauerhaften Konsumgütern bleibt stärker als jene nach nichtdauerhaften Konsumgütern.

In Folge der Rohölverteuerung wird die Inflation im Gesamtjahr 2017 mit 1,8 % wieder deutlich stärker zunehmen als in den Jahren davor.

Am Arbeitsmarkt zeigen sich seit Anfang 2017 der stärkste Beschäftigungsaufbau sowie der höchste Rückgang der Arbeitslosenzahlen seit 2011. Lt. AMS-Definition geht die Arbeitslosenquote von 9,1 % (2016) auf 8,6 % (2017) zurück.

Die EinzelhändlerInnen blicken wieder etwas optimistischer auf die Geschäftsentwicklung in den nächsten Monaten. 11 % erwarten Verbesserung der Geschäftsentwicklung, 84 % rechnen mit stabilem Geschäftsverlauf und „nur mehr“ 5 % gehen von Umsatzrückgängen aus.

### AKTUELL: Konjunkturbeobachtung der KMU Forschung Austria im Einzelhandel Jänner bis Juli 2017 UMSATZVERÄNDERUNG ZUM VORJAHR IN %

	Einzelhandel		Bekleidung		Schuhe und Lederwaren		Sportartikel	
	nominell	real	nominell	real	nominell	real	nominell	real
1/2017	1,1	0,4	-0,3	-1,6	-0,9	-3,0	7,0	5,7
2/2017	-1,7	-2,3	-1,0	-1,4	-2,8	-4,3	1,0	0,4
3/2017	3,0	2,2	5,8	3,9	15,9	16,0	-5,1	-4,1
4/2017	0,0	-0,9	-6,3	-7,2	-7,4	-6,4	5,5	6,8
5/2017	4,0	2,5	6,4	4,7	10,0	10,1	5,1	5,9
6/2017	2,5	0,9	1,2	0,5	1,9	1,6	5,4	6,9
7/2017	0,2	-1,2	0,0	0,6	-0,7	1,5	-0,9	-2,5

# NEUES GÜTESIEGEL FÜR ONLINEHÄNDLER



Mehr als ein Drittel der Österreicher kauft mindestens einmal im Monat im Internet ein, so eine IMAS-Umfrage. Doch nur die wenigsten kennen den Hauptsitz der jeweiligen Onlinehändler. Deshalb hat die Wirtschaftskammer ein eigenes Gütesiegel entwickelt. „Österreichischer Onlineshop“ - das rot-weiß-rote Gütesiegel erinnert an bereits vorhandene Gütesiegel für heimische Lebensmittel. Dieses neue Zeichen steht allerdings für den Standort der Onlinehändler, also Sitz in Österreich. Denn nur ganz wenige Menschen wissen, wo sich der Hauptsitz von Onlinehändlern befindet, wie die Studie des Linzer Meinungsforschungsinstituts IMAS ergeben hat, so GF Paul Eiselsberg: „Das Wissen insgesamt ist noch relativ gering. Mit der Frage per se haben sich auch noch gar nicht so viele beschäftigt. Wiewohl uns die Menschen im gleichen Interview aber auch sagen, dass es wichtig ist, heimische Arbeitsplätze zu unterstützen. Die Kaufentscheidung hängt aber natürlich auch von Preis, Qualität und Marken ab.“



Foto: Sparte Handel Stmk

# „DAS ERFOLGREICHE VERKAUFSGESPRÄCH“

Am 21.06.2017 wurde vom Gremium Mode und Freizeit ein erstes Verkaufsseminar durch die Collonil Academy durchgeführt und von den TeilnehmerInnen sehr gut angenommen. Hier ein Gruppenfoto mit den KursteilnehmerInnen und dem Trainer von Collonil, Carsten Gövert (rechts außen im Bild).

Das Verkaufsgespräch ist der Schlüssel zum Erfolg im Einzelhandel. Dabei geht es nicht nur um die Präsentation von Ware samt den passenden Verkaufsargumenten, sondern vor allem auch um das Verständnis für die Bedürfnisse des Kunden sowie die Kunst, ein Vertrauensverhältnis zum Kunden aufzubauen.

Im Grundseminar der Collonil Academy „Das erfolgreiche Verkaufsgespräch“ wurden den Mitarbeitern des Mode- und Sportfachhandels die Grundsteine des Verkaufsgesprächs strukturiert und verständlich übermittelt.



## INHALTE DES GRUNDSEMINARS:

- » Begrüßung und Kundenansprache
- » Körpersprache
- » Bedarfsermittlung/Fragetechnik
- » Verkaufspsychologie
- » Behandlung von Einwänden (Preis/Nutzen)
- » Kaufabschluss

## HIER EIN FEEDBACKMAIL ZUM VERKAUFSSMINAR, ÜBER DAS WIR UNS SEHR GEFREUT HABEN:

*Sehr geehrte Frau Bogensberger!*

*Wir wurden gebeten, eine Art Zusammenfassung über das gestrige Seminar zu geben. Dies möchte ich sehr gerne tun.*

*Zum Vortragenden Carsten Gövert: Abgesehen von der Kompetenz des „Herrn aus Deutschland“ wurde das Seminar äußerst humorvoll, kurzweilig und spannend präsentiert. Man hat einfach gemerkt, dass es nicht nur ein „Auftrag“ oder ein „Pflichttermin für einen erkrankten Kollegen“, sondern „Herzenssache“ des Herrn Carsten Gövert war. Bitte richten Sie Ihm aus, dass ich seinen Ausführungen noch Stunden zuhören hätte können!*

*Ich selber habe für mich erkannt, dass ich im Verkauf sehr wohl alle diese Dinge beachte, welchen angeführt wurden und bin mental gestärkt aus diesem Seminar gegangen. Meine Problemstellung war – und ich habe es auch im Vorstellungsgespräch gesagt: Ich habe kein Problem Produkte im Namen von jemand anderem zu verkaufen! Mein Problem ist es: MEINE EIGENEN PRODUKTE ZU VERKAUFEN! Aber ich habe durch den gestrigen Kursus das Problem genau erkannt! Und DA mache ich weiter!!!!*

*Vielleicht haben Sie die Möglichkeit dies auch Herrn Gövert weiterzuleiten. Vielleicht freut er sich darüber!*

*Zu Ihnen, Frau Bogensberger möchte ich Folgenden sagen:*

*Ihr Engagement und Ihre Fürsorge sind beispielhaft! Ich finde generell, dass alle die ich bisher von der WKO, WIFI und Fachgruppe kennenlernen durfte, einfach ihr Bestes geben! Auch Sie sind mir schon sehr positiv aufgefallen!*

*Lange Rede – kurzer Sinn: Ich habe mein Geschäft gestern geschlossen, weil ich dieses Seminar unbedingt besuchen wollte – und es ist mir um keine Minute leid. Vielen Dank an Alle, die dies möglich gemacht haben!*

**TERMINAVISO:** Das nächste Grundseminar "DAS ERFOLGREICHE VERKAUFSGESPRÄCH" findet am 15.11.2017 statt.

Alle, die das Grundseminar absolviert haben, können dann das weiterführende Aufbauseminar "Kompetenz im Fachhandel" am 16.01.2018 besuchen.

Herzliche Grüße  
Kludia Breituß  
Special Occasions, Graz

# LBS GLEINSTÄTTEN: „Was unterscheidet Kunden/Kundinnen von Fans???“



Auch im letzten Lehrgang des vergangenen Schuljahres konnte Diplom- Wirtschaftscoach Stefan Braun die SchülerInnen der ersten Klasse im Schwerpunkt Bekleidung/Textil mit seinem Kommunikationstraining „Aus Kunden Fans machen“ begeistern. Dieses für die berufliche Praxis sehr wertvolle Seminar konnte auch in diesem Schuljahr in allen ersten Klassen in den Bereichen Bekleidung/Textil und Schuhe/ Lederwaren stattfinden.

Im Vordergrund stehen Verkaufs- und Kommunikationsbasics, welche nach einem kurzen theoretischen Input, gleich im Verkaufsraum der LBS Gleinstätten geübt werden.

Eva Bretterklieber, BEd, DP Karin Ladinegg & VL Jochen Reiter vom Lehrerteam der LBS Gleinstätten bedankten sich - auch im Namen der SchülerInnen - bei Stefan Braun für die tolle Durchführung der Seminartage und beim Gremium „Mode und Freizeit“ für die finanzielle Unterstützung im Schuljahr 2016/2017.



Fotos: LBS Gleinstätten

## » Branchennews «

Aktuelles für Sie zusammengefasst



### ALLE BRANCHEN:

#### WAS MACHT DER HANDEL IN 2036?

*Zukunftsstudie: Das Einkaufsverhalten von übermorgen*

Wochenlang nach einer gut sitzenden Jeans suchen – davon sind viele schlichtweg genervt. Das zeigt die Zukunftsstudie, für die das digitale Handelsunternehmen QVC gemeinsam mit Trendbüro Hamburg und TNS Infratest über 1.000 Menschen in Deutschland zum Shopping der Zukunft befragt

hat. Demnach ist für 74% der Befragten der wichtigste Faktor beim Einkaufen, dass die Produkte genau ihren Wünschen und Bedürfnissen entsprechen – von der Farbe bis zum Körpermaß. Auffällig: Dabei sind Frauen mit 81% Zustimmung deutlich anspruchsvoller als Männer (68%).

*Was nicht passt, wird passend gemacht*

Geht der Trend also hin zu personalisierten Produkten, die direkt und sofort im Laden produziert werden – etwa Jeans nach Maß? Mit großer Wahrscheinlichkeit sogar. Denn fast jeder dritte Befragte (31%) kann sich das schon heute sehr gut vorstellen – entsprechende Körperscanner und 3D-Drucker gibt es bereits. „Die Medizin verabreicht mittlerweile auf die DNA angepasste Medikamente. Es ist völlig klar, dass in Zukunft jede Kleidung haargenau auf unsere Körper angepasst sein wird“, schätzt Start-up-Experte Michael Schuster das Modell der personalisierten Produkte in der Studie ein. So gehe es beim Einkaufserlebnis in Zukunft nicht mehr um die Breite und Fülle des Angebots, sondern darum, welche Parameter es gebe, um ein Produkt

auf den Käufer anzupassen. Und was bedeutet das für den Handel? „Individualisierung ist einer der wichtigsten Megatrends. Was in der Kommunikation begann, hat jetzt den Handel erreicht“, sagt Trendforscher und Studienleiter Professor Peter Wippermann. „Übermorgen bestimmen persönliche Daten die Produktion. Aus Konsumenten werden Prosumenten. Sie werden mit ihren Wünschen die Herstellung steuern.“

#### Datenschutz war gestern

Je individueller das Produkt, desto mehr Informationen braucht der Hersteller. Was unweigerlich miteinander verknüpft ist, scheint kein Problem zu sein für die befragten Verbraucher. Viele sind bereit, im Tausch – etwa gegen die perfekte Jeans – ihre persönlichen Daten herzugeben. Dabei zeigen sich Männer deutlich freigebiger. Rund die Hälfte (49%) stimmt laut der Zukunftsstudie diesem Statement zu: „Für Produkte, die zu 100 Prozent zu mir passen, bin ich auch bereit, meine Daten herzugeben.“ Dem stimmt hingegen nur jede dritte Frau zu (33%); Unterschiede zeigen sich hier auch zwischen den Generationen. Ist rund jeder Zweite der Generation Y (16 bis 30 Jahre) bereit, mit Daten zu zahlen, sind es nur 37% der Generation X (31 bis 45 Jahre).

Quelle: Medianet, 11.7.2017

## TEXTIL:

### SICHERHEIT BEI KINDERBEKLEIDUNG:

#### Kontrollen sind möglich

Aufgrund häufigerer Anfragen zu der gebotenen Sicherheit bei Kinderbekleidung, wobei als Hintergrund verstärkte Kontrollen anzunehmen sind, geben wir hier einen kurzen Einblick in die österreichische Rechtslage. Beim Inverkehrbringen von Kinderbekleidung sind 2 verschiedene Gruppen zu beachten:

#### > Zunächst Kinderbekleidung mit Kordeln und Zugbändern: Gemäß § 6 Abs. 1 Produktsicherheitsgesetz

2004 (in weiterer Folge: PSG) dürfen Hersteller und Importeure nur sichere Produkte in Verkehr bringen. Als sicher gilt ein Produkt, wenn es gemäß §§ 4 Abs. 1, 5 Abs. 1 und Abs. 2 PSG einer europäischen Norm entspricht, auf die im Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaft verwiesen wird und die auch im Bundesgesetzblatt II kundgemacht wurde. Eine solche Norm ist die ÖNORM EN 14682:2015. Obwohl diese Norm nicht verbindlich ist, kann eine Missachtung zur Haftung führen, außer man kann nachweisen, dass die Konformität mit den Sicherheitsbestimmungen auch mit anderen Mitteln als durch Beachtung der Norm herbeigeführt wurde. Als Handelsunternehmen ist man also gut beraten, bei der Bestellung die Einhaltung oben genannter ÖNORM einzufordern. Besonders aufzupassen gilt es bei Kleidungsstücken, die für Kinder (bis 7 Jahre) bestimmt sind, hier dürfen keine Zugbänder, funktionelle Kordeln oder dekorative Kordeln im Kapuzen- oder Halsbereich vorhanden sein.

#### > Bei Kinderbekleidung mit Kleinteilen gilt folgendes:

Auch hier ergibt sich aus § 6 Abs 1 und § 4 Abs 1 PSG, wann ein Produkt als sicher anzusehen ist und im Besonderen ist auf gefährdete Verbrauchergruppen wie Kinder zu achten. Kleinkinder von 0 – 3 Jahren sind durch verschluckbare Kleinteile einer besonderen Erstickungsgefahr ausgesetzt. Hier knüpft die ÖNORM EN 71-1 an, die an sich nur für Spielzeug gilt, jedoch analog für Kinderbekleidung, Kinderschuhe oder andere Kinderartikel herangezogen werden kann. Auch im Hinblick auf Produkthaftungsansprüche sollte hier auf dekorative Kleinteile verzichtet werden, unbedingt notwendige Kleinteile wie etwa Knöpfe müssen ausreichend befestigt sein und auch die in der Norm festgelegten Abzugskräfte erfüllen. Auch hier empfiehlt sich die Einforderung des Sicherheitsstandards bei der Bestellung.

### Online-Handel

#### Online-Händler erhöhen sonntags Preise um bis zu 52 Prozent

Eine aktuelle Untersuchung der Mode- Preissuchmaschine Stylelounge zeigt, mit welchen Tricks die Händler in Deutschland arbeiten, um die Preise zu erhöhen. Preise ein und desselben Schuhs unterscheiden sich so teilweise erheblich – durchschnittlich bis zu 52 Prozent. Besonders auffällig ist, dass zu bestimmten Zeiten die Preise regelmäßig erhöht werden – nur um kurz darauf wieder gesenkt zu werden, schreibt Stylelounge in seiner Untersuchung. Insgesamt 150 Online-Händler wurden über einen Zeitraum von sechs Wochen ausgewertet. Insbesondere bei beliebten Schuhen der Marken Nike, Adidas und Skechers steigen die Preise zu besonders beliebten Shoppingzeiten stark an. „Die Preise werden von Händlern systematisch und automatisiert angepasst. Zu beliebten Online-Einkaufstagen wie sonntags steigen die Preise häufig. Anfang der Woche fallen sie dann wieder“, so Stylelounge. In der Studie wird deutlich, dass es dabei nicht nur um einige wenige Euro geht. So ist der Nike Air Max Thea, einer der beliebtesten Sneaker von Nike, bei ein und demselben Händler mal für 115,48 Euro, zu anderen Zeiten mal für 69,66 Euro erhältlich. Bei Adidas Superstar, beträgt die Spanne 45 Euro, der Skechers Flex Appeal ist zu bestimmten Zeiten bereits für 39,16 Euro statt 63,65 Euro zu haben. Laut der Untersuchung passen 92 Prozent der beobachteten Händler die Preise automatisiert an. Die Preise bestimmter großer Händler, wie Amazon, gelten als Referenz für den ganzen Markt. Erhöhen diese die Preise, ziehen viele kleine Händler mit. Senken die Schwergewichte den Preis unterhalb eines bestimmten Levels, steigen kleinere Händler aus dem Preiskampf aus.

Der Standard, 18.6.2017

#### Pakete mit schuhe.de gekennzeichnet

Die Kooperation von schuhe.de und Zalando stand auf dem Händlerforum der ANWR (Einkaufsverbund Ariston-Nord-West-Ring Schuh) im Fokus vieler Gespräche. Günter Althaus, Vorstandsvorsitzender der ANWR Group, stellte dort Details bezüglich der Zusammenarbeit vor. „Wir haben in der Partnerschaft mit Zalando nicht einfach nur eine Anbindung gesucht“, erklärte Günter Althaus. Laut dem Vorstandsvorsitzenden entspreche die Einhaltung von Zugängen zu leistungsfähigen Online-Plattformen dem originären Auftrag der ANWR als Einkaufskooperation – indem einheitliche Verträge geschaffen, technische Schnittstellen realisiert und marktfähige Konditionen verhandelt würden. Man habe mit Zalando vereinbart, so Althaus weiter, dass jedes Paket mit der Marke schuhe.de gekennzeichnet wird. Zudem werde über den Rechnungssteller schuhe.de dem Empfänger verdeutlicht, dass der Artikel von einer Gemeinschaft stationärer Händler stamme, die man auch vor Ort wiederfinden könne.

„Warum hat Zalando diese Bedingungen akzeptiert? Weil die ANWR das größte verfügbare Schuhsortiment in Deutschland bieten kann. Das Projekt schuhe.de zeigt, wie eine Summe von Kleinen mit den großen Akteuren mithalten kann. Auf diese Leistung sollten wir stolz sein.“ Ab 2018 will die ANWR ihren Mitgliedern außerdem eine zentrale Fullservice-Abwicklung bie-

ten, um das Päckchenpacken vor Ort zu reduzieren. „Damit sie und ihre Mannschaft nach wie vor die volle Aufmerksamkeit auf die Kundin im Geschäft richten können, während ihre Bestände gleichzeitig online verfügbar sind“, erklärte er. Lederwarenreport, 28.06.2017

### **Handel hadert mit Retourenproblem**

Mit dem steigenden Onlinehandel werden Retouren zum immer größeren Problem. 40 Prozent der Käufer bzw. Käuferinnen im Distanzhandel – dazu zählen Internet- und Versandhandel sowie Teleshopping – schicken dort bestellte Waren wieder zurück. Besonders hoch sind die Retourenquoten mit 50 % im Bekleidungsbereich, ergab eine Befragung der KMU-Forschung Austria unter 2.000 Personen im Auftrag des Handelsverbands. Auch bei Schuhen ist die Retourenquote hoch. 27 % der Käufer und Käuferinnen, die Schuhe bestellt haben, schicken diese wieder zurück. Deutlich geringer sind Retouren hingegen bei Elektro- und Elektronikgeräten: Dort liegt die Zahl der Käufer, die Waren wieder retour senden, bei 11 %. Bei Sportartikeln, Möbeln, Spielwaren oder Büchern liegt dieser Wert der Umfrage zufolge im einstelligen Prozentbereich. Kaum zurückgeschickt werden Kosmetikartikel. Angesichts dieses wachsenden Feldes stößt auch die Logistik zunehmend an ihre Grenzen. Das Paketvolumen ist 2016 förmlich explodiert. An Privatkunden wurden 93 Millionen Pakete ausgeliefert, um 35 Prozent mehr als noch 2015, ermittelte Kreuzer, Fischer und Partner. Die Österreicher haben im Zeitraum Mai 2016 bis April 2017 Waren im Wert von 7,6 Mrd. Euro „auf Distanz“ bestellt – also via Telefon, Fax, postalisch oder in Online-Shops. Das entspricht einem Zuwachs von 4 Prozent. Wenig überraschend bestellen immer weniger Menschen telefonisch und/oder postalisch (-11 Prozent), während Online-Shopping (+6 Prozent) zunimmt. Der Anteil des Distanzhandels am gesamten Einzelhandel beträgt unverändert etwa 11 Prozent. Auch dass die Hälfte des Geldes ins Ausland wandert, hat sich nicht verändert. Die Österreicher shoppen online am liebsten bei Amazon und Zalando. Am meisten wird für Bekleidung (1,7 Mrd. Euro) ausgegeben. Die größten Zuwächse wurden allerdings bei Schuhen (+11 Prozent), Kosmetik (+10 Prozent) sowie Sportartikeln (+8 Prozent) erzielt. APA, 20.6.2017

## **Handelsflächen**

### **In Österreich gibt es derzeit 230 Einkaufsdestinationen**

121 Shopping Malls, 98 Retail Parks und 11 Sonderformen auf einer vermietbaren Fläche von gesamt knapp 4 Mio. m<sup>2</sup>, das ist die Conclusio der aktuellen S+M Dokumentation Shopping Center Österreich. Diese Eckdaten haben sich im letzten jährlichen Vergleich kaum erwähnenswert verändert.

Als eines der wenigen Highlights in 2016 kann die im Oktober erfolgte Eröffnung des steirischen Eli Einkaufszentrum Liezen betrachtet werden. Das neue Einkaufszentrum auf 19.000 m<sup>2</sup> lockt mit 50 neuen Shops. Flächenmäßig ins Gewicht fällt im Rahmen einer Gesamtbetrachtung der Um- und Ausbau der PlusCity (Gesamteröffnung im September 2016), bei der flächenmäßigen Betrachtung rangiert nun der Shopping-Tempel in Pasching bei Linz auf Rang 3 aller Shopping Malls in Österreich.

Das Stilwerk, Wiens erstes Themen-Shopping Center, eröffnet 2010, ist auch schon wieder Geschichte und wird zukünftig nicht mehr in der Publikation dokumentiert. Nun wird der Nouvel Tower am Donaukanal ein Innovationszentrum für Start-Ups unter dem Namen weXelerate beherbergen. Ein ebenfalls neues Konzept wurde dem Generali Center verpasst, der Einkaufszentren-Charakter des neuen Konzeptes („Mahü77“) fehlt nun, womit auch die ehemalige Shopping Mall aus der Dokumentation genommen wurde.

Auch bei den Retail Parks hat die Dynamik deutlich nachgelassen. Eine maßgebliche Erweiterung gab es im Hatric – der Einkaufspark in Hartberg. Auf nun insgesamt 30.000 m<sup>2</sup> kann der Kunde nun in fast 40 Geschäften flanieren. Neu am Markt findet man auch das Eurospar FMZ Kitzbühel, einen teilweise zweigeschossigen Retail Park. Noch nie zuvor war eine derartige Vollbremsung bei neuen Einkaufs- und Fachmarktzentren-Projekten so drastisch zu beobachten. Waren die letzten Jahre von „immer mehr – immer größer“ geprägt, so hat uns das vergangene Jahr gelehrt, dass der Markt wohl vor der Sättigung steht. Newsletter, STANDORT + MARKT, 5.7.2017

### **Studie: Einzelhandelsflächen nehmen dramatisch ab**

CBRE Österreich bezeichnet die Entwicklung im Einzelhandel als „dramatisch“, weil das Geschäftsterben zum Großteil auf den wachsenden Onlinehandel zurückgeführt wird. In den USA stehen ganze Einkaufszentren leer – ein Trend, der auch nach Europa komme. Wenn früher große Händler nach Europa kamen, starteten sie mit 500 Filialen, heute seien es gerade einmal 50. Auch in Österreich stehen etliche Verkaufsräume leer. Für die Nachnutzung eignen sich unter anderem Wohnungen, Selfstores, Dienstleister, Ärzte und Lagerflächen. Amazon habe in den USA begonnen, die leeren Flächen als Lager zu mieten. Der Trend zu sterbenden Einkaufsstraßen „wird uns noch in den nächsten Jahren beschäftigen“, so die Experten von CBRE. Der Standard, 12.7.2017

## **Registrierkassenpflicht:**

### **Finanzministerium mit der Umsetzung der Registrierkassenpflicht zufrieden**

Das Finanzministerium ist mit der Umsetzung der Registrierkassenpflicht durch die heimischen Betriebe zufrieden. Für 2017 rechnet das Ministerium „mit steuerlichen Mehreinnahmen von rund 1,3 Milliarden. Euro. Für das Jahr 2018 nochmals mit einer Steigerung von zehn Prozent“.

Bis dato gibt es laut Finanzministerium „etwas über eine Viertelmillion registrierter Kassen“. Wie viele Strafen bisher wegen Verletzung der Registrierkassenpflicht verhängt wurden, ist nicht bekannt. Das Finanzministerium führt nach eigenen Angaben „kein ständiges Monitoring der Strafen“ durch, außerdem wird „nur vorsätzliches Fehlverhalten bestraft“. Weil die neuen Regelungen bisher von den Betrieben „sehr gut umgesetzt wurden“, komme „es nur in sehr wenigen Fällen tatsächlich zu Strafen“.

Im Rahmen der Registrierkassenpflicht wurde auch eine Belegerteilungs- und Belegannahmepflicht eingeführt. Die Wirtschaftskammer zeigt sich über die Flut an von Kunden nicht mitgenommenen Belegen unzufrieden. Laut der Geschäftsführerin der Bundessparte Handel in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), Iris Thalbauer, ist außerdem die bis zum Jahr 2020 befristete Regelung, auf Rechnungen „handelsübliche Warenbezeichnung“ wie Mineralwasser und Gemüse verwenden zu können, „ein Riesenthema“. Ohne diese Regelung müssten tausende Betriebe sich teure Scannerkassen und Warenwirtschaftssysteme zulegen. APA, Der Standard, 11.7.2017

## Unsere nächsten Veranstaltungen:

**24.10.2017 – 19:00 Uhr – Hotel Bokan**

**Vortrag von Mag. Martin Renz „Neue Kunden gewinnen mit wenig Budget“  
(Teilnahme ist kostenlos)**

Foto: Mag. Renz



Besonders kleinere Unternehmen stehen vor der Herausforderung, neue Kunden zu finden, bzw. eine Kundenbasis aufzubauen. Und das in der Regel mit wenig Budget! Was kann man also tun? Welche Marketingmaßnahmen gibt es schon für wenig Geld?

Der Vortrag gibt einen Überblick über Kundengewinnungsmaßnahmen für wenig Geld aber mit spürbarer Wirkung. Die verschiedenen Maßnahmen sind in Ihrem Unternehmen sofort umsetzbar.

**Mag. Martin Renz** war über 20 Jahre in verschiedenen Marketing- und Verkaufsfunktionen der Markenartikelindustrie erfolgreich tätig. Seit 2010 ist er selbständiger Unternehmensberater. Dabei betreut er hauptsächlich junge und kleine Unternehmen bei Ihren Schritten in der Kundengewinnung: „Renzmarketing hat es sich zum Ziel gesetzt, kleinen Unternehmen Marketingwerkzeuge und Verkaufsinstrumente in die Hand zu geben, die kein Vermögen kosten und trotzdem Wirkungen zeigen.“

**08.11.2017 – 19:00 – WKO Steiermark**

**Vortrag von Vizepräsidenten Andreas Herz, MSc „Resilienz 3.0“  
(Teilnahme ist kostenlos)**

Foto: Fischer



Sich selbst und andere zu führen ist die größte Herausforderung für Menschen in gehobenen Führungspositionen. In der heutigen Resilienzforschung tauchen in den 7 westlichen Resilienzfaktoren wie „Emotionssteuerung, Impulskontrolle, Empathie, Kausalanalyse, Zielorientierung, realistischer Optimismus sowie im Bereich der Selbstwirksamkeitsüberzeugung“ alte aber durchaus wirksame und starke Meta-Skills erneut auf und gelten seither als der Königsweg zu einer neuen Führungskultur. Gerade für mittelständische und größere Organisationen wird es in Zukunft bedeutend sein, neue auf Resilienz basierende Führungskulturen zu etablieren, um mit der rasanten Entwicklung unserer Zeit Schritt halten zu können.

**Andreas HERZ, MSc**, ist Keynote Speaker, Unternehmer und Wirtschaftscoach und gründete im Alter von 38 Jahren die Herz GmbH. Der erfolgreiche Unternehmer ist Vize-Präsident der Wirtschaftskammer Steiermark sowie des Institutes für angewandte Gewerbeforschung, brachte mit dem HERZResilienz®Leadershiptraining ein völlig neues Konzept zur Bewältigung der täglichen Herausforderungen auf den Markt und wurde zu einem führenden Experten im Aufbau und der Entwicklung von Resilienz. Menschen zu begleiten, zum Leader zu werden, ist seit vielen Jahren seine Profession.

### Impressum MODE & FREIZEIT [intern] 3.17

**Medieninhaber:** Landesgremien des Handels mit Mode und Freizeitartikeln, Wirtschaftskammer Steiermark, Sparte Handel – Gremialbereich Mode, Lifestyle, Gesundheit  
Körblergasse 111-113, 8010 Graz  
T 0316/601-574 | F 0316/601-1212, E 308@wkwstmk.at

**Redaktion und für den Inhalt verantwortlich:**  
Mag. Johannes Klemm, Geschäftsführer

**Gestaltung und Druck:** Druckerei Jentzsch,  
1210 Wien, Scheydgasse 31

**Offenlegung nach dem Mediengesetz:**  
Medieninhaber (Verleger): Landesgremien des Handels mit Mode und Freizeitartikeln,  
Körblergasse 111-113, 8010 Graz

**Grundlegende Richtung:** Information der Gremialmitglieder über rechtliche und wirtschaftliche Belange der Branche.

Österreichische Post AG  
MZ 102038583 F

Landesgremien des Handels mit Mode und Freizeitartikeln,  
Wirtschaftskammer Steiermark,  
Körblergasse 111-113, 8010 Graz

**Offenlegung nach § 25 Mediengesetz:**  
<http://wko.at/stmk/offenlegung/308>