

UNTERNEHMERTAG DES LANDESGREMIUMS:

25.04.2019 im

MP09/"Schwarzer Panther"

Key Note: Prof. Dr. Peter Filzmaier

1119

Foto: Michael Pachleitner Group GmbH

HANDELS-KV –
ALLE TABELLEN:
2,5% mehr Gehalt

AUS- UND SONDERVERKÄUFE :
**Was ist aktuell
zu beachten?**

KMU FORSCHUNG AUSTRIA:
**Konjunkturdynamik kühlt ab
2018: +1,0 %**

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



Gremialreferent:
Ute Roppoch
T 0316/601-576



Assistentin:
Bernadette Bogensberger
T 0316/601-574

Fotos: WKO 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 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@wkwstmk.at
www.wko.at/stmk/rs

KommR HARALD SCHERZ
Landesgremium Steiermark
des Handels mit
Mode und Freizeitartikeln



Foto: WKO Steiermark

Liebe Leserinnen und Leser,

Das Weihnachtsgeschäft hat großteils nur durchwachsende Ergebnisse mit sich gebracht und die Umsatzzahlen waren für das gesamte Jahr 2018 nicht berauschend, wobei der Sporthandel deutlich besser abgeschnitten hat als die Branchenzweige Lederware & Schuhe sowie Textil & Bekleidung. Mehr dazu lesen Sie brandaktuell auf den Seiten 14-16 dieser Ausgabe.

Bemerkenswert ist dabei die vom Wetter verursachte volatile Entwicklung. Die KMU Forschung Austria weist in ihrem Jahresbericht auch ausdrücklich auf die wetterbedingte Entwicklung in den modischen Branchen hin. Auch unser Trendscout Marga Indra-Heide (Seite 8-9) ist bei ihren Einkaufstipps für die kommende Saison Herbst/Winter 2019 auf den Klimawandel eingegangen und hat als Lehre aus dem wärmsten September seit Menschengedenken empfohlen, zu „pre-fall-Kollektionen“ zu greifen und die nächste Saison mit leichterer Herbstware zu starten.

Vor allem den Großhandel, aber auch Einzelhandelsbetriebe, die stark mit englischen Lieferanten zusammenarbeiten, beschäftigt derzeit ganz besonders der Brexit. Auch dazu listen wir in dieser Ausgabe (Seite 12-13) die möglichen Alternativen auf, je nachdem ob es zu einem soft- oder hard-Brexit kommen wird.

Auf den Seiten 4-7 berichten wir über die erst knapp vor Weihnachten zu Ende gegangenen Kollektivvertragsverhandlungen im Handel. Sie finden dort auch die für alle Mitgliedsbetriebe unseres Gremiums relevanten Gehaltstafeln, gegliedert nach der Gehaltsordnung ALT und NEU. Mein Tipp: Auch wenn bis zur endgültigen Umstellung am 1.12.2021 noch Zeit bleibt, sollten Sie sich rechtzeitig mit dem Umstieg von der Gehaltsordnung ALT in die Gehaltsordnung NEU vertraut machen und den für Sie idealen Zeitpunkt der Umstellung festlegen.

Obwohl es zu keiner EU-weiten Einigung der Besteuerung von digitalen Konzernen gekommen ist, scheint doch Bewegung in die Sache gekommen zu sein. Bundeskanzler und Finanzminister haben angekündigt, zumindest einen ersten Schritt zur Steuergerechtigkeit einzuleiten, in dem Österreich eine Digitalsteuer im Alleingang beschließen wird. Auch für uns ist das nur ein erster Schritt, bestätigt aber unsere langjährigen Bemühungen, für die Beseitigung von Steuerungerechtigkeiten zu kämpfen.

Unser Dank gilt hier übrigens auch der Bundessparte Handel in der Wirtschaftskammer Österreich, die viel aufklärende Detailarbeit geleistet und zuletzt (siehe Seite 10-11) auch die Steuerleistung von Amazon in Österreich kritisch durchleuchtet hat.

Wir im Gremium werden auch heuer wieder voll am Ball sein und Sie umfassend informieren und für die Vertretung Ihrer Interessen sorgen. Die Einladung zum Unternehmertag am 25. 4. 2019 finden Sie auf Seite 3 dieser Ausgabe, die Ankündigung der vielen weiteren Aktivitäten auf der hinteren Umschlagseite.

Lassen Sie mich, auch wenn es manche nicht mehr hören können, abschließend aber noch einmal deutlich festhalten: Es kann nicht sein, dass ein kleiner Modehändler mehr Steuern in Österreich zahlt, als ein internationaler Online-Händler oder ein Digitalkonzern,

meint Ihr Gremialobmann

KommR Harald Scherz

EINLADUNG

zum Unternehmertag

Der Unternehmertag des Landesgremiums Mode und Freizeit findet am 25.04.2019 statt.

Beginn:

Cometogether ab 12:00 Uhr
im MP09/„Schwarzen Panther“,
Liebenauer Tangente 4, 8041 Graz

Wie ein schwarzer Panther, wie das MP09 inoffiziell genannt wird, liegt das Gebäude als Grazer Landmark auf einem verbauten Areal von rund 10.000 m². Bauherr war die Dr. Michael Pachleitner Privatstiftung, das Headquarter der renommierten Uniopt-Pachleitner-Gruppe mit den Bereichen Brillen, optische Brillengläser und Schmuck nutzt hier rund zwei Drittel der Fläche.

Programm:

Begrüßung und Brancheninformationen
Obleute KommR Harald Scherz,
KommR Franz Rattenecker,
Gertraud Hubmann



Foto: Michael Pachleitner Group GmbH

Foto: Speaker Excellence



Vorträge:

→ Prof. Dr. Peter Filzmaier: Wirtschaftswelt 2.0 – Arbeit, Medien und Kommunikation im digitalen Zeitalter

Univ.-Prof. Dr. Peter Filzmaier, geboren 1967 in Wien, ist Politikwissenschaftler und Kommunikationsberater und Professor für Politische Kommunikation an der Donau-Universität Krems und der Karl Franzens-Universität Graz sowie geschäftsführender Gesellschafter des Instituts für Strategieanalysen (ISA) in Wien. Er ist außerdem politischer Analytiker des ORF und Kommentator der Tageszeitung Der Standard (2005 bis 2007), der Bundesländerzeitungen Kleine Zeitung, Tiroler Tageszeitung, Salzburger Nachrichten und Oberösterreichische Nachrichten (von 2007 bis 2015) und der Kronen Zeitung („Filzmaier analysiert“ seit 2015).

→ DI Dr. Hans Lechner vom Campus 02 zum Thema Innovationen und Restart-Up
Gastredner: „Hausherr“ Dr. Michael Pachleitner

Der Abschluss des Unternehmertags findet im Murpark mit einer Führung durch das Einkaufszentrum statt. Centerleiterin Mag. Edith Münzer erlaubt einen Blick hinter die Kulissen des Murparks.

Ende: Murpark, ca. 18:00 Uhr.

Moderation:

Durchs Programm führt Oliver Zeisberger.

Anmeldungen:

zum Unternehmertag sind bereits unter 308@wkstmk.at möglich.

Foto: Oliver Zeisberger



HANDELS-KV-ABSCHLUSS: 2,5 % MEHR GEHALT, Lehrlingsgehälter steigen um mehr als 8 %

Die KV-Verhandlungen für 2019 brachten € 48 für die unteren Einkommen, im Durchschnitt eine Erhöhung um 2,67 % und eine Stunde mehr Familienfreizeit am 24. Dezember für alle Angestellten

“Das ist ein KV-Abschluss, der sich sehen lassen kann. Allerdings sind die Arbeitgeber im Handel dabei ans Limit gegangen“, sagte Arbeitgeber-Chefverhandler Peter Buchmüller, Obmann der Bundessparte Handel in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ). Der nach langen und zähen Verhandlungen erreichte Kompromiss in der fünften Runde der Kollektivvertragsverhandlungen für rund 450.000 Handelsangestellte und Lehrlinge im österreichischen Handel sieht eine prozentuelle Erhöhung von 2,5 %, mindestens jedoch € 48 vor. Das ergibt durchgerechnet für die gesamten Gehaltstafeln des Kollektivvertrages ein Gehaltsplus von 2,67 %. Der neue Handels-KV tritt mit 1. Jänner 2019 in Kraft.

Die Lehrlingsentschädigungen werden für 2019 um mehr als acht % erhöht, und zwar auf € 650 im ersten Lehrjahr, € 820 im zweiten, € 1.000 im dritten und € 1.150 im vierten Lehrjahr. 2020 sollen die Lehrlingsentschädigungen dann auf € 700, € 900, € 1.100 und € 1.200 steigen, um den Berufseinstieg in den Handel attraktiver zu machen.

Dazu kommt, dass die Geschäfte am 24. Dezember ab 2019 bereits um 13 Uhr – anstatt wie bisher um 14 Uhr – schließen. Weiters wurden folgende rahmenrechtliche Vereinbarungen getroffen:

- Anspruch auf Bildungskarenz unter bestimmten Voraussetzungen
- Anspruch auf Altersteilzeit unter bestimmten Voraussetzungen
- Anrechnung von Karenzzeiten im Höchstausmaß von 24 Monaten für die von der dienstabhängigen Ansprüche (Jubiläumsgeld, 6. Urlaubswoche, Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall und Kündigungsfrist)
- Anspruch auf die 4-Tage-Woche (nicht zusammenhängend) bei 10 Stunden täglicher Normalarbeitszeit
- Die Übertragung von Zeitguthaben und –schuld in die nächste Durchrechnungsperiode im Ausmaß der halben vereinbarten wöchentlichen Normalarbeitszeit.

Hier die Informationen in ausführlicher Form (nur bereinigt um für die Gremien Einzel- und Großhandel mit Mode und Freizeitartikeln nicht relevanten Bestimmungen)

Informationen zum Kollektivvertragsabschluss für Angestellte und Lehrlinge im Handel 2019

Gehaltsrechtlicher Teil:

1. In den Gehaltstafeln der Gehaltsordnung ALT, mit Ausnahme der Gehaltstafel F, werden in den Gehaltsgebieten A und B die kollektivvertraglichen Mindestgehälter um 2,5 %, mindestens jedoch um € 48,- erhöht.
2. Im Gehaltssystem NEU werden die kollektivvertraglichen Mindestgehälter um 2,5 % erhöht.
3. Die sich aus der Berechnung nach 1., 2. und 3. ergebenden Gehälter werden auf volle Euro kaufmännisch gerundet.
4. Die am 31.12.2018 bestehenden Überzahlungen werden in euromäßiger Höhe (centgenau) aufrechterhalten.
5. Die Regelung für Ferialarbeitnehmerinnen gemäß Gehaltsordnung ALT Beschäftigungsgruppe 1a) wird mit 1.1.2019 ersatzlos gestrichen.
6. Der Reformbetrag 2 gemäß 5.1.2. im Gehaltssystem Neu beträgt ab 1.1.2019
 - im 9. oder 10. Berufsjahr € 64
 - im 12. Berufsjahr € 42
 - im 15. Berufsjahr € 22
7. Das Vertretungsgeld gemäß Beschäftigungsgruppen D und E im Gehaltssystem Neu beträgt ab 1.1.2019:
 - BG C: € 1,60 / 12,80 / 64
 - BG D: € 2,10 / 16,80 / 84
8. Lehrlingsentschädigungen: Die Lehrlingsentschädigungen und weitere Rahmenbedingungen für Lehrlinge werden wie folgt geändert:
 - a) Für Lehrlinge gelten hinsichtlich der Probezeit die Bestimmungen des BAG.

Gehaltsordnung ALT Gehaltstafel A

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

ab 1. 1. 2019

Beschäftigungsgruppe 1	Gebiet A
1 b) sonstige Angestellte im 1., 2., 3. Angestelltendienstjahr	1548
Beschäftigungsgruppe 2	
1. Berufsjahr (=Bj.)	1634
3. Bj	1634
5. Bj	1634
7. Bj	1634
9. Bj	1723
10. Bj	1810
12. Bj	1899
15. Bj	2035
18. Bj	2066
Beschäftigungsgruppe 3	
1. Bj	1634
3. Bj	1634
5. Bj	1685
7. Bj	1766
9. Bj	1897
10. Bj	2078
12. Bj	2184
15. Bj	2331
18. Bj	2370
Beschäftigungsgruppe 4	
1. Bj	1688
3. Bj	1760
5. Bj	1835
7. Bj	2035
9. Bj	2280
10. Bj	2510
12. Bj	2657
15. Bj	2860
18. Bj	2916
Beschäftigungsgruppe 5	
5. Bj	2520
7. Bj	2729
9. Bj	2951
10. Bj	3130
12. Bj	3281
15. Bj	3509
18. Bj	3578
Beschäftigungsgruppe 6	
5. Bj	2834
10. Bj	3338
15. Bj	3847
18. Bj	3920
Lehrlingsentschädigungen	
1. Lehrjahr	650
2. Lehrjahr	820
3. Lehrjahr	1100
4. Lehrjahr	1150

- b) Lehrlingen ist eine monatliche Lehrlingsentschädigung nach den angeführten Sätzen zu bezahlen. Der Betrag des 4. Lehrjahres gilt für Doppellehrverhältnisse.
- c) Lehrlinge, die eine verlängerte Lehrzeit gemäß § 8b Abs 1 BAG absolvieren, ist die jeweilige monatliche Lehrlingsentschädigung zu bezahlen.
- d) Lehrlinge, die eine Teilqualifikation gemäß § 8b Abs 2 BAG absolvieren, ist eine monatliche Lehrlingsentschädigung nach den angeführten Sätzen zu bezahlen.

Duale Berufsausbildung Reguläre Lehre und verlängerte Lehre gemäß § 8b Abs 1 BAG Teilqualifizierung gemäß § 8b Abs 2 BAG

Lehrjahr	Lehrlingsentschädigung		Ausbildungsjahr	Lehrlingsentschädigung
	ab 1.1.2019	ab 1.1.2020		
1. Lehrjahr	€ 650	€ 700	im 1. Jahr	90 % der für das erste Lehrjahr gebührenden Lehrlingsentschädigung
2. Lehrjahr	€ 820	€ 900	im 2. Jahr	115 % der für das erste Lehrjahr gebührenden Lehrlingsentschädigung
3. Lehrjahr	€ 1.100	€ 1.150	im 3. Jahr	die für das zweite Lehrjahr gebührende Lehrlingsentschädigung
4. Lehrjahr	€ 1.150	€ 1.200	im 4. und 5. Jahr	die für das dritte Lehrjahr gebührende Lehrlingsentschädigung

→ *Nachstehend der Text des Kollektivvertrages:*

a. Punkt 4. wird auf Grund der gesetzlichen Änderung ersatzlos gestrichen.

b. Punkt 9. Lehrlingen, die auf Grund nicht genügender Leistung (nicht aber wegen Krankheit bzw. Unfall) nicht berechtigt sind, in die nächst höhere Schulstufe aufzusteigen, gebührt im darauffolgenden Lehrjahr nur die Lehrlingsentschädigung in Höhe des abgelaufenen Lehrjahres. Ist der Lehrling in diesem Lehrjahr zum Aufsteigen berechtigt, so gebührt ab der auf den erfolgreichen Schulstufenabschluss folgenden Verrechnungsperiode wieder die der Dauer der Lehrzeit entsprechende Lehrlingsentschädigung.

Rahmenrechtlicher Teil:

Blockfreizeit / Superwochenende:

Im Geltungsbereich wird die Befristung für die Regelung zur Blockfreizeit gestrichen. Die Blockfreizeit (Superwochenende) ABSCHNITT 2) C.2.5. gilt somit unbefristet.

Anrechnung von Karenzen:

Karenzurlaube nach dem MSchG und VKG, die ab dem 1.1.2019 oder danach beginnen, werden für die Bemessung der Kündigungsfrist, die Dauer der Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall (Unglücksfall) und das Urlaubsausmaß sowie das Jubiläumsgeld im Höchstausmaß von jeweils 24 Monaten angerechnet. Sterbebegleitung für nahe Angehörige oder Begleitung von schwersterkrankten Kindern nach den §§ 14 a und b AVRAG, die ab dem 1.1.2019 oder danach beginnen, werden für die Bemessung der Kündigungsfrist, die Dauer der Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall (Unglücksfall) und das Urlaubsausmaß sowie das Jubiläumsgeld im Höchstausmaß von jeweils im gesetzlich zulässigen Ausmaß angerechnet.

Der erste Karenzurlaub nach dem MSchG und VKG sowie Sterbebegleitung für nahe Angehörige und Begleitung von schwersterkrankten Kindern nach den §§ 14 a und b AVRAG, die vor dem 1.1.2019 angetreten wurden, werden für die Bemessung der Kündigungsfrist, die Dauer der Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall (Unglücksfall) und das Urlaubsausmaß sowie das Jubiläumsgeld im Höchstausmaß von jeweils 10 Monaten angerechnet.

Vier-Tagewoche:

Die Ausdehnung der täglichen Normalarbeitszeit auf 10 Stunden täglich war bisher bereits möglich, sofern die Tage zusammenhängend vereinbart waren. Zukünftig müssen die Tage nicht mehr zusammenhängend sein. Die Arbeitnehmerin kann beim Arbeitgeber einen Antrag auf die 4-Tagewoche stellen. Dieser kann aus organisatorischen Gründen innerhalb von 2 Wochen ablehnen.

→ *Nachstehend der Text des Kollektivvertrages:*

4. Andere Verteilung der Normalarbeitszeit (max. 4-Tage Woche)

4.1. Auf Antrag der Arbeitnehmerin ist die vereinbarte wöchentliche Normalarbeitszeit regelmäßig auf vier oder weniger Tage zu verteilen.

4.2. Die Arbeitgeberin kann diesen Antrag binnen zwei Wochen ablehnen, wenn

4.2.1. die Einhaltung von Betriebsabläufen gefährdet ist oder

4.2.2. die Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebes nicht mehr gewährleistet werden kann.

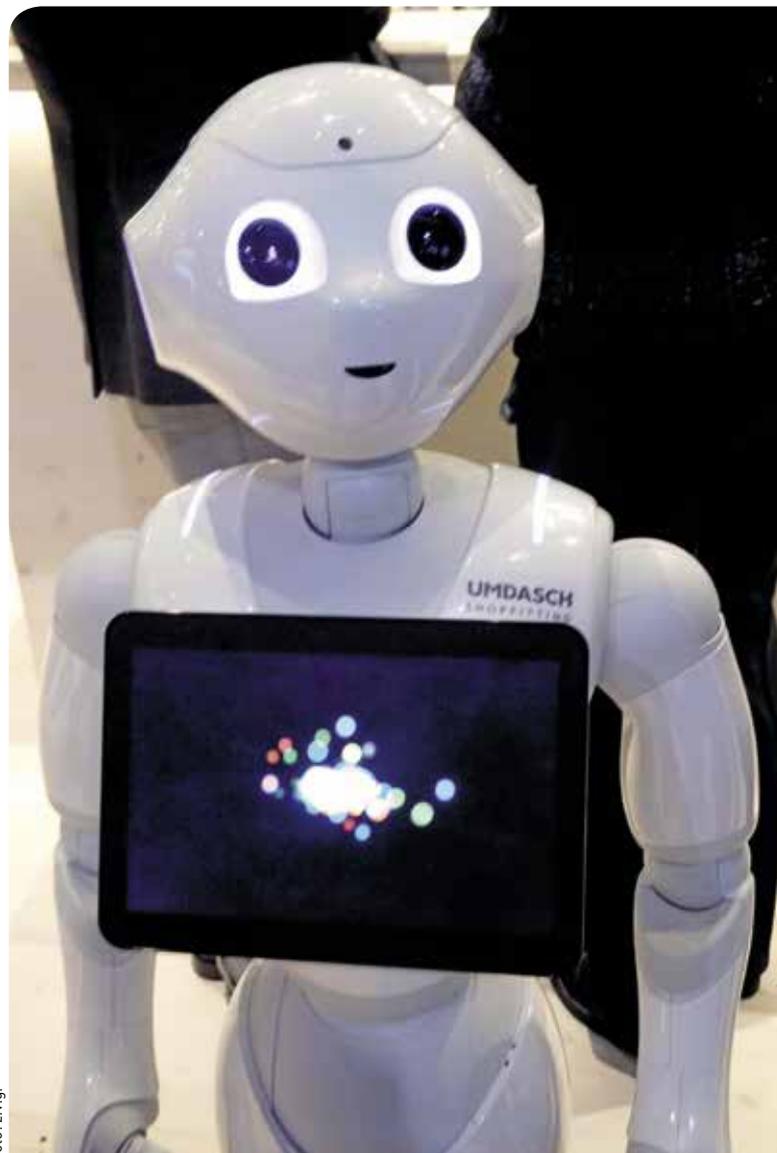


Foto: z.V.g.

Es gibt zwar auch schon erste Versuche mit Robotern im Einzelhandel – aber in einer hochtechnisierten Welt sollte im Einzelhandel der Faktor "Mensch" nach wie vor im Mittelpunkt stehen. Gute MitarbeiterInnen – um deren Entlohnung es hier geht – zeichnen den stationären Handel gegenüber der Online-Konkurrenz aus.

» Kollektivvertrag «

4.3. Wird der Antrag gemäß 4.2. abgelehnt, ist in Betrieben mit Betriebsrat dieser zu informieren und ein Vermittlungsgespräch zu führen.
4.4. Wird die wöchentliche Normalarbeitszeit von Vollzeitbeschäftigten regelmäßig auf vier Tage verteilt, kann die tägliche Normalarbeitszeit auf zehn Stunden ausgedehnt werden.

Wird die wöchentliche Normalarbeitszeit von Teilzeitbeschäftigten regelmäßig auf vier oder weniger Tage verteilt, kann die tägliche Normalarbeitszeit auf zehn Stunden ausgedehnt werden, wenn die Angestellte an jedem Tag, an dem sie zum Einsatz kommt, mindestens 4 Stunden zusammenhängend beschäftigt wird.

4.5. Im laufenden Dienstverhältnis ist die andere Verteilung der Normalarbeitszeit nach Antragsstellung mit dem nächst möglichen Zeitpunkt bei der Arbeitszeitplanung zu berücksichtigen. Die Bestimmung gemäß diesem Abschnitt 2.1. ist zu berücksichtigen.

Übertragung von Zeitguthaben und -schuld in die nächste Durchrechnungsperiode:

Ab 1.1.2019 ist es möglich, Zeitguthaben- und -schuld im Höchstausmaß der halben vertraglich vereinbarten wöchentlichen Arbeitszeit in die nächste Durchrechnungsperiode zu übertragen. Bisher mussten Zeitguthaben mit einem 50 %igen Zuschlag abgegolten und Zeitschuld ausgebucht werden.

→ Nachstehend der Text des Kollektivvertrages:

7.6. Ist es nicht möglich, die erforderliche durchschnittliche Arbeitszeit zu erreichen, kann ein Zeitguthaben oder eine Zeitschuld im Höchstausmaß der halben vertraglich vereinbarten wöchentlichen Normalarbeitszeit in den nächsten Durchrechnungszeitraum übertragen werden.

Altersteilzeit:

Der Kollektivvertrag definiert Rahmenbedingungen und Voraussetzungen unter denen die kontinuierliche Altersteilzeit in Anspruch genommen werden kann. Die Arbeitnehmerin hat beim Arbeitgeber einen Antrag zu stellen, dieser kann aus organisatorischen Gründen ablehnen.

→ Nachstehend der Text des Kollektivvertrages:

10. Altersteilzeit

10.1. Will die Arbeitnehmerin die kontinuierliche Variante der Altersteilzeit zur Erreichung ihres Pensionsantrittsstichtages in Anspruch nehmen, und auch das Dienstverhältnis bei Erreichung ihres Pensionsstichtages beenden, hat sie die Arbeitgeberin schriftlich darüber zu informieren. Diese Information hat die gewünschte Reduktion der wöchentlichen Normalarbeitszeit und die Dauer der geförderten Altersteilzeit zu enthalten.

10.2. Weiters müssen auf die Arbeitnehmerin folgende Voraussetzungen zutreffen:

10.2.1. Betriebszugehörigkeit von mindestens einem Jahr zum Zeitpunkt der Information an die Arbeitgeberin

10.2.2. Das monatliche Bruttoentgelt darf die Höchstbeitragsgrundlage zur Sozialversicherung nicht überschreiten

10.2.3. Die rechtlichen Anforderungen zur Inanspruchnahme der gesetzlich geregelten und geförderten Altersteilzeit müssen erfüllt sein

10.2.4. Nachweis über den persönlichen Pensionsantrittsstichtag und rechtzeitige Vorlage aller erforderlichen Unterlagen für die Antragstellung bei der Förderstelle durch die Arbeitgeberin.

10.3. Die Arbeitgeberin hat bei Erfüllung der Voraussetzungen innerhalb von 4 Wochen eine Vereinbarung über die geförderte Altersteilzeit mit der Arbeitnehmerin zu treffen. Darauf basierend wird der Antrag auf geförderte Altersteilzeit bei der abwickelnden Förderstelle eingebracht.

10.4. Die Arbeitgeberin kann die Vereinbarung über die geförderte Altersteilzeit

10.4.1. auf einen späteren Zeitpunkt verschieben oder

10.4.2. Gespräche über ein geändertes Ausmaß der Reduzierung der Normalarbeitszeit führen oder

10.4.3. auf die geblockte Variante ändern oder

10.4.4. ablehnen,

wenn die Einhaltung von Betriebsabläufen gefährdet ist oder die Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebes nicht mehr gewährleistet werden kann.

10.5. Soll der Antrag gemäß 10.4. geändert, verschoben oder abgelehnt werden ist in Betrieben mit Betriebsrat dieser zu informieren und ein Vermittlungsgespräch zu führen.

10.6. Bei Änderung der gesetzlichen Bestimmungen zur kontinuierlichen Altersteilzeit tritt diese Regelung außer Kraft. Ausgenommen davon sind die bereits beschlossenen Änderungen bei Inkrafttreten dieser Regelung zum 1.1.2019. Die Sozialpartner nehmen in diesem Fall Verhandlungen über die Erneuerung bzw. Abänderung des Kollektivvertrages auf.

Schließung der Geschäfte im Einzelhandel am 24. Dezember um 13:00 Uhr

Ab 2019 schließen die Geschäfte im Einzelhandel am 24. Dezember statt bisher um 14:00 Uhr bereits um 13:00 Uhr.

→ Nachstehend der Text des Kollektivvertrages:

C. 1.4. Am 24. Dezember und 31. Dezember endet die Arbeitszeit mit dem durch das Öffnungszeitengesetz oder einer Verordnung der Landeshauptfrau festgesetzten Ende der Öffnungszeit.

1.4.1. Die Beschäftigung und damit die Normalarbeitszeit endet allerdings am 24. Dezember um 13:00 Uhr. Die zum 01.01.2019 bestehenden Ausnahmen gemäß Arbeitsruheverordnung bleiben alle weiterhin aufrecht.

1.4.2. Die Normalarbeitszeit endet am 31. Dezember um 17:00 Uhr wenn durch die Landeshauptfrau keine oder spätere Ladenschlusszeiten festgesetzt sind.

Danach sind nur unbedingt notwendige Abschlussarbeiten zulässig, diese gelten als Überstunden.

Danach sind nur unbedingt notwendige Abschlussarbeiten zulässig, diese gelten als Überstunden.

Bildungskarenz:

Der Kollektivvertrag definiert Rahmenbedingungen und Voraussetzungen unter denen Bildungskarenz in Anspruch genommen werden kann. Die Arbeitnehmerin hat beim Arbeitgeber einen Antrag zu stellen, dieser kann aus organisatorischen Gründen ablehnen.

→ Nachstehend der Text des Kollektivvertrages:

D. Bildungskarenz

1. Die Arbeitgeberin hat einem Antrag auf Bildungskarenz der Arbeitnehmerin zuzustimmen, wenn

1.1. Anspruch auf Weiterbildungsgeld besteht.

1.2. die Antragsstellung mindestens 6 Monaten vor gewünschtem Antritt erfolgt.

1.3. eine Betriebszugehörigkeit von mindestens einem Jahr vor Bekanntgabe gegeben ist.

1.4. die Aus- oder Weiterbildung bzw. der Bildungsabschluss für die Arbeitgeberin von Bedeutung ist.

1.5. die erforderlichen Unterlagen zur Antragsstellung vorliegen.

2. Die Arbeitgeberin kann diesen Antrag ablehnen, wenn

2.1. die Einhaltung von Betriebsabläufen gefährdet ist oder

2.2. die Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebes nicht mehr gewährleistet werden kann.

3. Eine Dienstgeberkündigung darf nicht wegen einer beabsichtigten oder tatsächlich in Anspruch genommenen Bildungskarenz erfolgen.

Dies entspricht dem allgemeinen Motivkündigungsschutz.

Rösslsprung rückwärts – neues Gehaltssystem:

Im neuen Gehaltssystem wurde die Systematik des Rösslsprungs rückwärts aufgenommen.

→ Nachstehend der Text des Kollektivvertrages:

11. A. wird um den 4.4.4. ergänzt: Bei Umreihung in eine niedrigere Beschäftigungsgruppe gebührt das kollektivvertragliche Mindestgrundgehalt jener Stufe, welches nächst niedrig dem bisherigen kollektivvertraglichen Mindestgrundgehalt liegt. Die Differenz zwischen dem alten und neuen kollektivvertraglichem Mindestgrundgehalt ist in Form einer Überzahlung auszuweisen. Der Vorrückungstichtag bleibt unverändert. Die in der höheren Stufe verbrachte Dienstzeit wird auf die niedrigere Stufe übertragen.

Deckungsrechnung All-In-Vereinbarung:

Die jährliche Deckungsrechnung kann zukünftig nicht nur für das Kalenderjahr sondern auch für ein eventuell abweichendes Wirtschaftsjahr vorgenommen werden.

→ Nachstehend der Text des Kollektivvertrages:

12. A. 7.3.2. wird wie folgt geändert: Der Arbeitnehmerin ist einmal jährlich, spätestens im ersten Quartal, nach Ende des Kalenderjahres oder Ende des Wirtschaftsjahres eine Deckungsrechnung vorzulegen.

HINWEIS:

Sämtliche Änderungen treten mit 1.1.2019 in Kraft und sind vorbehaltlich der noch zu erfolgenden textlichen Endabstimmung der Sozialpartner.

Auf Wunsch wird in diesem Sozialpartner-Text nur die weibliche Form verwendet, weil die meisten Mitarbeiter im Handel Frauen sind. Selbstverständlich beziehen sich alle Informationen auf Männer und Frauen.

TIPP:

Wie jedes Jahr weisen wir ausdrücklich darauf hin, dass im Handel durch den Kollektivvertrag nur die KV-Gehälter erhöht werden und allfällige Überzahlungen in euromäßiger Höhe (centgenau) aufrecht bleiben und an den neuen KV-Gehalt angehängt werden. Kontrollieren Sie hier immer Ihre Lohnverrechnung!

BEISPIEL:

Mitarbeiterin in Gehaltstafel A, KV Gehalt 2018 € 1586, Überzahlung € 300, somit Bruttobezug € 1886. Neuberechnung 2019: KV Gehalt 2019 € 1634, Überzahlung von € 300 angehängt ergibt den neuen Bruttobezug von € 1934. Die Überzahlung wird dabei nicht erhöht!

LOHNTAFELN FÜR ARBEITERINNEN:

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

<https://www.wko.at/service/kollektivvertrag/lohntafel-a-arbeiter-handel-2019.pdf>

**Gehaltsordnung NEU
Gehaltstabelle ab 1.1.2019**

(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 2019 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)	1.571,00	1.625,00	1.677,00	1.781,00	1.938,00	2.201,00	2.724,00	3.353,00	1. Lehrjahr	650,00
Stufe 2 (4. bis 6. Jahr)	1.613,00	1.677,00	1.771,00	1.913,00	2.112,00	2.462,00	3.012,00	3.666,00	2. Lehrjahr	820,00
Stufe 3 (7. bis 9. Jahr)	1.655,00	1.729,00	1.866,00	2.043,00	2.284,00	2.724,00	3.301,00	3.981,00	3. Lehrjahr	1.100,00
Stufe 4 (10. bis 12. Jahr)			1.960,00	2.174,00	2.457,00	2.986,00	3.589,00	4.296,00	4. Lehrjahr	1.150,00
Stufe 5 (ab 13. Jahr)			2.054,00	2.305,00	2.630,00	3.248,00	3.877,00	4.609,00		



TRENDINFORMATION ZUM ORDER-START H/W 2019/2020:

BEAUTIFUL YELLOWS, BROWNS UND REDS FÜR MODE, TASCHEN UND SCHUHE

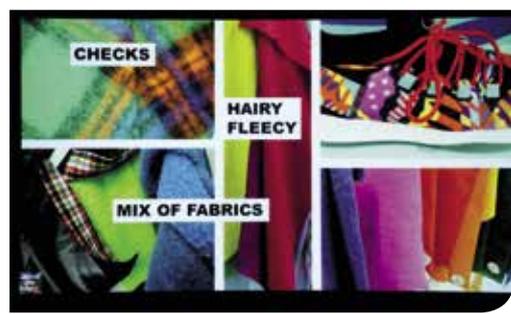
Wenn unsere Kunden sagen, „es gibt nichts Neues in der Mode“, dann müssen die Händler „mehr Mut haben und Neues einkaufen“ ist die Botschaft, die Trendscout Marga Indra-Heide (Foto rechts) ihren zahlreichen ZuhörerInnen aus dem steirischen Modehandel am 13.12.2018 anlässlich der Trendinformation Herbst/Winter 2019/2020 im Europasaal der Wirtschaftskammer Steiermark mitgibt. Und sie resümiert kritisch: "Wir müssen dem Klimawandel Rechnung tragen. Denn 2018 war ein schlechtes Jahr: Im Frühjahr und im Frühsommer war es zu kühl, dafür dauerte das warme Wetter lange in den Herbst hinein. Und unsere KundInnen wollen alles sofort haben und dann auch gleich tragen können." Indra-Heide empfiehlt daher für die kommende Saison, zu "pre-fall-Kollektionen" zu greifen und den Saisonstart mit leichterer Herbstware zu bestreiten.

ode & eizeit

WKOLLE
WIRTSCHAFTSKAMMER STEIERMARK
Mode & Freizeitmarkt



Foto: Foto Kraus



Farbstories:
Die Mode folgt im nächsten Winter den unterschiedlichsten Strömungen. Es wird eine Saison voller Kontraste: expressiv und provokant, klassisch und nostalgisch, multikulturell, Grenzen überschreitend und natürlich mit vielen sportiven Impulsen.



Die Trendinformation mit Marga Indra-Heide findet immer rechtzeitig vor Beginn der Ordersaison statt und stößt auf großes Interesse. Die nächste Trendinformation für den Einkauf Frühjahr/Sommer 2020 wird am 11.06.2019 im Europasaal der Wirtschaftskammer Steiermark stattfinden.



KommR Franz Rattenecker für den Schuhhandel, Gertraud Hubmann für den Textilhandel und Gremialgeschäftsführer Mag. Johannes Klemm konnten Trendscout Marga Indra-Heide (2. von links) sowie viele modeinteressierte steirische HändlerInnen begrüßen.

» Aktuelle Informationen «

Offizielles für Sie zusammengefasst



KAMMERBEITRÄGE:

Wirtschaftskammer entlastet Mitgliedsbetriebe

Neue Berechnung der KU1 ab 1.1.2019

Der Nationalrat hat im Sommer 2017 eine Novelle des Wirtschaftskammergesetzes (WKG), die unter anderem zwei finanzielle Entlastungen für die Mitglieder der Wirtschaftskammern Österreichs beinhaltet und mit 1.1.2019 in Kraft tritt, beschlossen.

Grundsätzlich unterliegen alle Mitglieder der Wirtschaftskammern der Umlagenpflicht. Die Kammerumlage 1 (KU1) ist jedoch erst dann zu entrichten, wenn der Nettoumsatz im Kalenderjahr mehr als € 150.000 beträgt. Die Bemessungsgrundlage ist die in Rechnung gestellte Umsatzsteuer bzw. auf den Unternehmer übergegangene Umsatzsteuer (Reverse Charge), Einfuhrumsatzsteuer und Erwerbsteuer.

Ab dem 1.1.2019 wird die Umsatzsteuer auf Investitionen des Anlagevermögens nicht mehr in die Bemessungsgrundlage der KU 1 einbezogen. Die Regelung bezieht sich auf das gesamte Anlagevermögen und unterscheidet nicht zwischen neuen und gebrauchten Wirtschaftsgütern und gilt auch für geringwertige Wirtschaftsgüter gemäß § 13 EStG. Umsatzsteuerbeträge für Firmenfahrzeuge (Pkw, Kombi, Krafträder), die aus umsatzsteuerlicher Sicht dem Unternehmen nicht zugeordnet sind, zählen seit jeher nicht zur KU 1-Bemessungsgrundlage und sind nicht von der Novellierung betroffen. Die auf Anlagevermögen lastende Umsatzsteuer kann aus Anschaffungs- oder Herstellungskosten resultieren.

Die zweite wesentliche Neuerung bei der KU 1 ist die Senkung des Hebesatzes von 0,3 % auf 0,29 % bis zu einer Bemessungsgrundlage von € 3 Mio. sowie die Einführung eines degressiven Staffeltarifs, sodass mit steigender Bemessungsgrundlage die relative Belastung durch die Umlage sinkt.

Übersteigt die Bemessungsgrundlage € 3 Mio., wird der Hebesatz für den übersteigenden Teil um 5 % gekürzt, d.h. auf 0,2755 % reduziert. Übersteigt die Bemessungsgrundlage € 32,5 Mio., wird der Hebesatz für den übersteigenden Teil um 12 % gekürzt. Der Hebesatz beträgt für den € 32,5 Mio. übersteigenden Teil der Bemessungsgrundlage nur mehr 0,2552 %.

ONLINE-PLATTFORM:

www.startups4retail.at ab sofort online

Seit 1. Dezember 2018 ist mit der neuen Online-Plattform www.startups4retail.at ein digitales Serviceangebot der Bundessparte Handel der Wirtschaftskammer Österreich online. „Dieses neue digitale Serviceangebot ist die zentrale Schnittstelle, um Handelsunternehmen und Start-Ups, die handelsrelevante Lösungen anbieten,



Foto: c Corbis

zusammen zu bringen“, sagt Iris Thalbauer, Geschäftsführerin der Bundessparte Handel der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ).

„Unsere Aufgabe ist es, im Bereich der Interessenvertretung adäquat auf die Digitalisierung zu reagieren und in der Folge entsprechende Serviceleistungen zu entwickeln und anzubieten. Das tun wir unter anderem mit

www.startups4retail.at. Die neue Online-Plattform wendet sich vor allem an KMU und unterstützt diese dabei, sich den neuen Herausforderungen zu stellen und in einem digital veränderten Markt zu behaupten“, hält Thalbauer fest.

Digitale Landkarte als Herzstück der Vernetzung zwischen Händler/inne/-n und Start-Ups

Zentraler Bestandteil von www.startups4retail.at ist die digitale Landkarte, die es Händlerinnen und Händlern per Mausklick ermöglicht, sich über interessante Start-Ups zu informieren und mit ihnen Kontakt aufzunehmen. Start-Ups wiederum können sich mittels Online-Bewerbung jederzeit in die Landkarte eintragen lassen und so die Möglichkeit nutzen, sich mit rund 78.000 Handelsunternehmen zu vernetzen.

AUSBILDUNG:

Lehrlinge - Die Fachkräfte von morgen/WKÖ wirbt mit probierdichaus.at für Lehrausbildungen

Die Stärkung der Lehre ist ein wesentlicher Hebel, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Doch noch immer wissen Jugendliche viel zu wenig über die hervorragenden Karrieremöglichkeiten, die eine Lehrlingsausbildung bieten kann und welche attraktiven Berufe die Lehre eröffnet. Deshalb setzte die WKÖ die Bewerbung ihrer digitalen Plattform probierdichaus.at auch in diesem Herbst fort.

Probier dich aus!

Die Plattform gibt den Jugendlichen einen kompakten Überblick rund um das Thema: Herzstück sind der „Self-Check“, bei dem 200 Lehrberufe vorgestellt



www.probiertdichaus.at

Gold für Österreich!

Die nächsten EuroSkills-Meisterschaften finden 2020 in Graz statt. Alle Infos zu den Berufsmeisterschaften findet man auf der Seite von SkillsAustria.

werden und der „Chancen-Finder“, bei dem Jugendliche Lehrbetriebe in ihrer Nähe finden. Davon profitieren nicht nur Jugendliche auf der Suche nach der richtigen Berufsausbildung, sondern auch die Betriebe. Sehr hilfreich ist auch die direkte Verlinkung auf die regionalen Lehrlingsaktivitäten der einzelnen Landeskammern.

EuroSkills beweisen Sinn der Lehre

Die vielen Medaillen der österreichischen Teilnehmer bei den diesjährigen EuroSkills in Budapest beweisen einmal mehr, wie weit man es mit einer Lehre bringen kann. Deshalb wird auf der Plattform in dieser Bewerbungswelle auch gleich über die EuroSkills 2020 in Graz informiert.

Vom 5.11. bis 30.11.2018 war die Kampagne <https://www.probiertdichaus.at/> neben Facebook und Instagram auch auf Snapchat und Spotify zu sehen. Zusätzlich wurde Google Adwords eingesetzt, um die Online-Suchergebnisse zu verbessern und die Zugriffe zu steigern. Mit diesem Mediamix setzte die WKÖ ihre erfolgreiche Bewerbungsstrategie fort.

STEUERRECHT:

Amazon-Konzernstruktur in Österreich

Durch eine Analyse der Bundessparte Handel, wird die Rechtsfrage, ob das Logistikzentrum in Grobepersdorf nach dem nationalen und internationalen Steuerrecht eine steuerpflichtige Betriebsstätte darstellt, erhoben.

Das US-Unternehmen ist mittlerweile mit drei Konzerngesellschaften in Österreich tätig (Amazon Data Service Austria GmbH, Amazon Development Center Austria GmbH und Amazon Transport Austria GmbH). Das Unternehmen hat im Jahr 2016 ca. € 620 Mio. in Österreich erwirtschaftet. Im Vergleich dazu hat das Unternehmen im Jahr 2016 nur die Mindestkörperschaftsteuer iHv € 1.750 gezahlt.

Im Mai 2018 hat das Unternehmen ein Logistikzentrum in Grobepersdorf mit dem Firmenwortlaut „Amazon Transport Austria GmbH“ gegründet. Das Unternehmen steht 100% im Eigentum des ausländischen Unternehmens Amazon Europe Core S.a.r.l, Luxemburg. Gegenstand des Unternehmens ist die Erbringung von logistischen Dienstleistungen, insbesondere Transport, Umschlag und Lagerung, und anderen Vertriebsleistungen, einschließlich der damit verbundenen Dienstleistungen, soweit hierfür keine Genehmigungen erforderlich ist.

Da das Unternehmen neu gegründet worden ist, kann aus heutiger Sicht die Frage, ob die Lagerhalle in Österreich eine steuerpflichtige Betriebsstätte darstellt, nicht eindeutig beantwortet werden. Wird eine Betriebsstätte in Österreich bejaht, so muss auch im nächsten Schritt überprüft werden, welche Gewinne man dieser Betriebsstätte in Österreich zuteilen wird (Stichwort: Verrechnungspreise).

Stellt das Logistikzentrum in Österreich also nach dem nationalen und internationalen Steuerrecht eine steuerpflichtige Betriebsstätte dar? Wird das innerstaatliche Besteuerungsrecht durch das Doppelbesteuerungsabkommen zwischen Österreich und Luxemburg bestätigt? Nach Ansicht der OECD leistet ein Auslieferungslager, das die rasche Zustellung von Gütern und Waren sicherstellt, einen erheblichen Beitrag zur Wertschöpfung eines Unternehmens. Das Logistikzentrum stellt daher eine steuerpflichtige Betriebsstätte dar. Die OECD argumentiert, dass ein sehr großes Warenlager in einem solchen Fall für das Unternehmen ein bedeutsames Wirtschaftsgut sei und auch eine gewisse Anzahl an Mitarbeitern erfordere.

Österreich folgt der OECD Interpretation und wird immer dann eine steuerpflichtige Betriebsstätte in Österreich annehmen, wenn das Logistikzentrum signifikant und essentiell für das Gesamtunternehmen ist. Da ein Logistikzentrum einen erheblichen Beitrag zum Unternehmenserfolg eines großen Versandhändlers leistet, wird Österreich darauf bestehen, die Betriebsstättengewinne zu besteuern.

UMSATZSTEUERRECHT:

Geänderte Rz 4006 - Elektronische Aufbewahrung

Die finanzpolitische Abteilung der WKÖ macht auf die geänderte Rz 4006 des kürzlich veröffentlichten Wartungserlasses 2018 der Umsatzsteuererrichtlinien aufmerksam.

Demnach ist fortan im Zusammenhang mit innergemeinschaftlichen Lieferungen die elektronische Aufbewahrung des Beförderungsbzw. Versendungsnachweises sowie des Buchnachweises (geregelt in VO, BGBl. Nr. 401/1996) ausdrücklich gestattet (bisher hat die Finanzverwaltung die Rechtsansicht vertreten, dass grundsätzlich eine körperliche Aufbewahrung des Originals erforderlich ist).

Dies stellt einen positiven Schritt im Sinne der Verwaltungsvereinfachung

für die österreichischen Unternehmer und im Sinne der Entbürokratisierung des Steuerrechts dar.

Geänderte Rz 4006 - Steuerliche Behandlung von Gutscheinen

Eine EU-Richtlinie aus dem Jahr 2016 muss (2016/1065 vom 27. Juni 2016 zur Änderung der RL 2006/112/EG hinsichtlich der Behandlung von Gutscheinen) in allen Mitgliedstaaten ab 01.01.2019 ins nationale Recht umgesetzt wird. Die EU-Richtlinie wird mit der Umsatzsteuererrichtlinie (Geänderte Rz 4006) konkretisiert bzw. klarstellt.

Nachstehend finden Sie die Rechtslage bezüglich der Gutscheinbesteuerung bis 31.12.2018 und die neue Rechtslage ab 01.01.2019 dargestellt.

Rechtslage bis 31.12.2018:

Nach der derzeitigen Rechtslage werden Gutscheinverkäufe erst mit der Einlösung der Gutscheine umsatzsteuerpflichtig. Zum Verkaufszeitpunkt fällt keine Umsatzsteuer an:

"Die Veräußerung von Gutscheinen (Geschenkbons, Geschenkmünzen) durch Unternehmer, die zum späteren Bezug von Waren nach freier Wahl oder nicht konkretisierten Dienstleistungen des Gutscheinausstellers berechtigen, stellt noch keinen steuerbaren Vorgang dar. Das Entgelt für die Veräußerung eines solchen Gutscheines unterliegt nicht der Anzahlungsbesteuerung (siehe Rz 2607)."

Rechtslage ab 01.01.2019:

Die neue Rechtslage unterscheidet zwischen "Einzweck-Gutscheine" und "Mehrzweck-Gutscheine" (vgl. Rz 4 UStRL):

	EINZWECK-GUTSCHEINE	MEHRZWECK-GUTSCHEINE
DEFINITION	Ein "Einzweck-Gutschein liegt vor, wenn der Ort der Leistungen, auf die er sich bezieht, und die dafür geschuldete Umsatzsteuer bei der Ausstellung des Gutscheins feststehen.	Ein "Mehrzweck-Gutschein" ist jeder Gutschein, bei dem es sich nicht um einen "Einzweck-Gutschein" handelt.
	Beispiel: Gutschein eines Theaters für den Besuch einer am Gutschein genau bezeichneten Theatervorstellung.	Beispiel: Gutschein einer Restaurantkette über € 100.
ENTSTEHUNG DER STEUERSCHULD	Bei Einzeck-Gutscheinen wird die Mehrwertsteuer zu jenem Zeitpunkt erhoben, zu dem die Gutscheine verkauft werden. Da die Leistung in diesem Fall eindeutig ist, fällt die Umsatzsteuer im Zeitpunkt des Gutscheinverkaufes an.	Bei Mehrzweck-Gutscheinen wird die Mehrwertsteuer zu jenem Zeitpunkt erhoben, zu dem die Gegenstände oder die Dienstleistungen, auf die sich die Gutscheine beziehen, geliefert bzw. erbracht werden. Die Mehrwertsteuer fällt erst bei der Einlösung an.

Nach unserer Ersteinschätzung wird sich die gängige Praxis im Handel – außer bei Betrieben mit nur einem Standort - nicht ändern. In Zweifelsfällen kann man Produkte in das Sortiment aufnehmen, die nicht dem gleichen Mehrwertsteuersatz unterliegen

(z.B. Kleidung 20%, Lebensmittel 10% - damit wird wie bisher die Umsatzsteuer erst bei der Einlösung anfallen, weil die geschuldete Umsatzsteuer bei der Ausstellung des Gutscheines nicht feststeht). Wir empfehlen den Mitgliedern generell, sich mit ihren Steuerberatern in Verbindung zu setzen.

KARTELLRECHT:

Europäische Kommission: Geldbuße gegen Guess verhängt

Die Europäische Kommission hat gegen Guess eine Geldbuße in Höhe von € 39,821.000 verhängt, weil das Bekleidungsunternehmen Online-Werbung und Online-Verkäufe an Verbraucher in anderen Mitgliedstaaten verhindert („Geoblocking“) und damit gegen EU-Wettbewerbsvorschriften verstoßen hat.

EU-Wettbewerbskommissarin Margrethe Vestager erklärte hierzu: „Guess hat versucht, Verbraucher in der EU daran zu hindern, in anderen Mitgliedstaaten einzukaufen, indem es in den Vertriebsvereinbarungen mit Einzelhändlern die Werbung und den Verkauf über Grenzen hinweg untersagte. So konnte das Unternehmen künstlich hohe Endkundenpreise aufrechterhalten, insbesondere in den mittel- und osteuropäischen Ländern. Der Fall ergänzt die Geoblocking-Vorschriften, die am 3. Dezember in Kraft getreten sind. In beiden Fällen geht es um Verkaufsbeschränkungen, die nicht mit dem Binnenmarkt vereinbar sind.“

Guess entwirft und vertreibt – auch mittels Lizenzvergabe – unter zahlreicher Marken wie „GUESS?“ und „MARCIANO“ Bekleidung und Accessoires. Im Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) praktiziert das Unternehmen ein selektives Vertriebssystem, in dem Vertragshändler auf der Grundlage von Qualitätskriterien ausgewählt und zugelassen werden.

Den im EWR ansässigen Unternehmen ist es grundsätzlich erlaubt, ihr Vertriebssystem nach eigenen Wünschen zu gestalten. Zulässig sind auch selektive Vertriebssysteme, in denen die Produkte nur von vorab ausgewählten, zugelassenen Verkäufern verkauft werden dürfen. Geltendes EU-Wettbewerbsrecht ist allerdings einzuhalten. Insbesondere haben Verbraucher das Recht, Waren bei jedem von einem Hersteller zugelassenen Händler zu erwerben, auch wenn letzterer in einem anderen Mitgliedstaat ansässig ist. Gleichzeitig muss es den zugelassenen Einzelhändlern freistehen, die unter den Vertriebsvertrag fallenden Produkte über das Internet anzubieten, für sie auch in anderen Mitgliedstaaten zu werben und sie grenzüberschreitend zu verkaufen. Ihre Weiterverkaufspreise müssen sie dabei frei festsetzen können.

Im Juni 2017 hatte die Kommission eine förmliche kartellrechtliche Untersuchung der Vertriebsverträge und -praktiken von Guess eingeleitet, um zu prüfen, ob Guess seine Einzelhändler rechtswidrig am grenzüberschreitenden Verkauf an Verbraucher innerhalb des EU-Binnenmarktes hinderte. Die Untersuchung der Kommission hat ergeben, dass die Vertriebsverträge von Guess **zugelassene Einzelhändler an folgenden Handlungen hinderten:**

1. Verwendung der Markennamen und Warenzeichen von Guess für die Zwecke der **Werbung auf Online-Suchmaschinen;**
2. **Online-Verkauf ohne vorherige ausdrückliche Genehmigung** durch Guess. Das Unternehmen verfügte über einen uneingeschränkten Ermessensspielraum für diese Genehmigung, **die nicht auf bestimmten Qualitätskriterien basierte;**
3. **Verkauf an Verbraucher außerhalb der zugewiesenen Händlergebiete;**
4. **Querverkauf** zwischen zugelassenen Großhändlern und Einzelhändlern;
5. unabhängige **Festsetzung der Einzelhandelspreise** für Guess-Produkte.

Diese Verträge ermöglichten es Guess, die europäischen Märkte voneinander abzuschotten. Auf dieser Grundlage kam die Kommission zu dem Schluss, dass die rechtswidrigen Verhaltensweisen, die Guess bis zum 31. Oktober 2017 ausübte, den europäischen Verbrauchern einen der wichtigsten Vorteile des europäischen Binnenmarkts vorenthielten, nämlich die Möglichkeit, grenzüberschreitende Einkaufsmöglichkeiten für mehr Auswahl und günstigere Angebote zu nutzen. Die von der Kommission verhängte Geldbuße beläuft sich auf € 39 821 000 EUR. Der Verstoß gegen die EU-Wettbewerbsvorschriften dauerte vom 1. Januar 2014 bis zum 31. Oktober 2017.

HINTERGRUND

Die Vereinbarungen von Guess verstießen gegen Artikel 101 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV), der Vereinbarungen zwischen Unternehmen verbietet, welche den Wettbewerb im EU-Binnenmarkt verhindern, einschränken oder verfälschen.

INSTRUMENT FÜR WHISTLEBLOWER

Die Kommission hat ein System eingerichtet, über das Einzelpersonen die Kommission leichter über wettbewerbswidriges Verhalten informieren können, ohne ihre Identität preisgeben zu müssen. Das Instrument wahrt die Anonymität von Whistleblowern über ein spezielles verschlüsseltes Mitteilungssystem, das wechselseitige Kommunikation ermöglicht.

ZOLLRECHT:

BREXIT: Ein- und Ausfuhren aus dem Vereinigten Königreich

Das Vereinigte Königreich (VK) verlässt am 29. 3. 2019 die EU. Das künftige Verhältnis zwischen der EU und dem VK ist noch offen, es wird aber keinen völlig reibungslosen Handel mehr geben. Laut Statistik Austria führt Österreich Waren im Wert von knapp 2,5 Milliarden € aus dem Vereinigten Königreich ein und exportiert Waren im Wert von ca. 4,2 Milliarden €. Ab dem Eintritt des Brexits gelten dafür völlig neue Regularien.

Sowohl Ein- als auch Ausfuhren werden nämlich je nach Soft- oder Hard-Brexit in unterschiedlichem Ausmaß erschwert. Beim Soft-Brexit wird es aufgrund von Übergangsbestimmungen bis 31.12.2020 keine Auswirkungen im Zollbereich geben und das VK wie ein EU-Mitglied behandelt. Bis dahin werden weitergehende Verhandlungen über ein Freihandelsabkommen mit dem VK mit möglichst begünstigten Zollsätzen stattfinden. Beim Hard-Brexit besteht Zeitdruck: Die Briten sind ab 30.3.2019 kein EU-Mitglied mehr und verlassen Binnenmarkt und Zollunion. Die handelspolitischen Beziehungen fallen auf WTO-Niveau zurück. Es gibt kein Freihandelsabkommen und daher gelten ab der Umsetzung am 30.3.2019 Drittlandzollsätze in beiden Richtungen. Ob es zu diesem Worst-Case-Szenario kommt, ist bei Redaktionsschluss noch offen.

Was derzeit innergemeinschaftliche/r Lieferung bzw. Erwerb war, unterliegt also zukünftig einer zollrechtlichen Aus- oder Einfuhr mit einer Zollanmeldung und



der Einhebung von Einfuhrabgaben. Dazu bedarf es einer EORI Registrierung mit Antragstellung auf der BMF Homepage:
www.bmf.gv.at/zoll/fuer-unternehmen/eori-antragsverfahren

Die Abgabe der Zollanmeldung kann unter Bestellung eines Vertreters (z.B. Spediteurs) oder in Eigenverantwortung erfolgen. Für letztere sind allerdings zollrechtliche Kenntnisse bzw. Ausbildung sowie ein IT-System zur elektronischen Abgabe von Zollanmeldungen erforderlich.

Mit dem Brexit steigt das VK zur Gänze aus dem „EU28 Präferenzsystem“ aus. Daher sind Waren aus dem VK keine EU-Ursprungswaren mehr. Alle Wirtschaftsbeteiligten müssen sich daher darauf einstellen, dass ein Händler für eine Ware aus dem VK keinen Präferenznachweis mehr ausstellen kann und daher im Importland Zölle anfallen, was sich auch auf die Produktkalkulation auswirkt.

Für die Mitgliedsbetriebe aus den Gremien Einzel- bzw. Großhandel mit Mode und Freizeitartikeln treten zusammengefasst die zollrechtlichen Umstände ein, die vor dem EU-Beitritt Österreichs bis zum Jahr 1994 gegolten haben.

Für „schwimmende Ware“ gibt es im Austrittsabkommen eine verbindliche Regelung. Demnach wird ein begonnenes Zollverfahren noch nach EU-Recht abgeschlossen. Bei einem Hard Brexit entstehen auch hier Probleme, weil eine rechtliche Grundlage derzeit noch fehlt.

Bei Problemen im Ein-/Ausfuhrbereich nach dem Vereinigten Königreich im Zusammenhang mit dem Brexit wenden Sie sich an den Ansprechpartner beim Zollamt Wien:

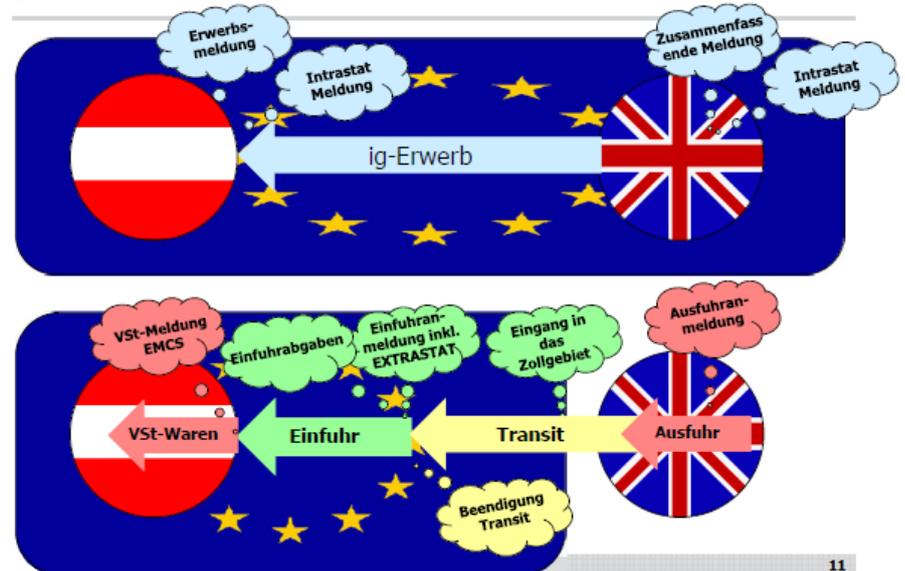
Werner Stubits
 T 050233561/511
 E Werner.Stubits@bmf.g.at

Aktuelle Informationen der WKO für Ihr Unternehmen:

<https://www.wko.at/service/aus-senwirtschaft/brexit.html>

ig-Erwerb -> Einfuhr (vorher -> nachher)

BM Bundesministerium Finanzen



SPORT SCHERZ INVESTIERT 1,6 MIO EURO: „Platz'l Riesneralm“ eröffnet

Sport Scherz hat sich mit einem 700 m² großen Fachgeschäft an der Riesneralm vergrößert, Harald Scherz investierte rund 1,6 Millionen € in den Neubau. „Dabei ist das „Platz'l Riesneralm“ mehr als ein bloßes Sportgeschäft“, sagt der umtriebige Unternehmer: „Mit dem „Platz'l“ wurde ein Begegnungszentrum geschaffen. Weil es im Umkreis von 19 km keinen Nahversorger für die Gäste der Riesneralm gibt, sind auch Bereiche für Lebensmittel und eine Trafik vorgesehen“. Harald Scherz betrachtet seine mutige Investition aber auch als einen wichtigen Schritt für die Qualitätsoffensive im Schigebiet Riesneralm. Mode & Freizeit Intern gratuliert!

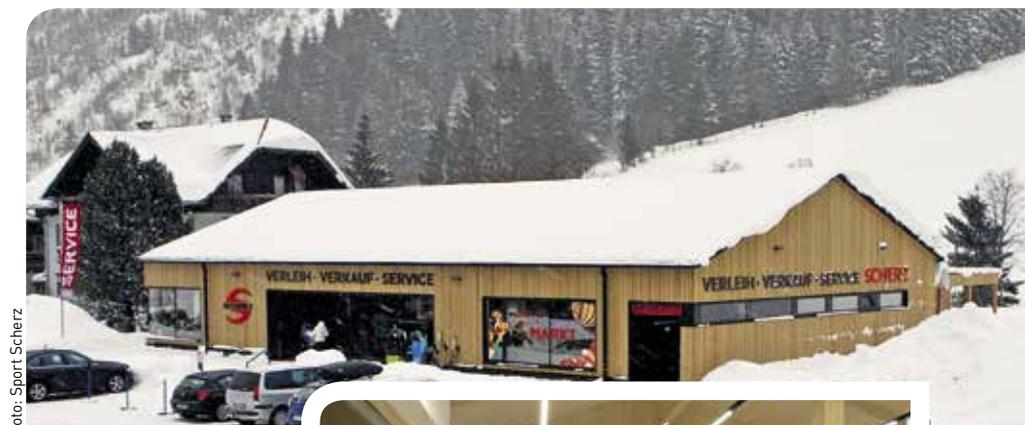


Foto: Sport Scherz

KommR Franz Rattenecker, Mag. Johannes Klemm und Ernst Pintar (epm-sports, Murau) waren unter den zahlreichen Gratulanten vor Ort und freuten sich gemeinsam mit Harald Scherz (3. von links) über die gelungene Neueröffnung.



KONJUNKTURENTWICKLUNG IM EINZELHANDEL 2018

Konjunkturdynamik kühlt 2018 ab: +1,0 %

Die österreichische Gesamtwirtschaft befindet sich nach wie vor in einer Hochkonjunkturphase, wenngleich der Höhepunkt bereits überschritten scheint. Im stationären Einzelhandel „normalisiert“ sich die Konjunktorentwicklung – nach dem Aufschwung 2017 – wieder. Die Umsätze steigen im Gesamtjahr 2018 – ausgehend vom hohen Niveau 2017 – um nominell +1,0 % und liegen damit deutlich unter dem Niveau des „Ausnahmejahres“ 2017 (nominell: +2,0 %).

40 % der Einzelhandelsgeschäfte melden für das Jahr 2018 ein nominelles Umsatzwachstum. 18 % können das Vorjahresniveau wieder erreichen, während 42 % mit Umsatzrückgängen konfrontiert sind.

Der absolute Umsatz im stationären Einzelhandel in Österreich erhöht sich im Gesamtjahr 2018 auf rd. € 61,3 Mrd (netto, exkl. Ust.) bzw. rd. € 71,7 Mrd (brutto, inkl. Ust.).

Unter Berücksichtigung der Preisentwicklung im stationären Einzelhandel (1,5 %) führt das nominelle Umsatzwachstum von +1,0 % zu einem Rückgang des Absatzvolumens (reale Umsatzentwicklung) von -0,5 % im Jahr 2018.

Grafik 1 | Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel 2010 – 2018
Veränderungen nominell und real in Prozent gegenüber dem Vorjahr



Positive Konjunktorentwicklung in drei Quartalen 2018

Mit Ausnahme des III. Quartals kann der stationäre Einzelhandel 2018 stabile Umsatzzuwächse verbuchen.

Nach Monaten betrachtet, zeigt sich ein sehr „turbulentes“ Jahr 2018. Nach einem positiven Start im Jänner weist der stationäre Einzelhandel im Februar ein Umsatzminus auf. Das kalendarisch frühe Ostergeschäft beschert dem Einzelhandel in Österreich hohe Umsatzzuwächse im März und im Gegenzug „nur“ ein knappes Plus im April. Der Mai entwickelt sich nicht zuletzt wetterbedingt schwächer als im Vorjahr. Das Umsatzminus im Mai kann jedoch vom hohen Plus im Juni wieder wettgemacht werden. Der Juli zeigt eine stabile Entwicklung. Auf das hohe Umsatzplus im August folgt ein noch höheres Umsatzminus im September. Vor allem die modischen Branchen „leiden“ im September unter dem untypisch warmen Wetter. Im Oktober und November kann der stationäre Einzelhandel deutliche Umsatzzuwächse verbuchen, die das schwache Weihnachtsgeschäft 2018 „auffangen“ und auch im IV. Quartal für ein positives Konjunkturergebnis sorgen.

Grafik 2 | Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel I. Quartal 2017 – IV. Quartal 2018
Veränderungen nominell und real in Prozent gegenüber dem Vorjahr



Branchensieger 2018: Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkerbedarf

Der Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkerbedarf führt mit einem nominellen Umsatzplus von +5,1 % das Branchenranking 2018 an. Zudem ist der Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkerbedarf in 3 von 4 Quartalen Branchensieger.

Besser als der Einzelhandelsdurchschnitt haben sich zudem der Einzelhandel mit Sportartikeln sowie der Einzelhandel mit Lebensmitteln entwickelt. In diesen beiden Branchen ist es in 9 von 12 Monaten zu Umsatzzuwächsen gekommen. Der Einzelhandel mit Lebensmitteln liegt damit zum vierten Mal in Folge in der Jahresbilanz unter den Top 3 Einzelhandelsbranchen und trägt als umsatzstärkste Branche wesentlich zur positiven Konjunktorentwicklung des gesamten Einzelhandels bei.

Modische Branchen: Sport top, Bekleidung sowie Schuhe und Lederwaren im Minus

In den modischen Branchen (Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren, Einzelhandel mit Bekleidung) ist es – nach Umsatzzuwächsen 2017 – im Gesamtjahr 2018 zu Umsatzrückgängen gekommen. Das stärkste Minus ist dabei witterungsbedingt in den Monaten Februar, März und September festzustellen.

Preisanstieg im Einzelhandel 2018 geringer als VPI

Die Verkaufspreise im Einzelhandel sind 2018 mit durchschnittlich 1,5 % weniger stark gestiegen als die Inflationsrate. Die höhere, allgemeine Inflationsrate (VPI) ist vor allem auf Preiserhöhungen bei Mieten, Treibstoffen und Restaurants zurückzuführen.

Während die Preissteigerungen im Einzelhandel von Quartal zu Quartal geringer ausgefallen und im IV. Quartal 2018 unter 1 % gelegen sind, ist die Inflationsrate im III. und IV. Quartal höher als im I. und II. Quartal ausgefallen.

Die Preisentwicklungen fallen im stationären Einzelhandel von Branche zu Branche sehr unterschiedlich aus. Im sonstigen Einzelhandel (v. a. Trafiken, Einzelhandel mit Blumen), im Einzelhandel mit Spielwaren sowie im Einzelhandel mit Sportartikeln sind die Verkaufspreise am stärksten gestiegen. Die Preiserhöhungen im Lebensmitteleinzelhandel entsprechen in etwa dem Einzelhandelsdurchschnitt und liegen somit unter der allgemeinen Inflationsrate.

Vergleichsweise geringe Verkaufspreissteigerungen weisen die modischen Branchen (Einzelhandel mit Bekleidung, Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren) sowie der Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkerbedarf auf.

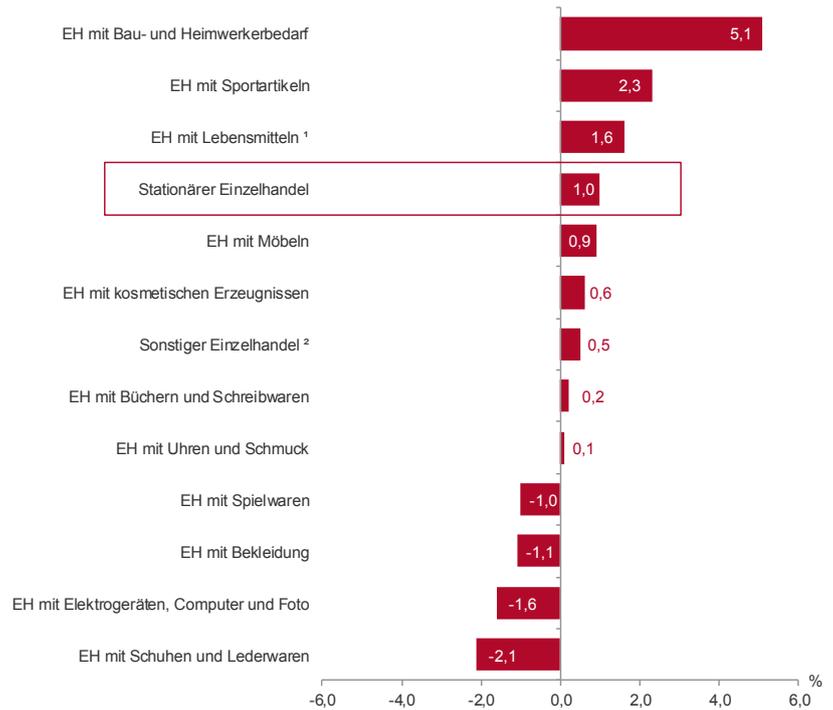
Umsatzwachstum im Internet-Einzelhandel 2018: +4 %

Der österreichische Internet-Einzelhandel entwickelt sich 2018 – wie in den Vorjahren – deutlich dynamischer als der stationäre Einzelhandel. Aber nicht nur bei den Ladengeschäften, auch bei den Online-Shops schwächt sich die Konjunktorentwicklung 2018 im Vergleich zu 2017 etwas ab und pendelt sich wieder auf dem Wachstumsniveau von 2016 ein.

Nach einem nominellen Umsatzplus von +4 % im Jahr 2016 und +6 % im Jahr 2017 kann 2018 im heimischen Einzelhandel ein Online-Wachstum von nominell +4 % erzielt werden.

In Summe ist der Brutto-Jahresumsatz 2018 im österreichischen Internet-Einzelhandel auf rd. € 3,3 Mrd (inkl. Ust.) angestiegen und erreicht damit 4,4 % des gesamten Einzelhandelsvolumens in Österreich.

Graphik 3 | Umsatzentwicklung ausgewählter Einzelhandelsbranchen 2018
Veränderungen nominell in Prozent gegenüber dem Vorjahr



Graphik 4 | Inflationsrate (VPI) sowie Verkaufspreise im stationären Einzelhandel 2010 – 2018
Veränderungen in Prozent gegenüber dem Vorjahr

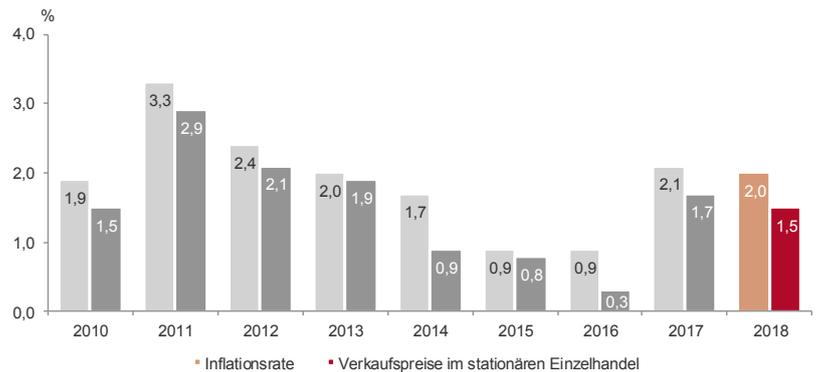


Tabelle 1 | Umsatz- und Preisentwicklung ausgewählter Einzelhandelsbranchen 2018
Veränderungen in Prozent gegenüber dem Vorjahr

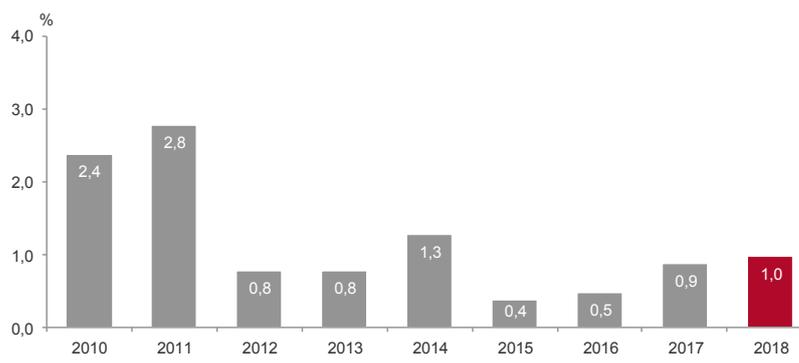
	Umsatzentwicklung	Verkaufspreisveränderung	Entwicklung Absatzvolumen
	Nominelle Veränderung		Reale Veränderung
EH mit Bau- und Heimwerkerbedarf	5,1	0,7	4,4
EH mit Sportartikeln	2,3	3,0	-0,7
EH mit Lebensmitteln	1,6	1,6	0,0
EH mit Möbeln	0,9	2,3	-1,4
Stationärer Einzelhandel	1,0	1,5	-0,5
EH mit kosmetischen Erzeugnissen	0,6	1,7	-1,1
EH mit Büchern und Schreibwaren	0,2	2,3	-2,1
EH mit Uhren und Schmuck	0,1	1,7	-1,6
Sonstiger Einzelhandel	0,5	3,7	-3,2
EH mit Bekleidung	-1,1	0,5	-1,6
EH mit Schuhen und Lederwaren	-2,1	0,6	-2,7
EH mit Elektrogeräten, Computer und Foto	-1,6	-2,0	0,4
EH mit Spielwaren	-1,0	3,1	-4,1

Anhaltendes Beschäftigungswachstum im Einzelhandel 2018: +1,0 %

Die Anzahl der unselbstständig Beschäftigten im gesamten Einzelhandel ist im Jahr 2018 gegenüber dem Vorjahr – ähnlich wie 2017 – um +1,0 % bzw. +3.300 Personen gestiegen. Das Wachstum ist dabei im I. Quartal am stärksten ausgefallen und hat sich dann von Quartal zu Quartal abgeschwächt.

Die steigenden Beschäftigtenzahlen sind nicht auf geringfügige Beschäftigungsverhältnisse zurückzuführen. Diese sind 2018 um -1,3 % bzw. um -600 Personen zurückgegangen.

Grafik 5 | Entwicklung der unselbstständig Beschäftigten¹ im gesamten Einzelhandel² 2010 – 2018
Veränderungen in Prozent gegenüber dem Vorjahr



Damit weist der österreichische Einzelhandel im Jahr 2018 im Durchschnitt rd. 335.300 MitarbeiterInnen auf. Knapp die Hälfte davon arbeitet Teilzeit.

Blick über die Grenze: Konjunkturentwicklung in EU-28 flacht weiter ab

Die Konjunktur dynamik schwächt sich im europäischen Einzelhandel weiter ab. Laut Eurostat ist das Absatzvolumen im Einzelhandel zwischen Jänner und November 2018 im Durchschnitt der 28 EU-Staaten deflationiert (real) und kalenderbereinigt im Vergleich zur Vorjahresperiode um +2,1 % gestiegen.

Getragen wird das Einzelhandelswachstum in der EU einmal mehr von den osteuropäischen Ländern. Aber auch die Einzelhandelsumsätze in Frankreich, in den Niederlanden und überraschend auch im Vereinigten Königreich entwickeln sich überdurchschnittlich. Etwas geringer als im EU-28-Durchschnitt fällt das Einzelhandelswachstum in der Eurozone (19) aus (+1,5 %).

Der österreichische Einzelhandel entwickelt sich von Jänner bis November 2018 – wie in den Vorjahren – schwächer als der EU-28-Durchschnitt. Mit einem Anstieg des Absatzvolumens von +0,4 % liegt die Wachstumsrate auch hinter dem deutschen Einzelhandel (+1,3 %).

Ausblick 2019: Robustes, aber geringeres Wirtschaftswachstum

Das Wirtschaftswachstum 2019 in Österreich wird sich laut WIFO-Prognose ausgehend von der Hochkonjunktur im Jahr 2018 etwas abkühlen. Das BIP wird 2019 nominell um +4,1 % bzw. real um +2,0 % steigen.

Der private Konsum wächst weiterhin (nominell: +3,8 %, real: +1,7 %). Dies ist auf den Anstieg der Löhne und Gehälter sowie die gleichzeitige Verringerung der Abgabenbelastung durch den neuen Familienbonus zurückzuführen. Die Sparquote bleibt stabil (2019: 7,2 %). Rd. ein Drittel der Konsumausgaben fließt in den Einzelhandel – Tendenz sinkend.

Die Inflation wird 2019 mit 2,1 % ähnlich wie im Vorjahr (2,0 %) ausfallen. Der Großteil der EinzelhändlerInnen (69 %) erwartet für die nächsten Monate eine stabile Geschäftsentwicklung. 9 % rechnen mit einer Verbesserung der Geschäftslage, 22 % gehen von Umsatzrückgängen aus.

AKTUELL: Konjunkturbeobachtung der KMU Forschung Austria im Einzelhandel Jänner 2018 bis Dezember 2018
UMSATZVERÄNDERUNG ZUM VORJAHR IN %

	Einzelhandel		Bekleidung		Schuhe und Lederwaren		Sportartikel	
	nominell	real	nominell	real	nominell	real	nominell	real
1/2018	1,8	-0,4	1,8	0,8	-4,2	-4,1	-1,8	-3,7
2/2018	-0,5	-2,6	-11,3	-13,8	-12,0	-12,6	5,6	3,0
3/2018	3,6	1,2	-5,8	-6,0	-12,4	-14,7	7,7	2,6
4/2018	0,6	-1,6	8,0	6,6	19,3	17,4	-0,3	-5,9
5/2018	-0,2	-1,7	-1,0	-1,4	-4,9	-5,5	3,0	-0,9
6/2018	2,7	1,1	1,1	-0,3	-1,3	-1,0	0,7	-3,4
7/2018	0,2	-1,3	-2,5	-3,4	-2,9	-4,1	4,5	1,2
8/2018	2,2	0,9	1,1	1,3	2,0	1,9	2,7	0,4
9/2018	-3,4	-4,3	-9,7	-9,3	-16,2	-16,5	2,2	1,8
10/2018	3,3	2,5	5,5	6,5	3,9	3,8	3,2	2,9
11/2018	2,2	1,2	0,6	1,0	-0,3	0,3	3,0	1,0
12/2018	-0,7	-1,4	-2,8	-3,4	-3,1	-4,1	-1,6	-4,9

DER SCHUTZVERBAND GEGEN UNLAUTEREN WETTBEWERB INFORMIERT: *Ausverkäufe und Sonderverkäufe – was ist aktuell zu beachten?*

Die Ankündigung von Ausverkäufen war über viele Jahrzehnte streng reguliert und sogar früher in einem eigenen Ausverkaufsgesetz (von 1895) geregelt. Aufgrund einiger Liberalisierungen sind aber Regelungen wie die Festlegung der Schlussverkaufszeiten (**Wettbewerbs-Deregulierungsgesetz aus dem Jahr 1992**) oder die Bewilligung von Umbauabverkäufen weggefallen (UWG-Novelle 2013).

Mit dieser letzten Änderung wurde eine Neuregelung und Liberalisierung der Ausverkäufe durchgeführt, wobei Anlassfall dafür ein Urteil des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) war, welcher die ursprüngliche Regelung als mit der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken unvereinbar angesehen hat. Damit sind jetzt nur mehr Ausverkäufe wegen Schließung oder Verlegung des Geschäftes bewilligungspflichtig.

Als oberstes Prinzip gilt allerdings weiterhin wie auch sonst in der Werbung der Wahrheitsgrundsatz. Jede Ankündigung muss daher der Wahrheit entsprechen und darf den Kunden nicht in die Irre führen. Dabei gehen unklare Ankündigungen zu Lasten des Werbenden und es zählt daher nicht die Absicht des Händlers bei einer Ankündigung, sondern wie diese letztendlich von einem durchschnittlichen Kunden verstanden wird.

Die hier erstellte unverbindliche Checkliste soll helfen, bei der Werbung mit Ausverkäufen einen ersten Leitfaden zu bieten. Allerdings kann sie nicht die Beratung im Einzelfall ersetzen, wobei man sich dazu an das Rechtsservice der Wirtschaftskammer Wien oder das Gremium wenden kann. Und wenn es zu einer irreführenden Ankündigung von Ausverkäufen anderer Anbieter kommen sollte, kann man diese ebenfalls dort melden.

Die Ankündigung eines Ausverkaufs wegen eines Elementarereignisses ist bei der Bezirksverwaltungsbehörde anzeigepflichtig, also ihr nur mitzuteilen. Dazu gehört die Werbung einer Reduktion von Waren wegen Wasser- oder Feuerschaden und ähnlichen äußeren elementaren Einflüssen. Auch hier muss die Werbung selbstverständlich der Wahrheit entsprechen und man wirklich aufgrund dieses elementaren Ereignisses genötigt sein, zu reduzierten Preisen zu verkaufen. Und wenn die Ware noch dazu beschädigt worden ist, muss das separat jeweils klar angemerkt sein.

BEISPIEL: Eine Ankündigung mit „Alles muss raus“ und dem Hinweis „Sale“ stellt einen bewilligungsfreien Saisonschluss- bzw. Sonderverkauf dar, wenn sich der Werbung keine Hinweise auf eine Geschäftsschließung entnehmen lassen. Allerdings muss dann auch wirklich alles ausnahmslos erheblich reduziert sein.

Bewilligungsfreie und auch anzeige-freie Verkäufe

sind die Ankündigungen von Saisonschlussverkäufen, Saisonräumungsverkäufen, Inventurverkäufen und dergleichen. Zweck der aus kaufmännischer Übung erwachsenen Saisonschlussverkäufe ist es, den Kaufleuten die Abstoßung ihrer Restbestände insbesondere an typischen Saison- oder Modeartikeln zu ermöglichen. Sie dienen somit der Bereinigung der Warenlager, sollen der Warenentwertung vorbeugen und die Liquidität erhöhen.



Foto: z. V. g.

Der Autor dieses Artikels, Mag. Hannes Seidelberger, ist Geschäftsführer des Schutzverbands gegen unlauteren Wettbewerb (www.schutzverband.at)

Die Ankündigung des Ausverkaufs wegen einer Geschäftsschließung oder Geschäftsverlegung

ist weiterhin bewilligungspflichtig. Eine solche Werbung ist daher nur mit Bewilligung der nach dem Standort des Ausverkaufes zuständigen Bezirksverwaltungsbehörde (in Wien das jeweilige Magistratische Bezirksamt) zulässig. Das Ansuchen um die Bewilligung ist schriftlich einzubringen und hat die im Gesetz angeführten Angaben samt Unterlagen für die Glaubhaftmachung der Gründe zu enthalten.

Foto: c Corbis



BEISPIEL:

Eine bewilligungspflichtige Ankündigung stellt jede Werbung mit „Wir schließen“ dar, aber auch z.B. Hinweise wie „Aus“, „Ende“ oder sinnähnliche Ausführungen, welche auf eine Geschäftsaufgabe an diesem Standort schließen lassen.

VERFAHREN:

Die Bezirksverwaltungsbehörde hat vor der Entscheidung über das Ansuchen die Wirtschaftskammer des betreffenden Bundeslandes aufzufordern, innerhalb einer Frist von zwei Wochen ein Gutachten abzugeben. Die Behörde hat über das Ansuchen binnen einem Monat nach Einlangen zu entscheiden. Die Bewilligung ist zu verweigern, wenn keine Gründe im Sinne des Abs 1 Z 4 vorliegen und somit eine unrichtige Behauptung nach Z 15 des Anhangs besteht. Die Ankündigung einer erfolgten Bewilligung hat die Gründe des Ausverkaufs, den Zeitraum, währenddessen der Ausverkauf stattfinden soll, und eine allgemeine Bezeichnung der zum Verkauf gelangenden Waren zu enthalten. Diese Angaben müssen dem Bewilligungsbescheid entsprechen.

ENDIGUNG DER GWERBEBERECHTIGUNG:

Hervorzuheben ist weiters, dass gemäß § 33b UWG mit dem Ablauf des im Bewilligungsbescheid angegebenen Ausverkaufszeitraumes die der Verkaufstätigkeit zugrunde liegende Gewerbeberechtigung bzw. das Recht zur Ausübung des zugrunde liegenden Gewerbes in der betreffenden weiteren Betriebsstätte endet, wenn die Bewilligung zur Ankündigung wegen gänzlicher Geschäftsauflösung erteilt wurde.

KEIN GLEICHARTIGER GWERBEBETRIEB FÜR DREI JAHRE IN DIESER GEMEINDE:

Der Inhaber der Gewerbeberechtigung sowie im Falle der Verpachtung auch der Pächter dürfen während der nachfolgenden drei Jahre in der Gemeinde des bisherigen Standortes weder einen gleichartigen Gewerbebetrieb eröffnen oder pachten noch sich an einem solchen in einer Weise beteiligen, dass ihnen hieraus ein Gewinn zufließen kann. Ist der Träger der Gewerbeberechtigung eine Personengesellschaft des Handelsrechtes oder eine eingetragene Erwerbsgesellschaft, gilt das Verbot für die persönlich haftenden Gesellschafter. Bei einer juristischen Person als Träger der Bewilligung erstreckt sich das Verbot auch auf Personen mit einem „maßgebenden Einfluss“ auf den Betrieb. Die Endigung der Berechtigung gilt auch für Ankündigungen eines solchen Ausverkaufes ohne Bewilligung, um eine Umgehung auszuschließen.

Sonstige Sonderverkäufe ohne einen Anlass zur Geschäftsaufgabe

sind ebenfalls zulässig, sofern die beworbenen Nachlässe der Wahrheit entsprechen. So sind für die Kunden grundsätzlich nicht die Bezeichnung einer Aktion, sondern die in Aussicht gestellten Reduktionen relevant. Dies gilt beispielsweise für Aktionsverkäufe zu verschiedensten Anlässen, wie etwa die Ankündigungen von Jubiläumsverkäufen, Werbeverkäufen, Resteverkäufen und Ähnliches.

Umbauabverkäufe, Renovierungsangebote und ähnliche Aktionen

ohne Geschäftsaufgabe oder Standortverlegung sind seit der UWG-Novelle 2013 ebenfalls nicht mehr von den Ausverkaufsvorschriften erfasst. Allerdings müssen auch diese Angebote wie jede Werbeankündigung der Wahrheit entsprechen und dürfen die Kunden nicht über falsche Tatsachen des Anlasses oder den Umfang dieser Preisreduktionen in die Irre führen. Nachdem sich an der generell strengen Rechtsprechung des OGH und des EuGH zur Irreführungseignung nichts geändert hat, ist diese Prüfung nun der wesentliche Maßstab für die Zulässigkeit einer Ausverkaufsankündigung. Wenn daher mit einem konkreten Umstand wie z.B. einer Renovierung oder einem Umbau geworben wird, ist das zwar nicht der Behörde vorzulegen, muss aber jedenfalls der Wahrheit entsprechen, wofür der Unternehmer selber verantwortlich ist. Ansonsten liegt eine verfolgbare Irreführung nach § 2 UWG vor.

Die Werbung mit „Preissenkung“ bzw. „Preisherabsetzung“

ist grundsätzlich zulässig, wenn sie der Wahrheit entspricht und die Beworbenen nicht irreführt oder verunsichert werden. Auf diese Werbung wird allerdings we-

BEISPIEL: Die anlässlich eines Firmenjubiläums für alle Filialen allgemein angekündigte vorübergehende Preisherabsetzung auf bestimmt gekennzeichneten Waren wird daher mangels sonstiger Hinweise von den Konsumenten nur als vorübergehende Preissenkungsaktion verstanden werden und ist daher nicht bewilligungspflichtig.

gen ihrer suggestiven Wirkung ein strenger Maßstab an Eindeutigkeit und Klarheit der Preisaussage gelegt. Statt-Preiswerbung verstößt gegen § 2 UWG, wenn die zum Vergleich herangezogenen Preise (höhere durchgestrichene, mit dem Zusatz „statt“ oder ähnlich bezeichnete Preise) nicht durch unmissverständliche und unübersehbare Hinweise näher erläutert werden und daher eine Irreführung des Publikums möglich ist. Es muss klar ersichtlich sein, von welcher Art der gegenübergestellte frühere Preis ist (in der Regel eigene bisherige Preise, allenfalls unverbindlich empfohlene Listenpreise des Herstellers, wenn diese noch aktuell sind). Eine unauffällige Erläuterung des Vergleichspreises etwa in Kleinstdruck reicht in der Regel nicht aus. Wenn durchwegs nur die bisher über einen längeren Zeitraum verlangten eigenen Verkaufspreise kurzfristig reduziert werden, dann ist eine weitere Erläuterung nicht notwendig, sondern es reicht in der Regel, die Höhe der Reduktion bzw. den alten und den neuen Preis anzugeben.

Die Preisgegenüberstellung

als solche muss selbstverständlich wahr sein. Die Gegenüberstellung herabgesetzter Preise mit eigenen höheren Preisen ist daher unzulässig, wenn dieser frühere Preis zuvor bewusst überhöht angesetzt worden war, um eine echte Preisherabsetzung vorzutäuschen. Irreführend ist weiters, wenn die Preissenkung schon längere Zeit zurückliegt, jedoch der falsche Eindruck einer erst jetzt vorgenommenen Preisherabsetzung erweckt wird, der neue Preis nicht für die gleiche bisher angebotene Ware gilt, die Werbung mit Scheinpreisen, die in Wahrheit nie verlangt wurden (sogenannte „Mondpreise“) oder wenn die Gegenüberstellung selbst unbestimmt ist.

BEISPIELE: Die Erläuterung eines Statt-Preises als ehemaliger Normalpreis ist irreführend, wenn der Unternehmer schon vor der Ankündigung weniger als diesen Statt-Preis verlangte.

Unzulässig ist auch die Bezugnahme auf einen mehrere Jahre zurückliegenden „Listenpreis“.

Wettbewerbswidrig ist die Werbung für Eigenmarken-Schuhe mit Statt-Preisen, die als die im Fachhandel verlangten Preise erläutert werden, wenn in Wahrheit Schuhe dieser Marken im übrigen Fachhandel nicht vertrieben werden, sondern nur im Bereich von Konzerngesellschaften. Damit wird ein Preiswettbewerb vorgetauscht, der in Wahrheit nicht besteht.

Eine Werbung, in der Waren oder Leistungen zB bis zu 70% verbilligt angekündigt werden, ist irreführend, wenn sich die tatsächliche Preisherabsetzung nur zwischen 12% und 54% bewegt.

Unzulässige Dauerrabatte

liegen vor, wenn ein Rabatt über einen längeren Zeitraum verlangt wird. Außerdem ist es irreführend, wenn eine befristete Rabattaktion verlängert wird, weil an den beworbenen zeitlichen Grenzen festzuhalten ist. Generell gilt auch im Modehandel, dass eine Reduktion immer nur für einige Wochen gilt und dann entweder wieder der vorherige Normalpreis zu verlangen ist oder der reduzierte Preis noch einmal weiter zu senken wäre.

In gleicher Weise ist es irreführend, wenn in einer Werbung z.B. für eine Rabattaktion feste zeitliche Grenzen

angegeben und diese dann nicht eingehalten werden. Wird eine solche Aktion vor Ablauf der angegebenen Zeit beendet, liegt darin in der Regel eine Irreführung der mit dieser Ankündigung angesprochenen Verbraucher. Ebenfalls unzulässig wäre es, ohne weitere Erläuterung mit einem Rabatt zu werben, welcher dann aber nur für einen ganz kurzen Zeitraum wie einen oder wenige Tage gilt. Auf einen solchen besonderen Umstand ist jedenfalls immer klar hinzuweisen, weil sich der Kunde nicht erwartet, dass eine normale Sonderaktion schon nach wenigen Tagen wieder beendet ist.

BEISPIEL: Irreführend ist die Werbung einer Lederwarenfirma mit reduzierten Angeboten „nur heute“ oder „nur kurze Zeit“, wenn dieses Angebot dann über mehrere Tage bzw. Wochen beworben wird.

BEISPIELE: Ein Handelsunternehmen bewarb in Zusammenarbeit mit einem bekannten Markenhersteller eine Treuepunkt-Aktion, wobei diese Treuepunkte bei einem Einkauf ab € 5 in ein Rabattheft geklebt wurden. Aufgrund der hohen Nachfrage konnte der Bedarf der hier ausgelobten Waren nicht gedeckt werden und die Aktion musste vorzeitig beendet werden. Das ist als irreführend zu beurteilen.

Das Gleiche gilt, wenn Schuhe mit -20% beworben werden, aber der klare Hinweis fehlt, dass diese Aktion nur heute oder nur wenige Tage gilt.

Der frühere höhere Preis

muss eine angemessene Zeit ernsthaft verlangt worden sein, sonst liegt eine Irreführung vor, wobei sich die Länge des Zeitraumes nach der Art der Ware und des Betriebes, den Umfang der Preissenkung, der Marktlage und dem Zeitraum, in dem der alte Preis galt, richtet. Bei Waren, die regelmäßig gebraucht und in kurzer Zeit verbraucht werden, wie etwa Reinigungsmittel, genügt laut Rechtsprechung schon ein relativ kurzer Zeitraum, um eine Gegenüberstellung eines Statt-Preises mit ehemaligen Normalpreisen nicht irreführend zu machen. Bei solchen Waren kann der herabgesetzte frühere Preis durch Verlangen während eines Zeitraumes von drei Wochen zum ehemaligen Normalpreis geworden sein. Im Modehandel wird schon ein wesentlich längerer Zeitraum anzusetzen sein, wobei Entscheidungen dazu bisher noch nicht vorliegen.

Die allgemeine Preisauszeichnungspflicht

ist schließlich auch bei allen Ausverkäufen, Sonderaktionen usw. zu beachten. Unternehmer haben die Preise für Sachgüter (oder für die anstelle von Sachgütern ausgestellten Attrappen oder Muster) auszuzeichnen, sofern diese sichtbar ausgestellt sind oder in den Geschäftsräumlichkeiten in anderer Weise zum Verkauf bereitgehalten werden. Das gilt damit sowohl für jede Ware im Geschäft als auch in der Auslage. Wenn in der Werbung, in Katalogen, in Prospekten und dergleichen freiwillig Preise angegeben werden, sind diese Bestimmungen ebenfalls zu beachten. Die Preise sichtbar ausgestellter Sachgüter sind so auszuzeichnen, dass ein durchschnittlich aufmerksamer Betrachter sie leicht lesen und zuordnen kann.

Foto: Yakobchuk - fotolia.com



TEXTIL:

ZAHLUNGSRISIKO:

Milder Herbst verursacht stürmische Zeiten in der Textilbranche

Eine interne Analyse des Kreditversicherers Atradius zeigt, dass das Zahlungsrisiko bei österreichischen Bekleidungshändlern kurzfristig spürbar ansteigen könnte. Eine der Ursachen hierfür: die außergewöhnlich warmen Temperaturen in den Herbstmonaten. Diese haben die Umsätze mit Winterartikeln bei zahlreichen Anbietern stark gebremst. Sollte das Wetter in diesem Winter insgesamt mild bleiben, könnte das die Zahl der Zahlungsausfälle und -verzögerungen bei Lieferanten sowohl von stationären als auch von Online-Kleidungshändlern in den kommenden Monaten noch einmal erhöhen.

„Nachdem im Textilhandel bereits das Sommergeschäft aufgrund der zum Teil extremen Hitze bescheiden lief und das Herbstgeschäft hinter den Erwartungen zurückgeblieben ist, hat nun auch das Schlussquartal 2018 schwierig begonnen“, so KommR Franz Maier, Generaldirektor Österreich, Ungarn und Südosteuropa von Atradius. „Die geringeren Umsätze schwächen viele Abnehmer der Branche, die in Österreich insgesamt zu den anfälligsten für Forderungsausfälle gehört. Ein Grund hierfür ist die häufig geringe Eigenkapitalausstattung vieler Textilunternehmen. Gleichzeitig stellen die hohen Mieten für Geschäftsräume in vielen Städten sowie die langfristigen Laufzeiten von Mietverträgen eine große Belastung für stationäre Anbieter dar. In den vergangenen Jahren ist zudem die Konkurrenz durch das zunehmende Online-Geschäft gestiegen. Das hat die Margen gedrückt. Die warmen Temperaturen bis in den November haben jetzt dazu geführt, dass viele Konsumenten noch keine Winterbekleidung kaufen. Je länger das milde Wetter anhält, desto stürmischer dürften bald die Zeiten bei den Textilhändlern werden.“

Textilbranche: warme Temperaturen nicht der einzige Risikogrund

Die Bekleidungsbranche gehört - neben der Baubranche - zu den risikoreichsten im österreichischen Abnehmerportfolio von Atradius. Das Wetter ist aber nicht der einzige Grund, warum zahlreiche Abnehmer aus dem Bereich derzeit unter erhöhtem Druck



Foto: David Bohmann Photography

Milder Herbst 2018 schadet der Textilbranche. Machen wir es 2019 besser!

stehen. Aus Sicht des Kreditversicherers tragen dazu weiterhin die nicht mehr marktgerechten Geschäftsmodelle vieler Unternehmen bei. „Ein großer Teil der Branchenakteure muss sich neu aufstellen, wenn sie ihren finanziellen Verpflichtungen auch künftig nachkommen wollen“, sagt Franz Maier.

Dazu gehöre, so die Einschätzung der Atradius-Handelsexperten, eine optimale Verzahnung von Online-Vertrieb und stationärer Präsenz sowie - wichtiger denn je - eine effizient aufgestellte Logistik. „Wir haben zuletzt auch vermehrt positive Entwicklungen gesehen bei Firmen, die diesen Weg gegangen sind“, erläutert Franz Maier. Dass Kunden Waren einer Firma online bestellen können, daran komme heute kein Modeanbieter mehr vorbei. Gleichzeitig möchten viele Konsumenten den Kauf von Mäntel oder Mützen vor Ort erledigen und die Produkte vorab begutachten. „Auf dieses Kaufverhalten müssen sich Händler einstellen. Einige stationäre Anbieter starten vor diesem Hintergrund bereits Kooperationen mit reinen Online-Häusern. Erste Ergebnisse deuten darauf hin, dass das eine Lösung sein könnte.“

Effiziente Logistik: das A und O

Eine ineffiziente Logistik ist gerade bei reinen Online-Händlern ein häufiger Grund für sinkende Margen und finanzielle Engpässe. Franz Maier: „Im Online-Bereich ist die Retouren-Quote sehr hoch. Fälle, in denen ein Käufer beispielsweise von einem Schuhmodell drei Paare in unterschiedlichen Größen bestellt und zwei davon wieder zurückschickt, kommen sehr häufig vor. Dem Anbieter stehen diese Paare jedoch erst einmal nicht zum Verkauf zur Verfügung. Gleichzeitig erhöht sich sein Lager- und Transportaufwand. Im schlechtesten Fall übersteigen die Kosten die Einnahmen aus dem Geschäft.“

Auch betrügerisches Verhalten, wie zum Beispiel das Zurückschicken eines Kleides nach einmaligen Tragen, belastet die Liquidität der Anbieter. Solche Waren können - wenn überhaupt - nur noch zu einem deutlich niedrigeren Preis als den ursprünglich kalkulierten angeboten werden.

Profitable Eigenmarken

Die Risikoexperten von Atradius haben zuletzt Fälle von in Schiefelage geratenen Bekleidungsanbietern beobachtet, die ihre Geschäftsergebnisse durch einen stärkeren Fokus auf Eigenmarken wieder verbessern konnten. Franz Maier: „Eigenmarken verbessern die Margen des Anbieters und wirken sich positiv auf die Liquidität aus. Und das wiederum verbessert die Zahlungsfähigkeit.“ In der Risikoanalyse prüft Atradius - wie in jeder Branche - Abnehmer aus dem Textilbereich individuell auf Grundlage von finanziellen Daten und schaut sich auch die Investorenstruktur hinter den Abnehmern genau an.

ÜBER ATRADIUS

Atradius ist ein globaler Anbieter von Kreditversicherungen, Bürgschaften und Inkassodienstleistungen mit einer strategischen Präsenz in mehr als 50 Ländern. Die von Atradius angebotenen Kreditversicherungs-, Bürgschaften- und Inkasso-Produkte schützen Unternehmen weltweit vor den Ausfallrisiken beim Verkauf von Waren und Dienstleistungen auf Kredit.

Quelle: PA Atradius (APA/OTS, 18.12.2018)

LEDERWAREN:

KOMMENTAR

Viel verschenkt?

Bisher hatte keine Zeit des Jahres größere Bedeutung für den Erfolg eines Handelsunternehmens als die letzten Wochen vor dem Weihnachtsfest. Der maßgebliche Faktor in der Mode- und Freizeitbranche wie die richtige Witterung - wenn möglich mit Minusgraden und Schnee - sorgte für den kräftigen Nachfrageschub, der die Kasernen in den einschlägigen Geschäften zum Klingeln brachte und die aufwendige Inventur dank weitgehend reduzierter Lagerbestände erleichterte. Für Restposten stand der Winterschlussverkauf im Jänner vor der Tür, um Platz für die pünktlich zum Liefertermin eintreffende neue Frühjahrsware zu schaffen.

Schnee von gestern

Und heute? Egal, ob die Welt in weißer Pracht zu versinken droht oder es vieler Schneekanonen bedarf, um die grünen Wiesen der Ski- und Rodelparadiese für erste Advent-Urlauber pistentauglich zu machen: Im Weihnachtsgeschäft kann das stationäre Modedefachgeschäft etwaige Umsatzeinbußen vorangegangener Saisons nicht mehr wettmachen und hat Mühe, die Bilanzanalyse zum Jahresabschluss ohne Blessuren zu überstehen.

Die Gründe dafür liegen auf der Hand. Ein übersättigter Markt, boomender Online-Vertrieb aufgrund des jungen E-Commerce-süchtigen Zielpublikums, dem EU-weiten Wegfall von Grenz-Blockaden ab dem 18. Dezember 2018 für den Bereich analoger Güter (CDs, DVDs, gedruckte Bücher) und ein genereller Verfall echter Werte.

Warteten Handel und Verbraucher früher mit Spannung auf die streng festgelegten, limitierten und zweimal im Jahr rechtzeitig angekündigten Saisonschlussverkaufstermine - Verstöße hatten zum Teil drakonische Strafen für den ungehorsamen Unternehmer zur Folge -, beginnt das SALE-Spektakel samt Black Friday- oder Cyber Monday-Manövern mit marktschreierischen Abschriften heute schon, bevor das Christkindl seine Shopping-Tour startet und hört genau genommen nie auf.

Schnäppchenjagd

Nicht selten hat der günstige Einkauf für den Schnäppchenjäger ein ungünstiges Nachspiel, wenn er im Überschwang der Rabattaktionen in die Schuldenfalle tappt. Ob das Fachgeschäft vom Permanent-Sale profitieren kann, sei dahingestellt, denn selbst ein finanziell gesundes Unternehmen darf sich keine Kapitalauszehrung durch risikante Preisrochaden leisten. Für ein wirtschaftlich bereits angeschlagenes Unternehmen sollte eine vertretbare Kalkulationsbasis den Rotstift-Kurs bestimmen, um nicht den Kostenüberblick zu verlieren.

Schöne Bescherung?

Wer seine guten Vorsätze für 2019 noch um eine Variante erweitern möchte, liegt sicher mit mehr Zurückhaltung im Preis-Poker richtig. Denn verkaufen, nicht verschenken steht für die Einzelhandelsbranche auf dem Programm, damit es heuer zu Jahresende nicht in Abwandlung eines geflügelten Wortes heißen muss: „Billig verkauft, teuer bezahlt.“



EVELYN SCHREIBER
Freie Journalistin

SPORT:

VICTOR 2018: ERFOLGREICHE PREMIERE DES SPORT BUSINESS PREISES

Auszeichnungen in sechs Kategorien vergeben

Am 27. November 2018 wurde im Haus des Sports in Wien erstmalig der VICTOR - Österreichs Sport Business Preis verliehen. In sechs Kategorien wurden die Besten Österreichs geehrt:

Den Hauptpreis - Sport Business Manager des Jahres - durfte der CEO des FK Austrian Wien, Mag. Markus Kraetschmer, entgegennehmen. Neben Kraetschmer erhielt Hubert Neuper die Auszeichnung zum Sport Business Manager Ehrenpreis. Als Sport Marketing Kampagne des Jahres wurde die UCI Straßenrad WM 2018 Innsbruck-Tirol ausgezeichnet. Zur Sport Tourismus Region des Jahres wurde Schladming-Dachstein gewählt. Bosch eBike Systems ist die Sport Innovation des Jahres.

Zu Sporthändlern des Jahres wurden folgende Händler gewählt - die Überreichung erfolgte durch Mag. Michael Nendwich:

1. SPORT 2000 Patscheider
2. Intersport Winner
3. Nora Pure Sport

Ziel des VICTOR Verleihung ist es, besondere Menschen, Initiativen, Produkte und Dienstleistungen auszuzeichnen, deren Geschäftsfeld sich in der Sport- & Freizeitwirtschaft befindet und etabliert hat. Es soll damit der große ökonomische und gesellschaftliche Zusammenhang zwischen Sport und Wirtschaft hervorgehoben werden.

Größen-Scan als Innovation bei Hervis*Gerry Weber bekommt Investor und Übergangsfinanzierung für Hallhuber*

Gerry Weber hat einen Investor für seine Tochter Hallhuber gefunden. Der in der Mitteilung namentlich nicht genannte Investor bekommt eine Kaufoption für die Modekette Hallhuber, die erst nach der Erfüllung von einigen Bedingungen ausgeübt werden könne, teilt Gerry Weber International AG mit. Die Bedingungen sollen voraussichtlich im Mai 2019 erfüllt sein. Bei der Ausübung der Option kann Gerry Weber zwischen einer Beteiligung von 14 % oder 12 % an Hallhuber wählen. Im letzteren Fall erhält der Modekonzern auch einen Barkaufpreis von 500.000 € für Hallhuber. Gerry Weber hatte die Marke Hallhuber Anfang 2015 in der Hoffnung erworben, sich eine jüngere Zielgruppe zu erschließen.

Fashion United, 08.02.2019

Unternehmen

Intersport verliert mit Bründl seinen größten Händler

Die heimische Intersport-Gruppe und ihr mit 26 Shops und über 550 Mitarbeitern größtes Mitglied, die Salzburger Familie Bründl, gehen künftig getrennte Wege. Nach 49 Jahren kündigte man die Partnerschaft per 1. September 2019 auf. Ab dann firmiert man unter Bründl Sports und die Marke Intersport verschwindet. „Bei Unternehmen geht es nicht um Größe, sondern um Stärke“, betont Christoph Bründl. Diese Stärke habe man über Jahre aufgebaut, etwa über eine eigene Mitarbeiter-Akademie. Dazu kommt, dass aufgrund der großen Mengen (z. B. man ordert jährlich rund 28.000 Paar Ski) schon jetzt fast alles direkt und nicht mehr über die Genossenschaft eingekauft hat. Bründl selbst will darüber hinaus weiter wachsen. „Wir haben schon Projekte in der Pipeline.“ KronenZeitung, 15.12.2018

Könnte Alibaba Zalando übernehmen?

Nach Gerüchten, dass der chinesische Internetriese Alibaba, der seine Präsenz in Europa ausweiten will, an einer Übernahme des deutschen Online-Modehändlers Zalando interessiert sein könnte, steigen dessen Aktien...„Ich gehe davon aus, dass Alibaba bald in Firmen in Europa investiert. Zalando ist ein Übernahmekandidat“, hatte Marcel Münch im Interview mit dem Handelsblatt am 2. Januar gesagt und damit eine Welle von Spekulationen losgetreten. Der Gründer des Startups DongXii, das sich auf den Handel zwischen Deutschland und China konzentriert, hat gerade eine Tour durch Deutschland beendet.

Auf die Frage, was Geschäftsleute von Chinas Ambitionen in Deutschland und Europa halten sollten, antwortete Münch, man solle sie „sehr ernst nehmen“. Er weist darauf hin, dass Alibaba bereits mit einem kleinen Team in Deutschland vertreten sei und kräftig um deutsche Unternehmen werbe.

Was Zalando angeht, so schätzt Münch Alibabas Absichten folgendermaßen ein: „Das Unternehmen ist nicht nur aufgrund des Zugangs zu 25 Millionen Endkunden interessant. Derzeit ist Zalando an den Aktienmärkten auch relativ günstig bewertet“, resümiert er. Und Zalando selbst könnte Interesse zeigen, um Zugang zum riesigen chinesischen Markt zu erlangen. Zalando hatte es erst kürzlich mit der Eigenmarke zLabels auf Alibabas Plattform TMall Global versucht, musste doch seinen Online-Flagshipstore schließen.

Zudem wäre der deutsche Onlinehändler derzeit günstig zu haben: Zalandos Aktienpreis halbierte sich nach zwei Gewinnwarnungen und schlechten Quartalszahlen fast. „Der aktuelle Börsenwert von 5,5 Milliarden Euro wären für Amazon oder Alibaba Peanuts“, findet auch Aktiencheck.de. FashionUnited, 7.1.2019

Retail-Zukunft

Japan: Der gläserne Supermarkt-Kunde

Auf den ersten Blick schaut der Supermarkt am Rande einer Kleinstadt Japans aus wie jeder andere. Obst- und Gemüseabteilung, Fleisch und Fischvitriolen, mannshohe, vollgeräumte Regale mit Getränken und Kosmetika. In den Gängen zahlreiche Kunden, die ihre Einkaufswägen vor sich herschieben. Doch einiges ist anders. Der Einkaufswagen begrüßt den Kunden mit dessen Namen. Auf dem Tablet-großen Display am Wagerl blinken aktuelle Angebote auf. Legt der Kunde eine Packung Nudeln in den Wagen, poppt das Angebot für ein passendes Sugo auf. Dahinter steckt eine ausgeklügelte Technologie, die es übrigens auch geschafft hat, die Zahl der Artikel pro Einkauf zu steigern. Das smarte Wagerl erkennt den Kunden an seiner Prepaid-Kundenkarte, die Sensoren des Einkaufsbegleiters scannen zudem die Barcodes der Artikel, geben passende Rezept-Tipps und zeigen, wie viel der Einkauf in Summe kosten wird.

Kamera erkennt Alter

Noch Zukunftsmusik ist dagegen die personalisierte Werbung. Smarte Kameras erkennen bereits, ob ein Mann oder eine Frau vor ihnen steht und rechnen dank ihrer künstlichen Intelligenz ihr ungefähres Alter aus. So wissen Werber, ob Lippenstift- oder Herrensocken-Aktionen angesagt sind. Datenschutz? Aus Sicht der Manager kein Problem, solange die Daten anonymisiert verwendet werden. Daran

werde gearbeitet. „Künftig wird niemand mehr Fernsehwerbung schauen“, glaubt Tomohiro Uchiyama von der Trail Supermarkt Company. Das Konsumentenverhalten ändere sich, Geschäftsmodelle auch. Werbung drängt ins Regal. „Und zwar maßgeschneidert für den Kunden, der gerade davor steht.“ Am Ende des Tages wird das Regal mehr über den Menschen wissen, als sein Arbeitskollege oder Nachbar.

Was für viele Europäer noch verstörend klingt, ist bei den technologiegläubigen Japanern bereits im Testbetrieb.

Bequemlichkeit siegt

„Man kann auch anonym wie bisher einkaufen, aber 47 Prozent unserer Kunden nutzen die Prepaid-Karte“, erläutert Uchiyama. Nicht nur, weil sie dafür zusätzliche Rabatte bekommen, auch aus Bequemlichkeit. So muss man sich nicht mehr an der Kassa anstellen, sondern fährt mit dem Einkaufswagerl einfach aus dem Geschäft – und fertig. Der Rechnungsbetrag wird automatisch von der Prepaid-Card abgebucht. „Für das Checkout braucht man so nur noch ein Zehntel der Zeit“, zeigt der Testbetrieb. KURIER, 27.12.2018

Zahlen – am liebsten schon ohne Bargeld

Im vergangenen Jahr wurde bereits jede zweite Zahlung mit einer Bankomatkarte kontaktlos abgewickelt. Insgesamt – und erstmals – ist die Anzahl der Transaktionen auf über 800 Millionen gestiegen. Das dabei erzielte Volumen lag bei über € zehn Milliarden, 83 % mehr als 2017. Der stärkste Tag im Jahr 2018 war mit 3,7 Millionen Transaktionen der 21. Dezember. An diesem Tag wurde mit Bankomatkarten ein Umsatz von 233 Millionen € gemacht.

Beim kontaktlosen Zahlen (NFC) können Einkäufe mit einer Handbewegung bezahlt werden, bis 25 € ohne PIN-Eingabe. Besonders häufig verwenden Verbraucher diese Methode im Lebensmittelhandel, in der Gastronomie, in Trafiken, Drogerien und Apotheken. Die Presse, 8.1.2019

VON - BIS VERANSTALTUNG ORT

TEXTILIEN 2019

01.03. – 03.03.2019	Tracht und Country Frühjahr	Salzburg
01.03. – 04.03.2019	Première Classe	Paris
11.03. – 12.03.2019	Supreme Tracht and Country 2018	München

LEDERWAREN 2019

01.03. – 04.03.2019	Première Classe	Paris
03.03. – 04.03.2019	Lederwaren Winterstyles	MGC Wien
09.03. – 11.03.2018	ILM Winter Styles	Offenbach
17.03. – 18.03.2019	Lederwaren Winterstyles	Brandboxx Salzburg

SPORT- UND FREIZEITARTIKEL 2019

08.03. – 10.03.2019	Sport & Fun	Ried
30.03. – 31.03.2019	Bike Festival	Wien
05.04. – 07.04.2019	E-Bike Festival Dortmund	Dortmund
23.06. – 26.06.2019	Outdoor	Friedrichshafen
30.06. – 03.07.2019	Outdoor by SIPO	München

GESCHENKARTIKEL UND HOME ACCESSOIRES 2019

01.03. – 03.03.2019	Creativ Salzburg	Messezentrum Salzburg
09.03. – 11.03.2019	Cadeaux	Leipzig
06.07. – 08.07.2019	Trendset	München

SCHUHE 2019

10.03. – 12.03.2019	Gallery Shoes	Düsseldorf
10.02. – 13.02.2019	MICAM	Mailand
16.02. – 18.02.2019	Kabo	Brünn
17.02. – 19.02.2019	Schuh Austria	Brandboxx Salzburg
23.02. – 25.02.2019	Shoes & Bags	MGC Wien
01.03. – 04.03.2019	Première Classe	Paris
17.03. – 18.03.2019	Shoes & Bags Salzburg	Brandboxx Salzburg
24.03. – 25.03.2019	Schuh Order Tage	MGC Wien

TERMINAVISO:

Unsere nächsten Veranstaltungen:

Modeabend mit Kai Jäckel

in der Steinhalle Lannach am 13.03.2019,
ab 19.00 Uhr, *Teilnahme kostenlos!*



Bolognareise vom 08.04.-09.04.2019

Anmeldungen auf Anfrage noch möglich



Unternehmertag 25.04.2019

(Die Details zur Veranstaltung finden
Sie auf Seite 3 dieser Ausgabe)

Teilnahme kostenlos!



Trendinformation für den Einkauf Frühjahr/Sommer 2020,

11.06.2019, Europasaal der Wirtschaftskammer Steiermark

Teilnahme kostenlos!

Scharfe Tage vom 01.08.-03.08.2019



→ Rückfragen und Anmeldungen unter 0316/601 574 oder 308@wkstmk.at

Impressum MODE & FREIZEIT [intern] 1.19

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>