

MODE & FREIZEIT [intern]

WKO
Mode & Freizeitartikel
STEIERMARK

TEXTIL | LEDERWAREN | SCHUHE | SPORT

Mitgliederinformation des Landesgremiums Steiermark
des Handels mit Mode und Freizeitartikeln



*Obmannwechsel im Gremium
Neues Gremialteam:*

SCHERZ - OBMANN RATTENEGGER - RAUCH

H/W 2020:
MEHR KLASSE!
Lust auf Kleider und Stiefel!

HANDELS-KV: + 2,2%
Einstiegsgehälter
auf 1,675 € erhöht

HANDELSMERKUR 2019:
Loder/Kumberg
ausgezeichnet

Landesgremium des Handels mit Mode und Freizeitartikeln

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

@ Mathias Kniepeiss



Obmann und Branchensprecher Schuhe:
KommR Franz RATTENEGER

@ Foto Fischer



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

@ Foto Schnolter



**Obmann-Stellvertreter und
Branchensprecher Textil:**
Rainer RAUCH



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

Fotos: WKO Steiermark



Gremialreferentin:
Ute ROPPOSCH
T 0316/601-576

@ Klaus Morgenstern



Assistentin:
Bettina KONRAD
T 0316/601-574

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 Fürstenfeld (Textil und Schuh)

Gürtelgasse 8, 8280 Fürstenfeld, T 03382-522 05-0
E lbsff@stmk.gv.at, W www.lbs-fuerstenfeld.ac.at

Landesberufsschule Hartberg (Sport)

Franz-Schmidt-Gasse 5, 8230 Hartberg, T 03332-62939
E lbsbh1@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

VSSÖ – Verband der Sportartikelerzeuger 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 WKO Steiermark

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

KommR FRANZ RATTENEGER
Landesgremium Steiermark
des Handels mit
Mode und Freizeitartikeln



@ Mathias Kniepeiss

Liebe Leserinnen und Leser,

Mit der Schlagzeile „BLACK FRIDAY - Rabatte, Rabatte, Rabatte: Der Shoppingwahnsinn hat begonnen“ läutete DER STANDARD Ende November redaktionell das Weihnachtsgeschäft ein und führte weiter aus: „Mit dem Black Friday steht wieder eine Rabattschlacht bevor. Die Ersten locken jetzt schon mit Preisnachlässen – für den Handel ein Tanz auf dünnem Eis.“

„Konsumentenherz, was begehrst du mehr? 50 %, 60 %, 70 % Preisnachlass, die Erwartungen der Konsumenten sind verdammt hoch. Mit 25 % lockt man heute niemand mehr so schnell hinter dem Ofen hervor“, sagt dazu Handelsforscher Anton Salesny von der Wirtschaftsuniversität Wien. Er sieht auch die Gefahr einer „Entwertung der Rabatte“. Und eine Verkäuferin nimmt den Black Friday gelassen: „Shoppingwahnsinn haben wir eh jeden Tag.“

Im Gegenzug dazu gibt es auch Händler, die die Rabattitis zunehmend verweigern. Auch in Fürstenfeld macht der Black Friday den etablierten Händlern zu schaffen. Der örtliche Handel sagte heuer dem Black Friday den Kampf an und setzte ein Zeichen gegen diesen Trend: Es wurde gegen den „Black Friday“ mit verhüllten Auslagen und Smartphone- und Online-Zombies protestiert.

Wenn Sie mich fragen, liegt die Wahrheit wie so oft in der Mitte und es ist schwer, zu empfehlen, was der richtige Weg ist, um Rabatttagen wie Women's Day, Black Friday, Cyber Monday oder Alibabas Singles Day richtig zu begegnen. Das müssen mündige Händler selber entscheiden.

Wir im Modegremium können Sie nur nach bestem Wissen und Gewissen informieren, Sie in unseren Vorträgen und in der Mitgliederinformation MFI auf neue Entwicklungen im Handel hinweisen und deren Chancen und Gefahren aufzeigen. Und gerade in der Digitalisierung liegt auch für den stationären Handel eine große Chance, wenngleich ich immer wieder darauf hinweise, dass es auch steuerlich zur Gleichheit zwischen dem internationalen Online-Handel und den stationären Händlern vor Ort kommen muss.

Was mir aber widerstrebt, ist die rhetorische Aufrüstung mit dem Wort PreisWAHNSINN oder WeihnachtsWAHNSINN. Ich bin Händler aus Leidenschaft, wahnsinnig will ich aber sicher nicht sein.

Obmannwechsel im Gremium

Als Händler aus Leidenschaft habe ich mich gerne bereit erklärt, mich als neuer Obmann des steirischen Gremiums Handel mit Mode- und Freizeitartikeln zur Verfügung zu stellen. Mein besonderer Dank gilt unserem bisherigen Obmann, Harald Scherz, der nicht nur großartige Arbeit in der Wirtschaftskammer geleistet hat, sondern in Hinkunft auch als mein Stellvertreter und Vertreter des Sporthandels fungieren wird. Bedanken möchte ich mich an dieser Stelle auch bei Gertraud Hubmann, die ihre bisherige Funktion als Vertreterin des Textilhandels an Rainer Rauch vom Modehaus Roth abgegeben hat. Wir werden also mit einem neuen Gremialteam ins Jahr 2020 gehen. Dass wir uns auch weiterhin für Sie, Ihre Anliegen und den gesamten steirischen Modehandel einsetzen werden, versichert Ihnen

Ihr Franz Rattenegger

HANDELS-KV-ABSCHLUSS: 2,2 % MEHR GEHALT, Einstiegsgehälter auf 1.675 € erhöht

Nach vier harten Verhandlungstagen zwischen den Sozialpartnern im Handel - der Bundessparte Handel der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) und der Gewerkschaft Druck, Journalismus, Papier (GPA-djp) - und nach zahlreichen von der Gewerkschaft durchgeführten Betriebsversammlungen wurde ein Abschluss für die mehr als 400.000 Handelsangestellten und rund 15.000 Lehrlinge erzielt:

Gehaltsordnung ALT Gehaltstafel A

Die Gehaltstafel A gilt in der Steiermark für den allgemeinen Groß- und Kleinhandel und somit für alle Mitgliedsbetriebe in den vier Berufszweigen unseres Gremiums.

ab 1. 1. 2020

Beschäftigungsgruppe 1	Gebiet A
Sonstige Angestellte im 1., 2., 3. Angestelltendienstjahr	1589
Beschäftigungsgruppe 2	
1. Berufsjahr (=Bj.)	1675
3. Bj	1675
5. Bj	1675
7. Bj	1675
9. Bj	1761
10. Bj	1850
12. Bj	1941
15. Bj	2080
18. Bj	2112
Beschäftigungsgruppe 3	
1. Bj	1675
3. Bj	1675
5. Bj	1723
7. Bj	1805
9. Bj	1939
10. Bj	2124
12. Bj	2233
15. Bj	2383
18. Bj	2423
Beschäftigungsgruppe 4	
1. Bj	1726
3. Bj	1799
5. Bj	1876
7. Bj	2080
9. Bj	2331
10. Bj	2566
12. Bj	2716
15. Bj	2923
18. Bj	2981
Beschäftigungsgruppe 5	
5. Bj	2576
7. Bj	2790
9. Bj	3016
10. Bj	3199
12. Bj	3354
15. Bj	3587
18. Bj	3657
Beschäftigungsgruppe 6	
5. Bj	2897
10. Bj	3413
15. Bj	3932
18. Bj	4007
Lehrlingsentschädigungen	
1. Lehrjahr	700
2. Lehrjahr	900
3. Lehrjahr	1150
4. Lehrjahr	1200

→ Im alten Gehaltssystem werden die Einstiegsgehälter um 2,5 % von 1.634 € auf 1.675 € erhöht, darüber hinaus werden alle anderen Gehälter um 2,2 % erhöht. Die Mindestgehälter im neuen Gehaltssystem, in welches alle Betriebe bis zum 01.12.2021 umsteigen müssen, erhöhen sich ebenfalls um 2,2 %. In der neuen Gehaltstafel beträgt das Einstiegsgehalt für gelernte Kräfte nun 1.714 €.

Im gewichteten Schnitt, bezogen auf die Anzahl der Arbeitnehmerinnen in den jeweiligen Beschäftigungsgruppen, beträgt die Erhöhung unter 2,3 %. Die Überzahlungen bleiben aufrecht.

→ Bereits im Vorjahr ist ein Doppelabschluss für die Lehrlinge erfolgt. Ab 01.01.2020 betragen die Lehrlingsentschädigungen im 1. LJ 700 €, im 2. LJ 900 € und im 3. LJ 1.150 €.

→ Die bestehenden Jubiläumsgelder können zukünftig alternativ auch teilweise oder zu Gänze in Zeit konsumiert werden, dafür ist beiderseitiges Einverständnis Voraussetzung. Zusätzlich erhalten alle Beschäftigten je einen freien Tag nach 10jähriger und 15jähriger Zugehörigkeit zum Betrieb. Dies gilt für Jubiläen, die nach dem 01.01.2020 entstehen. Jubiläumsgelder stehen hier keine zu und bereits bestehende betriebliche Regelungen sind anrechenbar.

→ Weiters wurde vereinbart, die bereits in weiten Teilen verhandelte Reform des Zuschlagswesens zügig zu finalisieren.

Die Verhandlungsergebnisse im Überblick

Information über die Änderungen zum Kollektivvertrag für Handelsangestellte mit 1.1.2020:

Gehaltsrechtlicher Teil:

→ In den Gehaltstafeln der Gehaltsordnung ALT, mit Ausnahme der Gehaltstafel F, werden in den Gehaltsgebieten A und B die kollektivvertraglichen Mindestgehälter um 2,2 % angehoben. Die Gehälter in der BG 2 und BG 3 werden auf mindestens 1.675,-- € angehoben. Das Gehalt der BG 1 wird um 41,-- € angehoben.

→ Im Gehaltssystem NEU werden die kollektivvertraglichen Mindestgehälter um 2,2 % erhöht.

→ Die sich aus dieser Berechnung ergebenden Gehälter werden auf volle € aufgerundet.

→ Die am 31.12.2019 bestehenden Überzahlungen werden in €mäßiger Höhe (centgenau) aufrechterhalten.

Rahmenrechtlicher Teil:

Folgende Änderungen werden im Rahmenrecht durchgeführt:

ABSCHNITT 1) H. wird wie folgt geändert und erweitert:

H. DIENSTJUBILÄEN

- Für langjährige Dienste werden der Arbeitnehmerin nach einer Beschäftigung im gleichen Betrieb von 20, 25, 35 und 40 Jahren (wie bisher) Jubiläumsgelder als einmalige Anerkennungszahlung gewährt.
- Das Dienstjubiläum gebührt grundsätzlich in Geld. Auf Wunsch der Arbeitnehmerin und sofern dies betrieblich möglich ist, kann in beiderseitigem Einvernehmen alternativ zum Geldanspruch, die Umwandlung des Jubiläumsgeldes in Zeitguthaben vereinbart werden (neu).
 - » Dabei gilt, dass für vollzeitbeschäftigte Arbeitnehmerinnen ein Monatsgehalt 22 Arbeitstagen entspricht. Arbeiten vollzeitbeschäftigte Arbeitnehmerinnen auf Grund einer Vereinbarung regelmäßig weniger als fünf Tage in einer Kalenderwoche, so sind die Freizeittage entsprechend (regelmäßige Arbeitstage* 4,33 Kalenderwochen) anzupassen. Der Anspruch für teilzeitbeschäftigte Arbeitnehmerinnen wird aliquot berechnet (durchschnittliche Arbeitstage in den letzten 12 Monaten vor dem Dienstjubiläum. Das Ergebnis wird kaufmännisch gerundet).
 - » Die Umwandlung dieser Geldansprüche in Zeitguthaben ist im Vorhinein schriftlich zwischen Arbeitnehmerin und Arbeitgeberin zu vereinbaren. Die Umwandlung von Geldansprüchen kann auch nur teilweise in Zeitguthaben erfolgen (z. B. nach 25 Jahren ein Monatsgehalt in Zeit und ein halbes Monatsgehalt in Geld).
 - » Der Verbrauch der Zeitguthaben kann ab dem Fälligkeitszeitpunkt in einem oder mehreren Teilen vereinbart werden. Ebenso ist die Vereinbarung eines vorgezogenen Verbrauchs zulässig.
 - » Nicht verbrauchte Zeitguthaben sind am Ende des Dienstverhältnisses auf Grundlage des zum Zeitpunkt der Beendigung des Dienstverhältnisses aktuellen Monatsgehaltes auszuzahlen.
 - » Während des Verbrauchs des Zeitguthabens richtet sich die Entgeltfortzahlung nach dem vertraglich vereinbarten Bruttomonatsgehalt. Variable Entgeltbestandteile bleiben dabei ohne Berücksichtigung. Ein Krankenstand unterbricht die Konsumation des Zeitguthabens.
- Die Arbeitnehmerin wird im Zusammenhang mit ihrem Jubiläum unter Fortzahlung ihres Entgeltes wie folgt vom Dienst freigestellt.
 - 10 Jahre ein Arbeitstag (neu)
 - 15 Jahre ein Arbeitstag (neu)
 - 20 Jahre zwei Arbeitstage (wie bisher)
 - 25 Jahre zwei Arbeitstage (wie bisher)
 - 35 Jahre zwei Arbeitstage (wie bisher)
 - 40 Jahre zwei Arbeitstage (wie bisher)
 - » Der Anspruch für das 10-jährige und das 15-jährige Jubiläum gilt für Dienstjubiläen, die ab dem 01.01.2020 entstehen.
 - » Bestehen betriebliche Regelungen über die Gewährung eines 10-jährigen oder 15-jährigen Dienstjubiläums, so gelten diese anstatt der obigen Regelung, soweit sie insgesamt zumindest gleich günstig sind.

ABSCHNITT 1) I.1. wird wie folgt geändert:

Karenzurlaube nach dem MSchG und VKG, die ab dem 01.01.2019 oder danach beginnen, werden für die Bemessung der Kündigungsfrist, die Dauer der Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall (Unglücksfall) und das Urlaubsausmaß sowie das Jubiläumsgeld bis zum 2. Geburtstag jedes Kindes angerechnet.

ABSCHNITT 2) C. "4. Zustelltätigkeiten am Samstagnachmittag" wird wie folgt geändert:

Entsprechend § 12a ARG wird die Beschäftigung für die Zustellung von Produkten, die im stationären oder im Online Handel vom Letztverbraucher bestellt oder gekauft wurden, am Samstagnachmittag, sofern dies ein Werktag ist, bis 18.00 Uhr zugelassen. Für die Zeit von 13.00 Uhr bis 18.00 Uhr gebührt ein Zuschlag für die Normalarbeitszeit von 50 %.

ABSCHNITT 3) B 2.3. wird wie folgt geändert:

Die Anrechnung von Karenzzeiten gemäß MSchG bzw. VKG

2.3.1. im laufenden Dienstverhältnis (Vorrückungen) richtet sich für Geburten ab dem 01.08.2019 nach § 15 f MSchG in Verbindung mit § 7 c VKG.

2.3.2. die aus Anlass von Geburten ab dem 01.08.2019 entstehen, werden für die Einreihung in die Gehaltstabelle im Ausmaß von höchstens 10 Monaten als Berufsjahre gewertet.

2.3.3. die aus Anlass der Geburt des ersten Kindes in Anspruch genommen werden, werden im Ausmaß von höchstens 10 Monaten als Berufsjahre (Vorrückungen und Einreihung) gewertet.

ABSCHNITTE A 4.3.2. und A 4.3.3. werden wie folgt geändert:

Karenzurlaube gemäß MSchG bzw. VKG, die ab dem 01.12.2017 oder danach beginnen, werden bis zum 2. Geburtstag jedes Kindes für Vorrückungen angerechnet.

Zeiten des Präsenz- und Zivildienstes, die ab dem 01.12.2017 oder danach beginnen, werden für Vorrückungen im vollen Ausmaß angerechnet.

ABSCHNITT 3) A 8. wird um das Zusatzprotokoll 8.3. Abgrenzung Beschäftigungsgruppen E/F für Einreihung von Führungskräften in der Arbeitswelt Verkauf und Vertrieb ergänzt, welches noch erarbeitet wird.

ABSCHNITT 4)

A. In der Tabelle zur Lehrlingsentschädigung für die Teilqualifizierung gemäß § 8 b Abs. 2 BAG wird letzte Zeile gestrichen, da es für diese Ausbildung kein 4. und 5. Lehrjahr gibt.

A.3. wird wie folgt geändert:

Lehrlinge, die eine verlängerte Lehrzeit gemäß § 8 b Abs. 1 BAG absolvieren, ist die jeweilige (dem vereinbarten Lehrjahr entsprechende) monatliche Lehrlingsentschädigung zu bezahlen.

HINWEISE:

- Die Kollektivvertragsparteien werden sich in ihren jeweiligen Organisationen darum bemühen, im Rahmen einer gemeinsamen Initiative den Anspruch auf die erhöhte Familienbeihilfe betreffend dem Schulstartgeld für alle Lehrlinge bis zum 18. Lebensjahr zu erwirken.
- Die Kollektivvertragsparteien vereinbaren, die Gespräche zur Kollektivvertragsreform "Neue Arbeitszeitregelungen für den Handel von morgen und deren Abgeltung" zügig fortzusetzen.
- **Sämtliche Änderungen treten mit 1.1.2020 in Kraft** und sind vorbehaltlich der noch zu erfolgenden textlichen Endabstimmung mit dem Sozialpartner. Alle Angaben sind hier um branchenfremde Bestimmungen, die nicht den Handel mit Mode- und Freizeitartikeln betreffen, gekürzt.

LOHNTAFELN FÜR ARBEITERINNEN:

Die Lohn tafeln für Arbeiterinnen im Allgemeinen Handel finden Sie hier:

<https://www.wko.at/service/kollektivvertrag/lohntafel-a-arbeiter-handel-2020.pdf>

**Gehaltsordnung NEU
Gehaltstabelle ab 1.1.2020**

(gilt für Betriebe, die ab dem 1.12.2017 gegründet wurden bzw. seither bereits in das neue Gehaltsschema umgestiegen sind oder im Laufe des Jahres 2020 umsteigen möchten. Die Umstellung auf das neue Gehaltsschema muss spätestens am 1.12.2021 erfolgen.)

Stufe (Jahr)	A	B	C	D	E	F	G	H	Lehrlingsentschädigungen	
Stufe 1 (1. bis 3. Jahr)	1.606,00	1.661,00	1.714,00	1.821,00	1.981,00	2.250,00	2.784,00	3.427,00	1. Lehrjahr	700,00
Stufe 2 (4. bis 6. Jahr)	1.649,00	1.714,00	1.810,00	1.956,00	2.159,00	2.517,00	3.079,00	3.747,00	2. Lehrjahr	900,00
Stufe 3 (7. bis 9. Jahr)	1.692,00	1.768,00	1.908,00	2.088,00	2.335,00	2.784,00	3.374,00	4.069,00	3. Lehrjahr	1.150,00
Stufe 4 (10. bis 12. Jahr)			1.960,00	2.222,00	2.512,00	3.052,00	3.668,00	4.391,00	4. Lehrjahr	1.200,00
Stufe 5 (ab 13. Jahr)			2.100,00	2.356,00	2.688,00	3.320,00	3.963,00	4.711,00		





FASHION STATEMENT H/W 2020: MEHR KLASSE!

Lust auf Kleider und Stiefel!

Mit einer positiven Aussage begrüßte Marga Indra-Heide ihr Publikum. 2019, meinte sie, ist relativ gut gelaufen und die Stimmung an der Front des Modehandels ist daher besser. Bei dieser Ausgangslage ist es gut, dass das große Thema Nachhaltigkeit an Bedeutung gewinnt und die Branche an einer Schwelle steht, wo sich die Mode auch "nachhaltig" verändert: Sie wird "angezogener", weist mehr Konfektion statt sportiver Einflüsse auf und wird insgesamt ruhiger.



Fotorechte: Sparte Hands/LG 308

HERITAGE
 Tradition | Forest | Value | Gentlemen |
 Leaves | Cosyness | Shades of Brown |
 Comfort Zone | Outdoor Nature | Organic |

HERITAGE ist das wichtigste Modethema der Saison, es steht für Tradition und Retrofeeling sowie ein Comeback von Farbe. Die Farbpalette umfasst warme Farben, die zum Teil seit Jahren nicht en vogue waren und neben Gelb und Orange bis Terrakotta wird eine Renaissance diverser Brauntöne eingeläutet.

Gezeigt werden weiche Wolljacken und Chinos, Cordhosen und flauschige Pullover. Strick spielt eine große Rolle, man findet flauschige und haarige Materialien und großzügige Formen als plakative Motivpullis. Klassische Checks, Tweeds, Cords und Plaids treffen auf Brush Leder und samtige Velours. Cord und Leder (Mäntel, Hosen, Röcke) feiern ein starkes modisches Comeback!

Animal-Prints werden nur mehr verwendet eingesetzt und finden sich in der den Trend zur Wertigkeit. Viele kleine Taschen werden „cross“ umgehängt.

PRINTS: FOULARDS | TUCHER | SCHALS

Bekleidung und bei den Accessoires. Krokodil-Prägungen unterstreichen bei den Taschen den Trend zur Wertigkeit. Viele kleine Taschen werden „cross“ umgehängt.

Lange Stiefel kehren zurück und werden oft zu Kleidern getragen. Auch Reitstiefel sind wieder mit dabei. Natürlich auch Chelseas (Zugstiefeletten) in allen Variationen und Farben. Loafer erinnern an das College-Thema der 80er Jahre, allerdings sind die Böden deutlich stärker und zeigen markantes Profil. Sneakers stagnieren nur mehr auf hohem Niveau, langfristig wird aber Leder wieder stärker zunehmen.



Sophisticated und cool zeigt **ATTITUDE** die moderne Klassik. Die Überladenheit á la Gucci tritt zugunsten eines reduzierten Looks mit Bottega Veneta als Vorbild zurück. Dunkle Farben machen das Thema angezogener. Der allgemeine Trend des Tailoring wird weitergespielt und femininer umgesetzt.



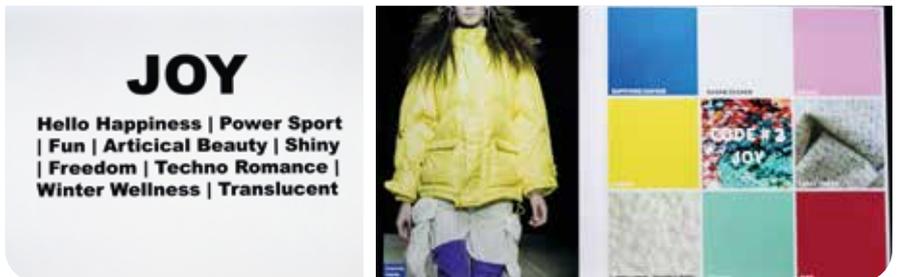
Dunkle Winter Essentials kommen als strenge Unis, entweder monochrom oder in Melangen und Degradés. Helligkeit bringen Weiß, Ecrú, lichtetes Grau und sanfte Pastells ins Spiel. Schwarznahe Nuancen und Blau in Abstufungen werden durch Wintertürkis akzentuiert. Dunkle Rottöne bringen Sinnlichkeit ins Spiel. Farbe kennt keine Saison mehr! Der Übergang geht nahtlos vonstatt, Offwhite/Kreide kann man von Kopf bis Fuß tragen und Weiß wird zur Ganzjahresfarbe.

Sehr vielversprechend zeigt sich die Weiterentwicklung des erfolgreichen Kleiderthemas, sowohl kurz und jung für festliche Anlässe, aber auch als Midi- oder Maxi-Variante für den Alltag...

Das Thema zeigt sich in neuen Blazer-Formen, auch mit mehr Schulterbetonung. Der Anzug bekommt durch variantenreiche, oft lässig weite Hosensilhouetten einen stärkeren Auftritt. Mäntel setzen auf hochwertige Materialien wie Alpaca, Mohair, Cashmere und feinste Wolle. Leder in der Bekleidung – als Mantel, Jacke, Kleid, Rock oder Hose – feiert ein großartiges Comeback.



Bei **JOY** mischt sich positive Farbenergie mit sportlichen und funktionellen Details und der Sehnsucht nach Natur/Natürlichkeit. Hiking und Explorer-Wear rücken immer stärker als Inspirationsquelle in den Vordergrund. Auch Sportives unterliegt dem Trend zu Natürlichem, es wird haarig und fluffig. Immer wichtiger werden Teddy und Plüsch.



Dazu etwas Lammfell sowie Fake Furs. Alles sehr locker, sehr lässig, sehr casual. Fast ein Kuschellook...

Hybrid-Typen prägen das Schuhangebot. Hier zeigt sich der Sneaker oft sehr clean oder er entwickelt sich immer mehr zum Hiker-Boot. Typisch dafür sind aufwendige Schnürungen mit markanten Schnürsenkeln, Weiß ist noch immer vorherrschend.

Die **HAKA** steht vor dem Durchbruch des Cordanzugs und der Cordhose. Strick kennt neue tolle Farben, z.B. Messing, Rollis und Overshirts sind angesagt. Karothema findet man bei Kurzmänteln. Anzüge sind tailormade und smart, Hosen bleiben unten schmal, oben entwickeln sich langsam Bundfaltenformen. Sneakers weichen langsam dem klassischen Schuh, wie Loafers oder Chelsea boots.



"Sehr informativ und eine ideale Vorbereitung auf die Einkaufstouren", war der einhellige Tenor des Publikums auf die Einkäuferinformation H/W 2020 von Marga Indra-Heide. Mit ihr freuten sich über den gelungenen Abend (v.l.n.r.) Rainer Rauch, Gertraud Hubmann und Franz Rattenegger.



Fotorechte: Sparte Hands/LG 308





„ALLE JAHRE WIEDER“: Ö3-Christmas-Shopping

Nach dem Motto „ALLE JAHRE WIEDER“ ging das Ö3-Christmas-Shopping seit 28.11.2019 in die nächste Runde! Wie schon in den Vorjahren ist auch heuer wieder das Thema „Kauf im österreichischen Handel“ in das Ö3 Christmas-Shopping eingeflossen, um den österreichischen Handel im Weihnachtsgeschäft zu unterstützen.

2-FAKTOR-AUTHENTIFIZIERUNG:

Handel erfreut über mehr Zeit für Umstellung

Die EU-Zahlungsdiensterichtlinie soll für mehr Sicherheit bei elektronischen Zahlungen sorgen. Die sogenannte „2-Faktor-Authentifizierung“ sieht insbesondere für Zahlungen mit Bankomat-/Kreditkarten und über Online-Banking eine „starke Kundenauthentifizierung“ vor. Dadurch wird überprüft, ob ein bestimmter Zahlungsauftrag auch tatsächlich von der berechtigten Person erteilt wurde.

Grundsätzlich ist die EU-Verordnung bereits seit 14. September 2019 in Kraft, MODE & FREIZEIT INTERN (MFI) hat darüber mehrfach berichtet. Für Kartenzahlungen im elektronischen Zahlungsverkehr wurde jetzt eine europaweit einheitliche Frist fixiert: Bis 31. Dezember 2020 ist nun für die technische Umsetzung Zeit.

Handel erfreut über mehr Zeit für technische Adaptierungen

Peter Buchmüller, Obmann der Bundessparte Handel der WKO, zeigt sich erfreut über mehr Zeit für technische Adaptierungen zur Abwicklung von Online-Zahlungen: „Um den grenzüberschreitenden elektronischen Handel zwischen EU-Ländern nicht zu behindern, hat die Europäische Bankenaufsichtsbehörde jetzt eine EU-weite Frist bis 31. Dezember 2020 festgelegt.“

Damit wird Unternehmen wie etwa Webshop-Betreibern für die technische Umsetzung der Zwei-Faktor-Authentifizierung mit ihren Zahlungsdienstleistern mehr Zeit eingeräumt. Das ist sinnvoll und richtig, weil der elektronische Handel keine Grenzen kennt und Zahlungen weiterhin in anderen Mitgliedstaaten akzeptiert werden müssen. Und es verschafft unseren Betrieben die nötige Luft, um gesetzeskonform und im Sinne der Kunden agieren zu können“, hält der Branchensprecher des österreichischen Handels fest.

Nicht immer ist allerdings eine starke Kundenauthentifizierung notwendig, denn die Verordnung enthält auch Ausnahmeregelungen. Der Handel ist daher darauf angewiesen, dass Zahlungsdienstleister Lösungen anbieten, die die vorgesehenen Ausnahmeregelungen maximieren und nachteilige Auswirkungen auf die Händler und damit auf deren Kunden minimieren. Mit der zusätzlichen Übergangszeit bleibt mehr Zeit, diese technische Herausforderung gemeinsam zu meistern.

KOMMENTAR

Unter "MFI-Insider" schreibt ein engagierter Vertreter der Wirtschaft seine pointierten Gedanken über dringend nötige Veränderungen in unserer Branche, dieser Stadt und diesem Land. Die Kolumne bleibt daher ausnahmsweise ohne Namensnennung.

In einem Interview mit der Nachrichtenagentur Bloomberg hat Karl-Johan Persson, Chef von Hennes & Mauritz im Zusammenhang mit der Klimasituation vor „Konsumschar“ im Modehandel gewarnt. Für ihn könnte es zu einem Problem werden, wenn Modeketten in den Fokus von Klimaaktivisten geraten. Denn ihre Aktionen hätten zwar nur einen kleinen Einfluss auf die Umwelt, aber schreckliche gesellschaftliche Konsequenzen für die Branche.

Dafür wurde Persson ordentlich „abgewatscht“, z. B. im deutschen „Zeit Magazin“, das unter dem Titel „Vergesst die Erde, rettet H&M!“ meinte, Persson solle nicht vor den „schrecklichen gesellschaftlichen Folgen“ von Konsumschar warnen, man sollte vielmehr vor ihm und seinen Ansichten warnen.

Den Vereinten Nationen zufolge ist die Modeindustrie nämlich für acht bis zehn % der globalen Treibhausgasemissionen verantwortlich und verbraucht damit mehr Energie als die Luftfahrt mit nur 2 % der weltweiten Treibhausgasemissionen.

Jetzt liegt es Ihrem MFI-Insider völlig ferne, die großen Billigketten der Branche zu verteidigen. Und es ist unbestritten richtig, dass sich die Wettersituation in Mitteleuropa in Richtung „es wird immer wärmer“ verschiebt. Noch Ende Oktober konnte ihr Insider in einer österreichischen Therme im Freien liegen und im Liegestuhl über die Entwicklung der Branche philosophieren.

Und diese Entwicklung hat in den letzten 30 Jahren totale Marktverschiebungen gebracht. Kaum eines unter den 10 größten Unternehmen im österreichischen Textilhandel hat es vor 30 Jahren schon gegeben. Und viele von ihnen haben etablierten stationären Händler empfindlich geschadet, die sich mehr der Qualität und weniger dem billigsten Preis verschrieben haben.

Jetzt aber dürfen wir das Kind nicht mit dem Bade ausschütten. Massive Konsumverweigerung im Modehandel wird nicht nur zum Verlust von Arbeitsplätzen im österreichischen Handel, sondern in Billiglohnländern wie z.B. Bangladesch zum Zusammenbruch ganzer Volkswirtschaften führen, wenn die Menschen, die derzeit für den europäischen Markt Bekleidung produzieren, ihre Arbeit verlieren und damit der Hoffnungs- und Perspektivenlosigkeit ausgeliefert wären.

Ihrem MFI-Insider liegt es ferne, die wirklich schlechten Arbeitsbedingungen in diesen Ländern zu verteidigen. Aber ihm sind die Worte des Theologen Paul Zulehner in Erinnerung, der in diesem Zusammenhang von „der Ethik des kleineren Übels“ spricht. Denn für die Betroffenen ist es immer noch besser, Arbeit, (wenig) zu essen und zumindest ein Dach über dem Kopf zu haben, als dem Hungertod ausgesetzt zu sein.

Vielleicht können mitteleuropäische Konsumenten darüber nachzudenken, nicht den Konsum über Nacht zu verweigern, sondern weniger Modeteile zu kaufen, diese dann aber höherwertiger. Damit wäre den Menschen in den Produktionsländern, dem Handel vor Ort und auch der Umwelt am meisten geholfen,

meint Ihr MFI-Insider



HANDELSMERKUR 2019: *Loder/Kumberg ausgezeichnet*

Im Rahmen einer Galaveranstaltung in der Alten Universität Graz wurde der „Handelsmerkur 2019“ vergeben. Gewonnen haben die begehrten Trophäen der Sparte Handel der WKO Steiermark die Firma Schrott24 GmbH aus Graz (Kategorie bis 10 Mitarbeiter) und die Firma Kaufhaus Georg Loder GmbH aus Kumberg (Kategorie über 10 Mitarbeiter). Der „Handelsmerkur“ für das Lebenswerk ging an Hanna und Paul Gasser von der Lieb Bau Weiz GmbH & Co KG.

Zahlreiche Gäste aus Wirtschaft und Politik waren wieder der Einladung von Spartenobmann Gerhard Wohlmuth gefolgt, darunter (siehe Foto oben) WKO Steiermark Präsident Josef Herk und Peter Buchmüller als Bundesobmann der Sparte Handel.

Aus nahezu 100 Bewerbungen wurde die Endauswahl getroffen und von einer hochrangigen Jury bewertet. Schließlich wurden in jeder Kategorie drei Betriebe in die Endauswahl nominiert und die Gewinner im Rahmen einer feierlichen Zeremonie bekannt gegeben.

Dass ein Mitglied des Landesgremiums Mode und Freizeit die begehrte Trophäe gewonnen hat, ist eine besondere Auszeichnung für die gesamte Branche. Das Landesgremium und die Mitgliederinformation MODE & FREIZEIT INTERN (MFI) gratulieren herzlich!

.....
„Mit dem Handelsmerkur wurden auch in diesem Jahr wieder einige Unternehmen stellvertretend für all jene ausgezeichnet, die mit viel Mut und Energie in die Zukunft blicken und ihren Weg gehen.“
 Spartenobmann Gerhard Wohlmuth

Georg und Karin Loder von der Kaufhaus Georg Loder GmbH aus Kumberg sind die Gewinner des Handelsmerkur 2019 in der Kategorie über 10 Beschäftigte. Sie wurden für den Aufbau eines regionalen Handelsunternehmens, in dem die Menschen und Beziehungen im Vordergrund stehen, ausgezeichnet. Georg Loder formulierte seinen Dank für die hohe Auszeichnung: „Wir sehen den Preis als Anerkennung für unsere Mitarbeiter. Gute Partnerschaften mit den Lieferanten und vor allem unseren Kunden sind uns wichtig.“





Das Modehaus Roth, mit sechs Standorten in der Steiermark (Gnas, Feldbach, Fürstenfeld, Hartberg, Gleisdorf und Leibnitz) wird bereits in dritter Generation von der Familie Roth geführt. Insgesamt sind im Unternehmen 190 MitarbeiterInnen, davon 15 Lehrlinge, beschäftigt. Jetzt feierte der Standort in Hartberg im ehemaligen Klingenstein-Haus sein 20-Jahr-Jubiläum. „Roth ist der Leitbetrieb in der Hartberger Innenstadt“, lobte Bürgermeister Marcus Martschitsch bei der Jubiläumsfeier.

FAMILIE ROTH UND GRATULANTEN FEIERTEN EIN JUBILÄUM GANZ IN ROTH: 20 Jahre Modehaus Roth in Hartberg

Die Bezirksstadt Hartberg ist der nördlichste der sechs Roth-Standorte und mit gleich drei Geschäften im Stadtzentrum zeigt das Modeunternehmen in Hartberg seine besondere Präsenz.

Vor ziemlich genau 20 Jahren, im Herbst 1999, wurde das Modehaus Roth in der wundervollen Innenstadt von Hartberg eröffnet. Auf drei Stockwerken mit mehr als 1.500 m² Verkaufsfläche wird Damen- und Herrenmode angeboten; es sind 30 MitarbeiterInnen in der Kundenberatung und der hauseigenen Änderungsschneiderei beschäftigt. In den letzten Jahren wurden in Hartberg 20 Lehrlinge im Lehrberuf Einzelhandelskaufmann/frau ausgebildet. Unverwechselbar und mit klaren Linien setzt sich die Optik des Hauses auch in den hellen und geräumigen Verkaufsflächen in drei Stockwerken fort. Entsprechend groß und ausgewählt ist das modische Angebot in der Damen- und Herrenmode, mit den bekanntesten Marken und starken Akzenten auf den jeweiligen Trend. Neben dem Modehaus Roth wird in Hartberg auch ein R2 Shop für Junge Damenmode und ein Street One Shop in direkter Nachbarschaft zum Modehaus betrieben. Das Erfolgsmodell dazu heißt ganz einfach: **Mode ist Roth.**

Doppeljubiläum bei MODELAND HEISSENBERGER/ROSENTAL AN DER KAINACH



Das traditionsreiche Textilmodengeschäft Heissenberger mit seiner markanten Lage am Kreisverkehr in Rosental an der Kainach feierte das 85jährige Firmenjubiläum. Es hat in dieser langen Zeit des Bestehens immer wieder aufs Neue bewiesen, dass es im Bezirk Voitsberg im Mittelpunkt des Modeangebots steht.

Maria-Luzia Eberhart und Seniorchefin Maria Riegler freuten sich über die Gratulationen seitens der WKO durch Gertraud Hubmann als Vertreterin des Landesgremiums und den WKO-Regionalstellenobmann des Bezirks Voitsberg, Peter Sükar. Auch Rosentals Bürgermeister Engelbert Köppel gratulierte den beiden Damen zum langjährigen Bestehen ihres Unternehmens und zum geschäftlichen Erfolg. Das Modeland Heissenberger betreibt auch eine Filiale in Köflach, die es heuer bereits seit 35 Jahren gibt. Im Modeland Heissenberger hat es damit heuer ein Doppeljubiläum gegeben.

WK ON TOUR: Franz Rattenegger in Judenburg

Der neue Gremialobmann, Franz Rattenegger, besuchte Unternehmerkolleginnen in Judenburg, überzeugte sich von der hohen Qualität des Angebots und informierte sich im persönlichen Gespräch mit den Inhaberinnen über aktuelle Themen der Branche.



Christine Perchthaler zeigt mit „La Bella“ in der Burggasse 10 Größe, weil es seit Oktober 2010 das führende Fachgeschäft in Judenburg für Damenmode in großen Größen von Größe 40 – 54 ist. „Nicht die Problemzonen verstecken, sondern individuelle Vorzüge betonen“, lautet ihr Motto.

In der Tat unterscheidet sich die Realität auf Österreichs Straßen von der auf den internationalen Laufstegen. Rund ein Drittel der österreichischen Frauen tragen Größe 42 und darüber, Tendenz steigend. Frau Perchthaler nennt sie „Frauen mit Format“! Das BIG-SIZE-SORTIMENT bei „La Bella“ umfasst auch den Marktführer SAMOON by Gerry Weber wie auch Chalon, Sempre Piu, apricot, Verpass und viele weitere Marken für „Frauen mit Format“.



Eine kleine, aber feine Boutique in der Burggasse 29 ist seit 2006 erste Adresse für modebewusste Herren – und seit vier Jahren auch für die Damenwelt! Jutta Menzinger hat das Geschäft von ihren Eltern übernommen, die hier über viele Jahre ein Schmuck- und Uhrengeschäft geführt haben. Obwohl selbst gelernte Goldschmiedin, hatte sie sich dazu entschlossen, in die Modebranche zu wechseln, weil es in Judenburg noch weitere Goldschmieden aber kein Herrenfachgeschäft gab.

Mit viel Liebe zum Detail entstand ein wahres Kleinod mit eleganter, sportiver und extravaganter Männermode. Mein Motto lautet „Qualität statt Quantität!“, meint Menzinger, denn sie hat von jedem Teil immer nur eine limitierte Stückzahl zum Verkauf, es ist also absolute Individualität gewährleistet. Ein Konzept, das inzwischen auch Damen genießen dürfen – mit Mode der Wiener Designerin Philomena Christ.

immer nur eine limitierte Stückzahl zum Verkauf, es ist also absolute Individualität gewährleistet. Ein Konzept, das inzwischen auch Damen genießen dürfen – mit Mode der Wiener Designerin Philomena Christ.

JUBILÄUM BEI HANDARBEITEN ABEL

Das 35-jährige Bestehen feierte Herta Abel von „Handarbeiten Abel“ in der Gleisdorfergasse 21, 8010 Graz. Regionalstellenleiter Mag. Viktor Larissegger überreichte im Namen der Wirtschaftskammer Steiermark eine Urkunde zum seltenen Jubiläum.



Alle Fotos: Z.V.g.

KONJUNKTURENTWICKLUNG IM STATIONÄREN EINZELHANDEL

Das I. bis III. Quartal 2019 im Überblick

Nominelle Umsatzentwicklung: +1,5 %

Das Umsatzwachstum im stationären Einzelhandel hat sich im I. bis III. Quartal 2019 im Vergleich zum Wachstum im Gesamtjahr 2018 wieder verstärkt. Die Einzelhandelsumsätze steigen gegenüber dem I. bis III. Quartal 2018 nominell um +1,5 % auf rd. € 53,2 Mrd (brutto, inkl. Ust.).

In sieben von neun Monaten kommt es zu Umsatzzuwächsen, wobei das Plus im April und Juli am höchsten ausfällt. Lediglich im März und Juni liegen die Einzelhandelsumsätze unter dem Vorjahresniveau.

42 % der Einzelhandelsgeschäfte realisieren im I. bis III. Quartal 2019 Umsatzzuwächse, 21 % melden eine stabile, 37 % eine rückläufige Entwicklung.

Die höchsten Umsatzzuwächse erzielt im Branchendurchschnitt der Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkerbedarf, gefolgt vom Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und vom Lebensmitteleinzelhandel.

Sporthandel Branchensieger in den modischen Branchen

Innerhalb der modischen Branchen ist es im I. bis III. Quartal 2019 im Einzelhandel mit Bekleidung zu einem Wachstum von +0,7 % gekommen. Demgegenüber sind die Umsätze im Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren um -0,3 % leicht zurückgegangen. Die starke Wetterabhängigkeit der beiden Branchen zeigt sich vor allem im Februar und im Mai: Während die kühle, nasse Witterung im Februar zu deutlichen Umsatzzuwächsen geführt hat, ist es dadurch im Mai zu einem deutlichen Umsatzrückgang gekommen. Unterschiedliche Entwicklungen sind insbesondere im März (Minus bei Bekleidung, Plus bei Schuhen) und im September (Plus bei Bekleidung, Minus bei Schuhen) zu beobachten. Im Einzelhandel mit Sportartikeln fällt das Plus (+1,8 %) ebenfalls höher aus als im Einzelhandelsdurchschnitt (+1,5 %).

Beschäftigungsentwicklung: +0,5 %

Das Beschäftigungswachstum im Einzelhandel setzt sich auch im I. bis III. Quartal 2019 fort. Die Steigerung fällt dabei etwas geringer als in den beiden letzten Jahren aus. Die Anzahl der unselbstständig Beschäftigten im Einzelhandel steigt in den ersten neun Monaten 2019 um +0,5 % bzw. rd. +1.600 Personen auf rd. 335.800 EinzelhandelsmitarbeiterInnen an.

Konjunktorentwicklung im europäischen Einzelhandel

Von Jänner bis August 2019 zeigt sich im europäischen Einzelhandel eine positive Konjunktorentwicklung. Der österreichische Einzelhandel liegt weiterhin unter dem EU-28-Durchschnitt und auch unter dem Wachstum des deutschen Einzelhandels.



+1,5 %



Nominelle Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel, I. - III. Quartal 2019



+0,5 %



Entwicklung der unselbstständig Beschäftigten im gesamten Einzelhandel, I. - III. Quartal 2019

AKTUELL: Konjunkturbeobachtung der KMU Forschung Austria im Einzelhandel Jänner bis Oktober 2019 UMSATZVERÄNDERUNG ZUM VORJAHR IN %

	Einzelhandel		Bekleidung		Schuhe und Lederwaren		Sportartikel	
	nominell	real	nominell	real	nominell	real	nominell	real
1/2019	1,5	0,5	2,6	1,8	4,6	4,3	4,3	-0,4
2/2019	2,4	1,9	6,3	7,8	13,3	16,0	0,7	-1,6
3/2019	-2,8	-3,8	-2,3	-3,0	3,2	2,9	-0,6	-1,0
4/2019	5,2	4,2	-1,9	-1,4	-8,9	-10,6	8,6	7,7
5/2019	0,9	-0,3	-3,8	-4,6	-6,6	-8,1	-4,0	-5,3
6/2019	-1,1	-2,2	-0,3	0,7	2,6	1,0	1,7	1,6
7/2019	4,4	3,1	1,8	1,3	2,3	-0,4	-1,8	-0,5
8/2019	1,3	-0,1	1,0	-1,1	-0,3	-3,6	4,7	3,3
9/2019	1,3	0,4	3,6	2,9	-4,4	-5,3	2,3	1,1
10/2019	1,3	0,2	-0,1	-1,4	-4,2	-6,4	-0,4	-1,8

EINKAUFSTREISE

Centergross Bologna und Pronto Moda Prato 24. bis 26. März 2020

Nutzen Sie die Gelegenheit Ihr Warenortiment mit aktuellen Highlights im Bereich Textilien, Schuhe und Accessoires zu vertiefen oder lassen Sie sich einfach inspirieren.

Bei erstmaliger Teilnahme an der Einkaufstreise wird empfohlen, diese überwiegend als Informationsfahrt zu sehen. Die Anzahl der Anbieter sowohl in Bologna und auch in Prato ist vielfältig und es nimmt einige Zeit in Anspruch sich einen Angebotsüberblick zu verschaffen.

Als Orientierungshilfe erhalten Sie in Bologna vom Reiseleiter einen Plan vom Gelände und den Geschäften. In Prato erhalten wir Unterstützung durch das AußenwirtschaftsCenter Mailand und einem ortskundigen Experten.

Für den Einkauf im Centergross Bologna und Pronto Moda Prato, welcher in Eigenregie erfolgt, benötigen Sie Folgendes:

- » Bargeld bzw. jedenfalls eine Kreditkarte
- » die UID-Nummer Ihres Unternehmens
- » die A1-Bescheinigung der SVA (<https://www.sozialversicherung.gv.at/>)
- » Sollten Sie das erste Mal einen Einkauf im Centergross/Pronto Moda Prato tätigen, benötigen Sie auch eine Bescheinigung Ihrer Gewerbeberechtigung (GISA-Auszug)

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Ihr Landesgremium unter:

T 316/601 574 | E 308@wkstmk.at

PROGRAMM:

Tag 1 – Dienstag, 24. März 2020

06.00 Uhr Abfahrt: Weiss Autobusunternehmung GmbH, Puchstraße 206, 8055 Graz-Puntigam. Kostenlose Parkmöglichkeiten vorhanden!

ca. 14.00 Uhr: Ankunft in Bologna, Informationsrundgang im Modegroßhandelszentrum Centergross, Rotonda Segnatello 4, 40050 Funo di argelato (BO); T 0039/051/4171206, W www.centergross.com

18.00 Uhr: Abfahrt ins Hotel Ramada Encore Bologna **** Via Ferrarese 164, 40128 Bologna Italy, www.ramadaencorebo.it

anschließend Abendessen im Hotel

Tag 2 – Mittwoch, 25. März 2020

08.00 Uhr: Abfahrt vom Hotel Richtung Pronto Moda Prato

10.00 Uhr: Ankunft in Prato, Einblick in die Welt der Pronto Moda in Prato durch das AußenwirtschaftsCenter Mailand; Besuch und Einkaufsrunde im Cluster Macrolotto mit sprachlicher Unterstützung durch das AußenwirtschaftsCenter sowie einem ortskundigen Experten

16.00 Uhr: Rückfahrt nach Bologna und gemeinsames Abendessen in einem Restaurant auf dem Rückweg

Tag 3 – Donnerstag, 26. März 2020

08.45 Uhr: Check-out und Abfahrt vom Hotel

09.00 Uhr: Modegroßhandelszentrum Centergross

ca. 12.30 Uhr: Rückfahrt nach Graz (direkt vom Centergross)

ca. 21.30 Uhr: Ankunft Weiss Autobusunternehmung GmbH, Graz-Puntigam

REISEPREIS:

Doppelzimmer: € 185,- pro Person*

Einzelzimmer: € 271,- pro Person*

*inkludiert:

2 x Nächtigung inkl. Frühstück mit Unterbringungsgarantie im 4**** Hotel ramada Encore in Bologna

2 x Nächtigungssteuer

1 x Abendessen 3 Gang Menü im Hotel

1 x Mittagessen in Prato

1 x Abendessen in Prato

Die Kosten für die Busfahrt übernimmt das Landesgremium!

SPORT:



FACTSHEET "LAUFEN" FÜR DAS KOMPETENTE BERATUNGS- UND VERKAUFSGESPRÄCH IM SPORTFACHHANDEL:

Infos und Tipps für die optimale Kundenbetreuung

Um den Kunden im Handel mit Sportartikeln qualitativ hochwertige und individuelle Beratungsleistungen zu bieten, hat das Gremium des Handels mit Mode und Freizeitartikeln zum Thema "Laufen" ein Factsheet verfasst. Das Factsheet wendet sich insbesondere an die MitarbeiterInnen im Verkauf und liefert wertvolle Informationen für das Beratungs- und Verkaufsgespräch. Das Factsheet "Laufen" bietet insbesondere Hilfestellung für die Beratung beim Kauf von Laufschuhen. Schwerpunkte bilden auch Informationen über die unterschiedlichen Lauflevels, Laufstile und die körperliche Konstitutionen der Läuferin/des Läufers.

Die Informationen für den Verkauf sind auf Basis zweier Diplomarbeiten des Österreichischen Instituts für Sportmedizin der Universität Wien entstanden.

Stand: 12.08.2019

BERATUNG

LAUFEN UND DER PERFEKTE LAUFSCHUH

Der Laufsport wird immer beliebter. Kein Wunder, kaum eine andere Sportart kann man so flexibel ausüben – jederzeit, überall, allein, in einer großen Gruppe, für eine halbe oder drei Stunden. Außerdem entwickelt sich das Laufen aufgrund der warmen Winter und verbesserten Ausrüstung vermehrt zu einer Ganzjahres-Sportart. So wächst nicht nur die Beliebtheit, sondern auch der Markt für Laufsportartikel.

Das wichtigste Sportequipment ist der Laufschuh. Er entscheidet unter anderem auch über **VERLETZUNGEN** in einer Laufsportkarriere. Darum ist eine qualitativ hochwertige und individuelle Beratung ohne Zeitdruck besonders wichtig.

BeraterInnen werden mit unterschiedlichen Lauflevels, Laufstilen, körperlichen Konstitutionen sowie Merkmalen konfrontiert. HobbyläuferInnen wissen darüber nur selten Bescheid – die immer größere Auswahl an Laufschuhen **ÜBERFORDERT** sie. Darum ist eine kompetente Beratung mit dem Ziel, diese individuellen Anforderungen der KundInnen in den Vordergrund zu stellen, umso wichtiger.



GESCHLECHT

Die Laufbewegung zwischen **Frauen** und **Männern** unterscheidet sich zum Teil stark – eigene Damen- sowie Herrenschuhe haben somit ihre Berechtigung. Vor allem die Mittelsohleigenschaften werden den geschlechtsspezifischen Merkmalen angepasst. Die Laufbewegung von Frauen weist eine größere Bewegungsamplitude – sowohl in den Hüften als auch Knien – auf. Auch das durchschnittlich geringere Gewicht im Vergleich zu Männern wirkt sich auf die Dämpfung eines Laufschuhes aus.



TRAININGSNIVEAU

Bei **ungeübten** LäuferInnen eignen sich aufgrund der noch ausbaufähigen Muskulatur Laufschuhe mit einer harten Mittelsohle. Weiche Mittelsohlen sind geeigneter für **trainierte** LäuferInnen. Wenn LäuferInnen mit Schuhen mit ungeeigneten Mittelsohleigenschaften trainieren, erfordert dies zusätzliche Muskelarbeit und kann zu Überlastungsschäden im Bewegungsapparat führen. Dies kann zwar für gezieltes Muskeltraining genutzt werden, ist jedoch für HobbyläuferInnen nicht empfehlenswert.

LAUFSTILE

Für **VorfußläuferInnen** ist ein Schuh mit einer hohen Sprengung (Höhenunterschied zwischen Vorfuß und Ferse) nicht geeignet. Dieser würde die Laufbewegung unnötig beeinflussen. Bei **RückfußläuferInnen** führt eine erhöhte Sprengung hingegen zu einem gesteigerten Komfortgefühl.



Im Beratungsprozess soll der gesamte Bewegungsapparat begutachtet werden. Alle Merkmale gemeinsam geben einen Hinweis auf den passenden Laufschuh – Beinform, Fußstellung, Laufstil, Erfahrung und individueller Komfort dürfen nie isoliert betrachtet zu einer Laufschuh-Empfehlung führen. **IM FOKUS DER EMPFEHLUNG SOLL DAS KOMFORTGEFÜHL UND DIE PASSFORM STEHEN.**

Der passende Laufschuh ist das wichtigste Lafequipment, darum sollte er nach rund **750 LAUF-KILOMETERN** gewechselt werden, da das Material nach dieser Distanz schon Schaden genommen haben könnte. Durch regelmäßiges Wechseln können Verletzungen vorgebeugt werden.

Dabei darf der Wechsel von einem Schuhmodell mit dicken zu einem mit flachen Sohle-Eigenschaften nicht zu abrupt erfolgen – Überlastungsschäden der Achillessehne und der Wadenmuskulatur wären möglich.

Neben dem Lauftraining ist ein begleitendes Kraft- und Koordinationstraining sinnvoll – als präventive Maßnahme gegen Verletzungen und als Leistungssteigerung.

4 ARTEN VON LAUFSCHUHEN

1. TRAININGSSCHUHE

z. B.: Neutralschuhe, Stabilitätsschuhe

Zielgruppe:

- LäuferInnen ohne Achsfehlstellung (Neutralschuhe)
- LäuferInnen mit Achsfehlstellung (Stabilitätsschuhe)

- dicke Sohle
- gute Dämpfungseigenschaft
- 8–10 mm Sprengung



2. NATURALSCHUHE

z. B.: Minimalschuhe

Zielgruppe:

- fortgeschrittene LäuferInnen

- geringe Dämpfung
- flexible Sohle
- keine Führungselemente
- 0–10 mm Sprengung



3. TEMPOSCHUHE

z. B.: Wettkampfschuhe, Leichtgewichtsschuhe

Zielgruppe:

- fortgeschrittene LäuferInnen

- besonders geringes Gewicht
- keine Dämpfung
- 4–10 mm Sprengung



4. TRAILSCHUHE

Zielgruppe:

- Gelände-LäuferInnen

- grobes Profil
- geringe Dämpfung
- 4–12 mm Sprengung
- für Asphalt ungeeignet



Diese Factbox wurde auf Basis von Johannes Pfeiffers Diplomarbeit (2017) erstellt.

WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH
Bundesgremium des Handels mit Mode und Freizeitartikeln
Mag. Michael Nendwich Obmann-Stv., Berufszweig Sportartikelhandel

Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien, +43 5 90 900 3370,
mode.freizeit@wko.at, www.modeundfreizeit.at



SPORT:

SPORTHÄNDLER DES JAHRES AUSGEZEICHNET:

Intersport Arlberg – Sport Scherz – Bründl Sports

Am Dienstag, den 26. November 2019 wurde im Haus des Sports in Wien zum zweiten Mal der VICTOR – Österreichs Sport Business Preis verliehen. In sechs Kategorien wurden die Besten Österreichs geehrt.

Ziel des VICTOR Verleihung ist es, besondere Menschen, Initiativen, Produkte und Dienstleistungen auszuzeichnen, deren Geschäftsfeld sich in der Sport- und Freizeitwirtschaft befindet und etabliert hat. Es soll damit der große ökonomische und gesellschaftliche Zusammenhang zwischen Sport und Wirtschaft hervorgehoben werden. Die Online-Abstimmung dafür war mit über 20.000 Votings und 102.000 Einzelstimmen ein voller Erfolg.

Über den Hauptpreis – Sport Manager/Managerin des Jahres – durfte sich die Präsidentin der WSG Swarovski Tirol, Diana Langes-Swarovski, freuen. Neben Langes-Swarovski erhielt Wolfgang Konrad die Auszeichnung zum Sport Manager Ehrenpreis.

Den Preis für den Sporthändler des Jahres bekam Intersport Arlberg überreicht. Auf Platz zwei landete Sport Scherz aus Wörschach und auf den dritten Rang belegte Bründl Sports mit Filialen in Salzburg, Tirol und der Steiermark.



V.l.n.r.: Verlegerin Dagmar Pichler, Friedl Birnbacher (Bründl Sports), Thorsten Schmitz (Intersport Austria), Michael Ess (Intersport Arlberg), Harald und Harry Scherz (Sport Scherz) sowie Laudator Michael Nendwich (WKÖ).

NEUE LEHRBERUFE:

Sportgerätechkraft und Fahrradmechatronik

Berufsbilder:

Sportgerätechkräfte sind für die technischen Arbeiten rund um Sportgeräte aller Art und für Beratung von Kundinnen und Kunden und den Verkauf im Sportartikelfachhandel zuständig. Sie montieren, warten und reparieren Sportgeräte, wie z. B. Schier, Fahrräder, Trainings- und Fitnessgeräte, Rollerskates. Im Handel beraten Sportgerätechkräfte KundInnen über Eigenschaften, Einsatzmöglichkeiten und die sichere Anwendung, aber auch die Pflege von Sportgeräten und verkaufen diese. Das Anpassen der Geräte an die Bedürfnisse und Wünsche der Kundinnen und Kunden gehört auch zu den Tätigkeiten. Sportgerätechkräfte sind in spezialisierten Fachgeschäften (z. B. Berg-, Wasser- oder Radsport) oder in Filialen von Sporteinzelhandelsketten mit breitem Sortiment tätig.

FahrradmechatikerInnen reparieren und warten Fahrräder. Dabei tauschen sie abgenutzte oder beschädigte mechanische, immer öfter aber auch elektronische Einzelteile aus, erneuern sie und überprüfen ihre Funktionstüchtigkeit. Sie nehmen regelmäßig das Service an Fahrrädern vor, tauschen Bremsseile, reinigen Ketten und sorgen dafür, dass die Räder auch nach längerem Gebrauch noch verkehrstüchtig sind. Dabei verwenden sie mechanische und elektronische Messgeräte und hantieren mit Werkzeugen wie Schraubenziehern, Schraubenschlüssel und Zangen. Häufig sind sie in Fahrradwerkstätten und im Handel tätig, in denen sie Kundinnen und Kunden auch Fahrräder verkaufen und dazu beraten.

Lithium-Batterien im Handel

Aufgrund der vermehrten Unfälle im Zusammenhang mit der Entsorgung von Lithiumbatterien und –akkus hat der Fachverband des Entsorgungs- und Ressourcenmanagement in der WKO eine Infokampagne über den richtigen Umgang und die Entsorgung dieser Batterien und Akkus gestartet. Nachdem diese Batterien vermehrt auch bei unseren Betrieben (vor allem im Sport- bzw. Fahrradhandel) zum Einsatz kommen – und es hier leider auch schon Unfälle gegeben hat – übermitteln wir gerne die nachfolgenden Links mit zusätzlichen Informationen:

www.lithium-info.at «Lithiumbatterien – sichere Handhabung im Handel»

BETRIEBLICH GENUTZTE E-BIKES:

Vorsteuerabzug ab 1.1.2020 möglich

Das Steuerreformgesetz 2020 – StRefG 2020 (984/A) tritt mit 1.1.2020 in Kraft und somit ist ab nächstem Jahr ein Vorsteuerabzug für betrieblich genutzte E-Bikes zulässig.

Weiters wird die Sachbezugsverordnung dahingehend geändert, dass auch beim Mitarbeiter kein Sachbezug entsteht!

SCHUHE:

VORSICHT BEI WERBUNG

mit gesundheitsbezogenen Angaben

Das Werben mit Gesundheits-Versprechen unterliegt genauen rechtlichen Anforderungen. Für den Handel mit Schuhen oder Sportartikeln gilt grundsätzlich die Abgrenzung zu Medizinprodukten zu beachten.

Die wichtigsten Fakten: Was im Handel beachtet werden muss

Medizinprodukte sind Produkte, die u.a. der Behandlung oder Linderung von Krankheiten dienen (§ 2 Abs. 1 MPG). Ob ein Produkt ein Medizinprodukt ist, wird grundsätzlich vom Hersteller festgelegt.

Wird ein Produkt, das vom Hersteller nicht als Medizinprodukt festgelegt ist, mit einer gesundheitsbezogenen Angabe beworben, so kann es zum Medizinprodukt werden. Dies hätte eine Reihe von Folgen, wie z. B. eine CE-Kennzeichnung für das Produkt und die Einrichtung der Medizinprodukteabgabe. Auch ist der Handel mit Medizinprodukten ein reglementiertes Gewerbe.

Im Schuh- und Sportartikelhandel ist daher Vorsicht geboten, Produkte mit gesundheitsbezogenen Angaben zu bewerben (z. B. Linderung von schweren Beinen, Kniebeschmerzen etc.).

LEDERWARE:

ACHTUNG! AUSKUNFTSVERLANGEN

Der Bundeswettbewerbsbehörde

Die Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) ist eine durch das Wettbewerbsgesetz eingerichtete Institution, mit dem Ziel der Sicherstellung funktionierender Wettbewerbs. Sie ist bei ihren Ermittlungen unter anderem befugt, von Unternehmen Unterlagen anzufordern und deren Erteilung innerhalb einer angemessenen Frist gegebenenfalls durchzusetzen. Wer keine, unrichtige, irreführende oder unvollständige Auskünfte erteilt, begeht eine Verwaltungsübertretung und ist von der BWB mit einer Geldstrafe bis zu 75.000 € zu bestrafen.

Nur selten werden Mitglieder aus unserem Gremium mit Anfragen der BWB konfrontiert. In einem speziellen Fall eines bekannten internationalen Lederwarenproduzenten, nennen wir ihn xxx, wurden nun Mitgliedsbetriebe mit umfangreichen Fragen zu den jeweiligen Geschäftsbeziehungen befragt. U. a. fragt die BWB:

Wie setzen Sie die Preise für die einzelnen von Ihnen angeboten xxx-Produkte fest?

- a. Bestehen Verkaufspreisvorgaben von xxx?
- b. Insoweit Verkaufspreisvorgaben bestehen, können Sie von diesen abweichen?
- c. Insoweit eine freie Verkaufspreisgestaltung besteht, besteht diese uneingeschränkt für sämtliche Produkte oder nur im Rahmen bestimmter Rabattaktionen wie bspw. Sommer- oder Winterchlussverkauf oder auf Modelle älterer Kollektionen?
- d. Müssen Rabattaktionen mit xxx koordiniert bzw. vor solchen Aktionen mit xxx abgesprochen werden?
- e. In welchen zeitlichen Abständen aktualisieren Sie Ihre Verkaufspreise?
- f. Bitte erläutern Sie die Gründe einer Preis-anpassung. Gehen Sie bitte auch darauf ein, inwieweit xxx in den Prozess der Preisanpassung involviert ist.

UNSERE MEINUNG: Die BWB greift hier die Praxis von UVPs (unverbindlichen Preisempfehlungen) auf. Diese sind aus Sicht des Handels und mit dessen Zustimmung als besonderer Service des Lieferanten zu verstehen; ihre Einhaltung ist aber immer unverbindlich und keine Preisvorgabe, denn der jeweilige Händler hat in seiner Kalkulation auch die eigene Kostenstruktur zu berücksichtigen. Ein Abweichen von UVPs sollte jederzeit möglich sein und regelmäßig vorkommen, insbesondere auch bei Abverkäufen und sonstigen Preisreduktionen. Diese sollten immer nach eigener Einschätzung und ohne Rücksprache mit dem Lieferanten erfolgen.

Unsere grundsätzliche Empfehlung bei einem Auskunftsbegehren der BWB ist, deren freundliche Anfragen nach bestem Wissen und Gewissen zu beantworten. Nicht zuletzt, weil man dazu verpflichtet ist, auch wenn es zusätzlichen bürokratischen Aufwand mit sich bringt.

KOMMENTAR

Anders als andere

Mit Beginn der Überproduktion von Gebrauchsgartikeln erfolgte zunächst die Umkehr der marktwirtschaftlich bewährten Formel von Angebot und Nachfrage. Denn vom Überfluss der ohne saisonalen Bezug mit praktisch permanenten Sale-Aktionen und gleichzeitiger Präsentation brandneuer Trends und Kollektionen zum Kauf animiert, verloren wir unser Wertbewusstsein und mutierten zur Wegwerfgesellschaft.

Wer keine Scheu hat, dem von ruinösen Preisschlachten eingeleiteten Tradingdown im Sinne von Masse statt Klasse zu folgen, griff zu importierter No Name-Ware im Cliques-Look, um seine Zugehörigkeit zum angesagten Mainstream zu demonstrieren. Das fatale Fazit: Diese den ursprünglichen Anspruch der Mode auf Individualität zum Einheitsbrei degradierende Geschmacksverirrung spiegelt sich oft in den Schaufenstern der stationären Fachgeschäfte wider und könnte als Eigentor schon morgen die Existenz des qualifizierten Facheinzelhändlers ernsthaft gefährden.

Fashion für Fortgeschrittene

Trotz des anhaltenden, von Preisdruck und Produktpiraterie verzerrten Wettbewerbs scheint sich ein Umdenken bei den Verbrauchern anzubahnen. Diskussionen um Klimaschutz und Nachhaltigkeit machen auf die Fragwürdigkeit unserer derzeitigen Lebens- und Konsumgewohnheiten aufmerksam. Altlasten wie Verschwendung und Ressourcenraubbau haben als unrühmliche Sünden der Vergangenheit für die gedankliche Vorstufe zum Blackout-Szenario gesorgt, das zu tiefgreifenden Maßnahmen auf allen Ebenen des Zusammenlebens zwingt.

Auch in der Mode sollte die Bedeutung von Wertbegriffen eine Renaissance erfahren und das Kaufverhalten der Kunden ebenso beeinflussen wie Leistung und Service des Fachhändlers ins beste Licht rücken. Es geht dabei vor allem um die zahlenmäßig nicht zu unterschätzende Verbraucherschicht, die ihr Outfit mit Bedacht wählt und eine möglichst unverwechselbare Aussage sucht, um ihre Persönlichkeit zu unterstreichen. Meist genügt ein Blick ins Schaufenster, ob das Sortiment den Anspruch auf Modelle, denen man nicht auf Schritt und Tritt begegnet, erfüllt oder ob es sich nur um billige, abgekupferte Plagiate der High Fashion handelt, die uniforme Gleichmacherei im Straßenbild begünstigen.

Zur neu definierten betrieblichen Zielsetzung gehört neben der Sortimentskorrektur mit dem Fokus auf nicht überall erhältliche Exponate die Spezialisierung mit Blick auf Bedürfnisse und Wünsche der anzusprechenden Zielgruppe. Das bedingt mit hoher Wahrscheinlichkeit eine Trennung von einigen bisherigen Lieferanten und die gründliche Information über Newcomer oder potentielle Geschäftspartner, die nicht nur mit Erzeugnissen, die zum künftigen Unternehmenskonzept passen, sondern auch mit guten Konditionen punkten können. Der Besuch von Messen und Ordertagen vermittelt den Branchenüberblick und gibt Gelegenheit zu ersten Kontakten und Verhandlungen. Mit dieser Profilierung auf Mode, die sich dem individuellen Erscheinungsbild des Trägers anpasst, gelingt der Imageaufschwung vom austauschbaren zum besonderen, etwas anderen Shop in einem übersättigten Markt.

Es versteht sich von selbst, dass der neue Auftritt des Unternehmens, das sich positiv von anderen Mitbewerbern abheben will, auch in Ausstattung, Dekoration bzw. Atmosphäre des Verkaufsraums und last, but not least in der Kommunikation mit den Mitarbeitern zum Ausdruck kommen sollte.

Ob der Versuch des Online-Handels, die Ladenbesitzer in das Versandgeschäft einzubinden, bei diesen Kunden Zustimmung findet, bleibt abzuwarten. Doch der legitime Wunsch nach Individualität statt Vermassung macht Einzelhandel und KundInnen zu Verbündeten im Ringen um Marktanteile und digitale Herausforderungen.

meint Ihre Evelyn Schreiber



EVELYN SCHREIBER
Freie Journalistin

Retail

Adidas kickt Runtastic raus und benennt die Lauf-App in "Adidas Running" um

Sie ist Österreichs Vorzeige-Beispiel für ein erfolgreiches Start-up: die App "Runtastic", die die Gründer um den wohl bekanntesten der Jungunternehmer Florian Gschwandtner im Jahr 2009 entwickelten, wurde zum Inbegriff für den gelungenen Sprung ins "Big Business" – mit dem 220 Millionen € schweren Verkauf an die Sportsbrand Adidas sechs Jahre später war endgültig alles erreicht. Runtastic soll schon sehr bald Geschichte sein: Wer in Zukunft im App-Store nach der Fitness-Applikation sucht, um seine sportlichen Leistungen zu dokumentieren, wird nur noch auf "Adidas Running" stoßen. Der Konzern sagt die etablierte Marke ab, nur noch der Namenszusatz "by Runtastic" soll erhalten bleiben.

Der neue Runtastic-Chef, der US-Amerikaner Scott Dunlap, betonte, dass die Firma mit Sitz in Pasching bei Linz mit seinen mehr als 200 Mitarbeitern in Österreich bleiben werde. Auf den Personalstand hätten die Umbenennung und die stärkere Verschränkung mit Adidas keinen Einfluss. Auch am Geschäftsmodell, mit Premium-Services für zahlende User Geld zu verdienen, solle festgehalten werden. Im Geschäftsbericht 2018 von Adidas wurde die Marke Runtastic per Jahresende mit einem Wert von 31 Millionen Euro in der Bilanz geführt. Abschreibungen ergäben sich durch die neuen Namen nicht, sagte Dunlap.

OLN NEWS, HANDEL, IT, STARTUPS, 25.09.201

Die „Händler des Jahres“ stehen fest

Bei dieser Umfrage bzw. Wahl bewerten die Konsumenten die Handelsunternehmen nach neun Kriterien: Preis, Aktionen und Angebote, Qualität der Produkte, Zusammenstellung des Sortiments, Kompetenz, Kundenfreundlichkeit, Service, Einkaufserlebnis und Vertrauen. Basierend auf den durchschnittlichen Bewertungen der einzelnen Kriterien und ihren Aspekten werden die Sieger in den verschiedenen Kategorien und der Gesamtsieger ermittelt.

Im Lebensmittelhandel hat Spar die Nase vorn, bei den Diskontern Lidl –

zum bereits fünften Mal hintereinander. Bei „Drogerie/Parfümerie“ (stationär) hat dm drogerie markt gewonnen. In dieser Kategorie, hat, den Onlineshop betreffend, Bipa die Nase vorn. Quer über alle Kriterien und Kategorien hinweg kürten die befragten Konsumenten den Non-Food-Diskounter Action zum Gesamtsieger.

CASH, 25.10.2019

H&M eröffnet außergewöhnliche Filiale

Sinkende Umsätze bei den Platzhirschen, großen Modemarken droht die Insolvenz: Der Fashion-Branche geht es mies, und das schon seit Jahren. H&M versucht es nun mit einer neuen Idee. Kunden werden die neueste Deutschlandfiliale kaum wiedererkennen.

Das Jahr 2018 war für H&M nicht einfach. Der Gewinn brach um satte 60 % ein. Weil die Schnittmuster, Farben und Kollektionen nicht beim Kunden ankamen, kassierte der Konzern dafür die Rechnung. Mit harten Maßnahmen sucht der Konzern seither den Weg aus der Krise. Die Führungsebene beschloss etwa, Filialen zu schließen und die Marke "Cheap Monday" einzustellen. Auch geplante Neueröffnungen wurden gestoppt. Der Umbau trägt Früchte. Im vergangenen September legte der Gewinn erstmals nach fast 24 Monaten zu. Nun geht H&M in die nächste Phase des Umbaus. In Berlin eröffnet der Moderiese nun erstmals eine besondere City-Filiale.

In der neuen Filiale in Berlin-Mitte verkauft H&M ab sofort nicht nur eigene Modestücke, sondern auch Second-Hand-Ware und Produkte von anderen Herstellern. Dazu zählen Chimi oder Eytys. Zudem können Kunden Home-Accessoires finden und ein Kaffee im H&M-Café trinken. Der Shop wird nicht von H&M selbst, sondern von der Berliner Firma Daluma betrieben. Das Unternehmen verkauft Säfte, Pflegecremes, Bowls oder Müsliriegel. Damit will der Konzern die Verweildauer im Store erhöhen. Die neue Filiale ist eine Art Show-Room. Kunden finden deutlich weniger Angebot auf einer kleineren Fläche. Primär geht es um Inspiration und Innovation. Während eine klassische Filiale auf rund 1.800 m² kommt, verfügt die neue City-Filiale über weniger als 400 m².

chip, 31.10.2019

Kaufen ohne zu zahlen: H&M startet Klarna in Österreich

Die alte Ratenzahlung feiert ihr Comeback. Rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft führt die schwedische Modekette eine neue Bezahlart ein. Kunden können künftig shoppen gehen und erst später bezahlen. Der Service kann über die App im Geschäft genutzt werden, oder auch online. "Wir möchten Kunden über alle Verkaufskanäle hinweg ein modernes, flexibles und komfortables Einkaufserlebnis bieten", erklärt das Unternehmen. Gemeinsam mit Klarna hat H&M nun in Österreich eine weitere Möglichkeit der Bezahlung eingeführt. Im Oktober 2018 wurden dafür die ersten Weichen gelegt. Klarnas Plattform soll in allen 14 europäischen Ländern, in denen H&M aktiv ist, eingesetzt werden. Bereits 170.000 Händler arbeiten mit dem 2005 gegründeten Unternehmen.

Die Presse, 12.11.2019

Deutsche Modekette gerettet? Tom Tailor kann Pleite verhindern

Der deutsche Modemarkt kämpft zuletzt mit einer Reihe von Problemen. Hersteller und Händler wie Zalando, H&M, Zara oder Wöhrl buhlen um Kunden, obwohl es ein Überangebot gibt und der Konkurrenzkampf stark ist. Das spürt auch das deutsche Modelabel Tom Tailor. Anders als andere Modeunternehmen wie Gerry Weber, Esprit, Escada, Strenesse, Zero oder Steilman, kann Tom Tailor offenbar die Insolvenz verhindern. Das Unternehmen sicherte sich mit einer neuen mittelfristigen Finanzierung Luft.

Für Tom Tailor ein wichtiger Fortschritt: Die Vereinbarung geht nämlich um zehn Millionen über das zuletzt angepeilte Volumen von 365 Millionen € hinaus. Tom Tailor hatte zuletzt vorläufige Zahlen für das Geschäftsjahr 2018 korrigieren müssen, da Rückstellungen wegen einer künftig schlechteren Geschäftsentwicklung gestiegen seien. So erwartet die Modekette einen kleineren endgültigen Betriebsgewinn der Marke Tom Tailor für 2018 und einen höheren operativen Verlust bei der Tochterfirma Bonita.

chip, 31.10.2019

VON - BIS VERANSTALTUNG ORT

TEXTILIEN 2020

07.01. – 10.01.2020	Pitti Imagine Uomo	Florenz
07.01. – 10.01.2020	Heimtextil	Frankfurt
10.01. – 14.01.2020	Milano Moda Uomo Herbst/Winter	Mailand
14.01. – 16.01.2020	Neonyt, Panorama, Premium, Selvedge Run	Berlin
21.01. – 22.01.2020	Hot 1	Brandboxx Salzburg
21.01. – 22.01.2020	Tracht & Country Premiere	Brandboxx Salzburg
24.01. – 26.01.2020	Supreme Kids	München
24.01. – 27.01.2020	Supreme Woman and Men	Düsseldorf
25.01. – 27.01.2020	Gallery	Düsseldorf
02.02. – 04.02.2020	Fashion Premiere	Brandboxx Salzburg
04.02. – 05.02.2020	Bluezone Munich	München
04.02. – 06.02.2020	Munich Fabric Start	München
08.02. – 10.02.2020	Berliner Durchreise	Berlin
08.02. – 10.02.2020	in fashion Munich 2020	München
09.02. – 10.02.2020	Jot Juniormode	Brandboxx Salzburg
11.02. – 12.02.2020	Kids Austria	Brandboxx Salzburg
11.02. – 13.02.2020	Première Vision	Paris
12.02. – 13.02.2020	Fashion Premiere + Tracht 2020	MGC Wien
18.02. – 24.02.2020	Milano Moda Donna	Mailand
19.02. – 21.02.2020	Lineapelle	Mailand
28.02. – 01.03.2020	Tracht & Country	Messezentrum Salzburg
28.02. – 02.03.2020	Première Classe	Paris

LEDERWAREN 2020

11.02. – 13.02.2020	Première Vision	Paris
16.02. – 19.02.2020	Mipel	Mailand
19.02. – 21.02.2020	Lineapelle World	Mailand
28.02. – 02.03.2020	Première Classe	Paris
29.02. – 02.03.2020	ILM Winter Styles	Offenbach
29.02. – 02.03.2020	Shoes & Bags Wien	MGC Wien
08.03. – 10.03.2020	Gallery Shoes	Düsseldorf
22.03. – 23.03.2020	Shoes & Bags	Brandboxx Salzburg

SPORT- UND FREIZEITARTIKEL 2020

26.01. – 29.01.2020	ISPO Munich	München
29.01. – 31.01.2020	Outdoor Friedrichshafen	Friedrichshafen
01.02. – 02.02.2020	Bike Festival Austria, Bogensportmesse	Wels
18.02. – 20.02.2020	ÖSFA Winter	Brandboxx Salzburg
21.02. – 23.02.2020	Supreme Body & Beach	MTC München

GESCHENKARTIKEL UND HOME ACCESSOIRES 2020

05.01. – 07.01.2020	Trendset	München
17.01. – 21.01.2020	Maison & Objet	Paris
07.02. – 11.02.2020	Ambiente	Frankfurt
28.02. – 01.03.2020	Creativ Salzburg	Salzburg

SCHUHE 2020

11.01. – 14.01.2020	Expo Riva Schuh	Gardasee / Italien
16.02. – 19.02.2020	Micam Milano	Mailand
23.02. – 25.02.2020	Schuh Austria Brandboxx Salzburg	
29.02. – 02.03.2020	Shoes & Bags Wien	MGC Wien
08.03. – 10.03.2020	Gallery Shoes	Düsseldorf
22.03. – 23.03.2020	Shoes & Bags Salzburg	Brandboxx Salzburg

Das Bundesgremium Handel mit Mode und Freizeitartikeln stellt die Messetermine nach bestem Wissen für Sie zusammen. Messen werden aber manchmal kurzfristig abgesagt oder die Termine überraschend geändert, alle Termine sind daher ohne Gewähr. Bitte kontrollieren Sie vor einem Messeantritt unbedingt die Homepage des Veranstalters. Manche Messen betreffen auch mehrere Branchenweige, diese sind jeweils dem wichtigsten Branchenweig zugeordnet und nicht mehrfach angeführt.

Unsere nächsten Veranstaltungen:



Scharfe Tage:

30. Jänner – 1. Februar 2020

Modeabend Kai Jäckel:

10. März 2020, 19.00 Uhr, Steinhalle Lannach

Collonil-Seminar:

- » Modul 1 „Online vs. Offline – Stärke des stationären Handels“, 18.3.2020, 09.00 – 15.00 Uhr, Wifi Graz
- » Modul 2 „Kompetenz und Wirtschaftlichkeit im Fachhandel“, 30.9.2020, 09.00 – 15.00 Uhr, Wifi Graz

Einkaufsreise Bologna – Prato:

24. – 26. März 2020

Erstmals dreitägig, mit Prato!

Nähere Infos auf Seite 13 dieser Ausgabe.



Impressum MODE & FREIZEIT [intern] 4.19

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@wkstmk.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>