

FACHGRUPPEN-REPORT 2023

Landesgremium Wien Versand-, Internet- und Allgemeiner Handel

INKLUSIVE
GUTSCHEIN- &
SERVICEHEFT



2023

Aktuelle Fördermöglichkeiten

Spezielle Förderungen Ihres Gremiums finden Sie im beigefügten Gutschein- & Serviceheft 2024. Zusätzlich gibt es hier einige Beispiele an österreichweiten Wirtschaftsförderungen.

Informieren Sie sich rechtzeitig und beachten Sie, dass Förderanträge in der Regel vor Projektbeginn bei der Förderungsstelle eingereicht werden müssen. Um den Durchblick im Förderdschungel zu bewahren, helfen Ihnen unsere Expert:innen jederzeit gerne.



wko.at/foerderungen

Hier geht's zur Gesamtübersicht über alle Förderungen.

Geförderte Unternehmensberatung Wien

- ◆ Businessplan & Strategie, Marketing & Vertrieb, Digitalisierung u. v. m.
- ◆ Jungunternehmer:innen/Gründer:innen: € 66,- netto/Beraterstunde
- ◆ Unternehmen (älter als 3 Jahre): € 44,-/Beraterstunde

KMU Digital 3.1

- ◆ Status- und Potenzialanalyse: 80 % Zuschuss halber Tag (max. € 400,-)
- ◆ Strategieberatung: 50 % Zuschuss zweitägige Beratung (max. € 1.000,-)
- ◆ Investitionen in Digitalisierungsprojekte: bis zu 30 % (max. € 6.000,-)

go-international: Digital-Marketing Scheck

- ◆ Warenexport ins Zielland oder Dienstleistungen im Zielland
- ◆ Werbung Suchmaschinen, Social Media & Online-Marktplätze
- ◆ 50 % der nachgewiesenen, förderbaren Nettokosten, max. € 7.500,-

go-international: Sourcing-Scheck

- ◆ Sind Ihre Lieferketten gegen Krisen gewappnet?
- ◆ Beratung zu Sourcing, Lieferverträgen, Absicherung, Finanzierung u. v. m.
- ◆ 50 % der nachgewiesenen, förderbaren Nettokosten, max. € 7.500,-

Weiterbildung von Lehrlingsausbilder:innen

- ◆ Z. B. Pädagogik, Methodik, Didaktik, Persönlichkeitsentwicklung
- ◆ Mindestdauer 8 Std., 75 % der Kurskosten exkl. USt.
- ◆ bis max. € 2.000,- pro Ausbilder:in und Kalenderjahr

AMS-Eingliederungsbeihilfe (Einstellung neues Personal)

- ◆ unter 25 Jahren & seit mind. 6 Monaten arbeitslos
- ◆ mind. 25 Jahre alt & seit mind. 12 Monaten arbeitslos
- ◆ älter als 50 Jahre; akut von Langzeitarbeitslosigkeit bedroht

U-Bahn-Bau Soforthilfe

- ◆ Unternehmen, die vom U-Bahn-Bau U2/U5 betroffen sind
- ◆ Mietzins inkl. Betriebskosten und Erhaltungsbeitrag
- ◆ Förderquote: 50 % Mietkostenzuschuss, 80 % Initiativprojekte

Geschäftsbelebung Jetzt!

- ◆ Einzug in eine Räumlichkeit im EG oder Anmietung für Zwischennutzung
- ◆ Baumaßnahmen, z. B. Einbau von Türen, Fenstern, Elektrobefunde etc.
- ◆ Anschaffung von Anlagen und Maschinen, z. B. Heizung, Fußboden etc.

Öko-Scheck

- ◆ klima- & umweltfreundliche Innovationen schnell & unbürokratisch
- ◆ Gesamtkosten max. € 15.000,-
- ◆ Förderquote 80 % der Kosten, Förderhöhe max. € 12.000,-

Gemeinsame Kreditaktion WK Wien & Stadt Wien

- ◆ max. € 15.500,- für Jungunternehmen (Antragstellung beachten)
- ◆ max. € 13.000,- für bestehende Unternehmen (Antragstellung beachten)
- ◆ Laufzeit 5 Jahre, Verzinsung 1,75 % fix p. a.

Liebe Unternehmerinnen und Unternehmer!

Ich bin stolz, der mittlerweile größten Fachgruppe des Handels in Österreich vorzustehen. Rund 8.000 Mitglieder repräsentieren fast ein Viertel der Wiener Unternehmen. Durch unsere Vielfältigkeit werde ich auch mit den unterschiedlichsten Fragen und Problemen der Wiener Händler:innen konfrontiert. Hier wird immer eine Hilfestellung für Lösungen im Verbund mit der Kollegenschaft in den Branchen sowie mit den Berufszweign Vorsitzenden und den Expert:innen Ihrer Wirtschaftskammer geleistet. Unser tolles Team in der Geschäftsstelle ist immer für Sie da.

Allgemeine und legislative Probleme werden an die Vertretung in der Bundeswirtschaftskammer weitergeleitet und finden dort den Weg zur Regierung. Mitunter bleiben hier unsere Interessen nicht zufriedenstellend gewürdigt.

Was aber immer wichtig und sinnvoll ist, ist das Feedback unserer Mitglieder bzw. eine Schilderung aus der gängigen Praxis, um Missständen in verschiedenen Bereichen entgegenzuwirken. Bringen Sie sich ein, übernehmen Sie Funktionen, besuchen Sie unsere Veranstaltungen und beanspruchen Sie alle Leistungen/Förderungen. An dieser Stelle bedanke ich mich für den regen Zuspruch zu unseren Veranstaltungen im Palais Liechtenstein, im k47.wien und in der Panoramaskenke 2023. Auch 2024 planen wir für Sie tolle Veranstaltungen mit Fachvorträgen sowie zum Netzwerken mit Kolleg:innen aus den unterschiedlichsten Branchen. ◆

Ihr Andreas Popper

Obmann Landesgremium Wien des Versand-, Internet- und Allgemeinen Handels

» Wenngleich wir derzeit mit großen Herausforderungen in unserem Unternehmertum konfrontiert sind, werden wir diese Aufgaben meistern und voller Zuversicht gestärkt aus den Krisen hervorgehen. Unsere Kernkompetenz ist der Schlüssel zum Erfolg!



Andreas Popper, Gremialobmann

Inhalt

4 Allgemeiner Handel

Drei Mitglieder, viel Geschichte und jede Menge Expertise: LA PANTERA, VITAMYND und HIEBINGER.

12 Internethandel

PAUAKIDS – ein Onlineshop für Unisex-Kinderkleidung, fair und ressourcenschonend produziert. Plus: Wie KI den Onlinehandel revolutioniert.

18 Blumengroßhandel

Der BLUMENGROSSMARKT WIEN macht sich ab 2024 mit dem Bau eines Kompetenzzentrums auf in eine neue Ära.

22 Zoofachhandel

Kleiner Shop für kleine Hunde: Aus der Liebe zu Vierbeinern entstand die Mode von MOPSFIDEL am Meidlinger Markt.

26 Altwarenhandel

Bei DIE MÖBELEI dreht sich alles um die Freude am Wohnen und die Erhaltung wertvoller Möbelstücke und Accessoires.

30 Rückblick

BRANCHENEVENTS 2023: Netzwerken, Informationsaustausch und Weiterbildung für den unternehmerischen Erfolg.

Kleine Steine mit großem Wert

Schätze der Welt „made in Austria“ – das ist die Passion von Dr. Masud Malyar und seiner Familie. Seit nunmehr 27 Jahren ist „La Pantera“ am Alsergrund Spezialist für Schmuck und Edelsteine.

? Wieso sind Sie genau in diesem Bereich gelandet?

Dr. Masud Malyar: Ich hatte schon immer eine große Leidenschaft für Edelsteine und Mineralien. Aus dieser Begeisterung heraus hat sich über die Jahre ein Netzwerk von weltweiten Lieferant:innen entwickelt, die auch diese Passion teilen. So ist unser Sortiment gewachsen. Mit dem Zugriff auf qualitativ hochwertige Rohstoffe eröffnete sich die Möglichkeit, diese zu edlen Schmuckstücken zu verarbeiten. Da jeder Stein seine eigene Seele besitzt, gab es nie den Anspruch an Konformität oder Standards im Schmuckdesign. Vielmehr sehen wir uns als Vermittler zwischen der Seele des Steins und der Seele der Trägerin.



Das Team von La Pantera: Dr. Masud Malyar mit seiner Frau Michaela und Sohn Monier sowie der langjährigen Mitarbeiterin Jacqueline Schwarz (rechts).

Wir sind ein magischer Anziehungspunkt für Edelstein- und Mineralienliebhaber:innen.

? Wie hat sich Ihr Betrieb entwickelt?

Ich habe La Pantera 1996 gegründet und das Unternehmen zum führenden Fachgeschäft der Branche aufgebaut. Wir sind ein magischer Anziehungspunkt für Edelstein- und Mineralienliebhaber:innen. Wir bieten ein großes und vielfältiges Sortiment an geschliffenen Steinen, Deko- und Heilsteinen, Rohsteinen und Mineralien aus aller Welt. 2020 haben wir expandiert und ein Juweliergeschäft eröffnet. Wir haben unsere eigene Goldschmiedewerkstatt und sind sehr glücklich, dass unser Sohn Monier heuer die Meisterprüfung zum Goldschmied abgelegt hat. Mit ihm haben wir auch einen ausgebildeten Gemmologen und Diamantexperten im Team. Wir stellen regelmäßig auf internationalen Messen aus, um qualitativ hochwertige Steine einzukaufen, aber auch zu verkaufen und aktuelle Trends zu entdecken.

? Was ist Ihnen bei Ihrer Tätigkeit besonders wichtig?

Unsere Kund:innen stehen an erster Stelle. Wir wollen ihre Wünsche und Bedürfnisse

erfüllen und sie ehrlich und kompetent beraten. In unserem Geschäft haben wir eine große Auswahl an fertigen Schmuckstücken. Soll es ein individuell designtes Schmuckstück werden, so wählen wir gemeinsam mit viel Empathie und hoher Beratungskompetenz den passenden Stein aus und fertigen daraus ein persönliches Schmuckstück. Unsere Kund:innen wissen es zu schätzen, dass wir in den meisten Fällen vom Rohstein bis zum Endprodukt unsere Schmuckstücke in unserer Werkstatt selbst anfertigen. Alle sollen unser Geschäft mit einem Lächeln verlassen.

? Was wünschen Sie sich für die Zukunft Ihres Betriebes?

Wir sind ein Familienbetrieb mit traditionellen Werten wie Zusammenhalt, Vertrauen und Liebe und wünschen uns weiterhin stabil in die Zukunft zu gehen. Wir haben uns von Anfang an zu hochwertiger Qualität, moderaten und vertretbaren Preisen sowie professioneller Beratung verpflichtet. Wir sind stolz darauf, Schätze der Welt „made in Austria“ anbieten zu können. ♦

Hilfe in allen Lebenslagen

Der Antrieb von Dr. Heidi Bernhart, Geschäftsführerin und Inhaberin der „VITAMYND Lebensberatungsgesellschaft m.b.H.“: verbesserte Lebensräume und -umstände für Menschen zu schaffen.

Wir fungieren auch als Plattform für ausgewählte regionale und nachhaltige Produkte.

? Wie sieht Ihr persönlicher Background aus?

Dr. Heidi Bernhart: Als langjährige und erfolgreiche Rechtsanwältin hatte ich täglich mit Schicksalsschlägen zu tun. Bei meiner Arbeit ging es nicht nur um rechtliche Vertretung, sondern auch um Lebenshilfe. Diese Thematik hat mich immer mehr interessiert und wurde zu meiner „Leidenschaft“. Seit 2005 bilde ich Mediator:innen und in weiterer Folge auch Lebensberater:innen unter dem Motto „Mediation mit Herz“ aus.

? Wie und wann kam es zur Gründung Ihres Betriebes?

1990 habe ich die heutige VITAMYND Lebensberatungsgesellschaft m.b.H. gegründet, die anfänglich ausschließlich im Immobilienbereich tätig war. Im Zuge dessen habe ich in Dornbach mit „Heidis Zauberpark“ ein Seminar- und Weiter-

bildungszentrum geschaffen. Zum Handel selbst bin ich durch die persönliche Beschäftigung mit gesunder Ernährung, Mikronährstoffen und komplementären Produkten gekommen.

? Was bieten Sie den Kund:innen, wie wollen Sie den Betrieb noch weiterentwickeln?

2024 wird für uns ein ganz großes Jahr. Neben „Heidis Zauberpark“ in Wien werde ich in Waidhofen an der Thaya, Am Golfplatz 1, mit dem Château Bernhart einen Schwesternbetrieb eröffnen. Mein Team und ich bewegen uns auf eine Forschungsreise, deren Ziel ein sinnerfülltes Leben in Glück und Harmonie ist. Unser in Europa einzigartiges Projekt im wunderschönen Waldviertel zeigt, dass es möglich ist, eine durch massive Eingriffe ökologisch karge Landschaft zu heilen. Ein Permakultur-Park wird zum Refugium für Pflanzen,



Die ehemals erfolgreiche Rechtsanwältin Dr. Heidi Bernhart gründete VITAMYND vor nunmehr 33 Jahren.

Tiere und Menschen. Zusätzlich fungieren wir als Plattform für ausgewählte regionale und nachhaltige Produkte. Aus diesen Produkten werden zum Beispiel Salben, Öle, Tees usw. produziert, welche natürlich heilend wirken.

? Was ist Ihre Philosophie?

Mir ist es wichtig, mit meinen Aktivitäten verbesserte Lebensräume und -umstände für Menschen zu schaffen. Dabei bin ich davon überzeugt, dass ein harmonisches Leben in Einklang mit Pflanzen, Tieren und Menschen glücklich macht und damit auch eine gute Grundlage für wirtschaftliches Handeln bietet. Auf dieser Basis lassen sich viele Probleme, mit denen wir heute konfrontiert sind, lösen. ◆

FOTO: BUBU DUMJIC

Viel Grünes für drinnen

Mag. Wolfgang Hiebinger und seine „HIEBINGER GmbH“ sorgen durch Innenraumbegrünung für ein gesundes Raumklima und Wohlbefinden. Und das seit vielen Jahren.

? Wie sind Sie zu dieser Branche gekommen?

Mag. Wolfgang Hiebinger: Ich habe ein Wirtschaftsstudium absolviert und in der Freizeit in den beiden Geschäften meiner Eltern, einem Tierhandel und einem Betrieb für Gartenbedarf, ausgeholfen. Beim zweiten Bereich bin ich auf Hydrokulturen gestoßen, das hat mein Interesse geweckt. Den heutigen Betrieb habe ich vor über 30 Jahren gegründet. Ich habe mich fortgebildet, Seminare über Pflanzen besucht und mich auf Innenraumbegrünung vor allem mit Hydropflanzen – für Büros, aber auch für private Wohnräume – spezialisiert. Außerdem haben wir ein immer gut gefülltes Pflanzen- und Gefäßlager im 10. Bezirk.

? Was ist das Besondere an Ihrer Tätigkeit?

Mich faszinieren die Nutzungsmöglichkeiten von Pflanzen in Räumen und die dadurch

Bei jedem Büroplanungskonzept sollte die Grünplanung frühzeitig miteinbezogen sein.



Seit rund 40 Jahren beschäftigt sich Mag. Wolfgang Hiebinger mit Pflanzen, insbesondere mit Hydrokulturen.

erzielte positive Auswirkung auf die Gesundheit und das Wohlbefinden von Menschen. Wie Studien belegen, macht das Grün leistungsfähiger, motivierter und auch weniger anfällig für Krankheiten. Hinzu kommen die Verbesserung der Luftqualität und die Lärmreduzierung. Die Arbeit mit Pflanzen ist ungemein spannend, wir haben es hier mit einem lebenden Produkt zu tun. Bei jedem Büroplanungskonzept sollte die Grünplanung frühzeitig miteinbezogen sein.

? Was zeichnet Ihren Betrieb aus?

Die Kund:innen erhalten bei uns, neben Zuverlässigkeit und Termintreue, eine Langlebigkeit der Pflanzen und eine Topqualität. Wir schauen uns jeden Standort bei einem neuen Projekt ganz genau an und passen unsere Konzepte individuell an die jeweiligen Lichtbedingungen an. Zur umfassenden Beratung gehören natürlich auch die Hinweise zur Pflege. Qualität zu bieten, heißt nicht nur, die entsprechenden Produkte zu lie-

fern, sondern auch die geeigneten Mitarbeiter:innen zu haben: Wir beschäftigen nur ausgebildete Gärtner:innen.

? Was sind aktuelle Trends in der Innenraumbegrünung?

Da gibt es zum einen das Gestalten mit Moos. Es handelt sich um natürliches Moos, das mit einer umweltfreundlichen abbaubaren Präparierflüssigkeit behandelt wird. Mooswände sind absolut wartungsfrei und bedürfen nur einer Luftfeuchtigkeit von minimal 30 Prozent. Das braucht keine Pflege, benötigt weder Wasser noch Licht. Durch die Verwendung verschiedenster Moosarten ist jedes Produkt einzigartig. Zum anderen sind sogenannte „Living Walls“, grüne natürliche Wände, angesagt. Diese schaffen wir mit unserem „NextGen System“ mit Hydropflanzen, das einfach zu montieren und auf alle Wandgrößen anpassbar ist. Living Walls sind der perfekte Blickfang für eine gesunde, besondere und entspannte Atmosphäre. ◆



FOTO: ADOBE STOCK/MISTERVLAD

Wir stehen für Vielfalt

So vielfältig die Handelslandschaft auch sein mag, so mannigfaltig sind unsere Wege zum Erfolg. Wir geben tagtäglich unser Bestes, um Sie optimal zu unterstützen.

Das Jahr 2023 stellte uns vor riesige Herausforderungen wie explodierende Energiekosten, hohe Mieten, hohe Inflation, Lieferengpässe und hohe Preise in der Erzeugung und der Logistik – um nur einiges beispielhaft anzuführen. Alle Branchen sind hiervon mehr oder weniger betroffen, liegen die Ursachen ja in der Globalisierung und den

weltweiten Kriegen und anderen Krisen. Der Handel sollte sich diese Abhängigkeit vor Augen führen und die Möglichkeiten einer Neuorientierung erwägen. Geschäftsmodelle und Businesspläne sind einem „Reset“ zu unterziehen und auf ihre Zukunftstauglichkeit zu analysieren. Strukturen, Verkaufsstrategien und das Marketing sind anzupassen. Die Schnell-

lebigkeit der Wirtschaft ist ganz sicher ein Faktum und erfordert eine Reaktion stationär wie online.

Viele Wege zum Erfolg

Individuelle und maßgeschneiderte Konzepte sind gefragt. Will ich nur stationär tätig sein? Möchte ich zusätzliche Dienstleistungen anbieten? Will ich online

Ob Ihr Handel stationär oder online stattfindet – unser Angebot für Kurse, Beratungen, Förderungen etc. umfasst alle Bereiche.

präsent sein/einen Webshop betreiben? Möchte ich omnichannel-präsent sein? Kann ich meine Regionalität und Nachhaltigkeit steigern oder sogar zu meinem Markenzeichen machen? Wie mache ich meinen Betrieb sichtbar? Was sind meine unvergleichlichen Assets? Welche neuen Tools kann ich für meinen Betrieb sinnvoll anwenden? usw.

Bei allen Antworten bzw. Konzepten ist die Authentizität jedoch das Wichtigste. Der Tätigkeitsbereich muss Spaß machen und das Team muss sich mit dieser Geschäftsphilosophie identifizieren können. Schnelligkeit in der Umsetzung von neuen Geschäftsfeldern ist förderlich für den Erfolg.

Immer für Sie da

Ihre Interessenvertretung mit den vielen Expert:innen unterstützt Sie durch Hilfestellung. Ein reichhaltiges Förderangebot umschließt die Leistungen Ihrer Wirtschaftskammer. Zu Ihrer Entlastung wurde auch die Grundumlage in unserer Fachgruppe deutlich gesenkt. ◆

Gutschein- & Serviceheft 2024

Mit diesem Jahresreport haben Sie auch unser brandaktuelles Gutschein- und Serviceheft 2024 erhalten. Hier finden Sie zahlreiche Vorteile, unter anderem:

- ◆ Lehrlingsbonus 2023/24
- ◆ Förderung Gesundheitsvorsorge
- ◆ Förderung Erste-Hilfe-Kurs
- ◆ WIFI-Lehrgänge Onlineshop & Marketing
- ◆ Unternehmensberatung & Betriebshilfe
- ◆ E-Commerce-Führerschein & -Rechtsberatung
- ◆ Förderung Rechtshilfepaket in Höhe von 750 Euro
- ◆ Weiterbildungsförderungen
- ◆ Förderung Digitalisierung – Internet – Homeoffice
- ◆ Förderung für KI-basierte Anwendungen



FOTO: WEINWURM

» Jetzt erst recht! Es ist einfach, bei gutem Wind zu segeln. Hissen wir die Segel bei schlechtem Wind, um uns von gutem Wind „beflügeln“ zu lassen.

Andreas Popper, Obmann Landesgremium Wien



T +43 1 51450 3283, E allgemeiner-handel@wkw.at
www.wko.at/wien/allgemeiner-handel

Kindermode ohne Klischees

Seit Ende 2020 betreibt Mag.^a Cornelia Aigenberger, MA, mit „pauakids“ einen Onlineshop für Unisex-Kinderkleidung, die mitwächst. Diese ist fair und ressourcenschonend produziert – und inklusiv.

? Wie kam es zur Gründung von pauakids?

Mag.^a Cornelia Aigenberger, MA: Ich komme eigentlich aus dem Kommunikationsbereich, Projekt- und Eventmanagement. Während meiner Schwangerschaft habe ich mich mit geschlechtsneutraler Kindermode auseinandergesetzt. Im Oktober 2020 habe ich dann pauakids gegründet und meinen ersten Webshop lanciert. Die erste Kollektion folgte im Sommer 2021. Ein Jahr lang habe ich den Onlineshop auf WordPress betrieben, dann jedoch auf die benutzerfreundliche E-Commerce-Plattform Shopify umgestellt.

? Wie ist die Entwicklung des Webshops gelaufen?

Das erste Jahr war ein Versuchsjahr, ich habe in dieser Zeit mit meinem ersten Webshop wahnsinnig viel gelernt. Dann habe ich den Experten Thomas Leskowsky kennengelernt und den E-Commerce-Füh-

erschein der WK absolviert. Das war die Initialzündung, er hat mir sehr geholfen und mein Business weitergebracht. Ich konnte Fehler im Laufe der Zeit beheben, alles hat viel besser funktioniert. Gerade im letzten Jahr habe ich wirklich viel probiert – was geht gut, was nicht – und weiter optimiert, zum Beispiel in puncto SEO oder Google Ads. Ich bin crossmedial tätig. 2023/24 habe ich einen SEO-Schwerpunkt gesetzt, um für weiteres Wachstum zu sorgen. Ich werde auch meine Person mehr in den Vordergrund stellen. Mittlerweile bin ich sehr zufrieden, der Onlineshop läuft immer besser und besser.

? Welche Philosophie steckt hinter Ihrem Tun?

Gerade im Bereich der Kindermode gibt es nach wie vor noch viele Stereotype. Ich habe ein Unisex-Label, um Kinder darin stärken, so zu sein, wie sie eben sein wollen; unabhängig von den traditionellen



FOTO: BUBU DUMJIC

Mehr Power für Kids:
Mag.^a Cornelia Aigenberger, MA,
schafft nachhaltige Kinderkleidung
ohne Stereotype.

Geschlechterklischees. Mit meinen Kollektionen, meinen Motiven will ich eine starke Alternative zur gängigen Kinderkleidung bieten. Mode von pauakids ist inklusiv und divers: Sie bezieht alle Geschlechter mit ein, Kinder mit Behinderungen, People of Color. Das war mir von Anfang an wichtig.

? Wie entsteht eine Kollektion?

Die Ideen für die Kollektionen kommen von mir. Irgendwann habe ich ein Thema im Kopf. Aus meinen Gedanken entwickle ich ein Konzept und die Figuren für die Motive, die sich etwa um Natur oder Schule drehen. Danach kommt mein starkes Team ins Spiel. Ich arbeite mit einer Modedesignerin zusammen, die auf Nachhaltigkeit spezialisiert ist und sehr viel Erfahrung mitbringt. Die Motive werden dann von Kinderbuchillustratorinnen gestaltet. Ein besonderes Projekt läuft aktuell: Ich arbeite an der Umsetzung eines Hörspiels. Dafür habe ich einige Kinder eingebunden, die haben mir quasi das Skript für die Geschichte geliefert, welche dann über einen QR-Code auf der Kleidung abspielbar sein wird. ◆

Mit meinen Kollektionen will ich eine starke Alternative zur gängigen Kinderkleidung bieten.

Wir sind digital fit

Wir stehen vor großen Herausforderungen, die sich auch im Jahr 2024 fortsetzen werden. Die steigenden Energiekosten und die sinkende Kaufkraft stellen uns vor enorme Aufgaben, die nicht nur den stationären Handel, sondern auch den Onlinehandel betreffen.

Im Jahr 2024 werden wir verstärkt monetäre Unterstützung für die Verwendung von KI-Tools anbieten.

Die Konsument:innen überlegen heute genau, wie sie ihr Geld ausgeben, und das macht sich bemerkbar. Um in dieser Zeit erfolgreich zu sein, ist es von entscheidender Bedeutung, den Kund:innen das richtige Angebot zur richtigen Zeit zu präsentieren. Marketing in all seinen Formen und Kanälen spielt dabei eine Schlüsselrolle. Doch auch die Präsentation unserer Produkte im Onlinebereich, unser gesamter Onlineauftritt und vieles mehr tragen dazu bei, das Vertrauen unserer Kund:innen zu gewinnen.

Wissen ausbauen

Wir haben erkannt, dass Weiterbildung ein entscheidender Faktor für unseren Erfolg ist. Deshalb setzen wir auf eine Weiterbildungsoffensive, die Ihnen in Form von Webseminaren und Bildungsgutscheinen

FOTO: ADOBE STOCK/STOKKETE



Ein ansprechender Onlineauftritt und Marketing auf allen Kanälen sind essenziell, um Kund:innen zu gewinnen.

helfen soll, Ihr Wissen auszubauen. Im Jahr 2024 werden wir verstärkt monetäre Unterstützung für die Verwendung von KI-Tools anbieten und weitere Webseminare zu diesem Thema organisieren. Unser neues Gutscheinheft enthält verschiedene Weiterbildungsangebote, um Sie zu fördern und zu unterstützen. Darüber hinaus möchten wir auf unsere erfolgreiche Webseminar-Serie „digital fit!“ hinweisen, die von externen Spezialist:innen geleitet wird. In diesen Veranstaltungen erhalten unsere Mitglieder Spezialwissen zu verschiedenen Themen unserer Branche, darunter rechtliche Aspekte, Vermeidung von Abmahnungen, Google-Tools, Webseitenoptimierung, Marketing, steuerliche Belange und mehr. Sie können die Aufzeichnungen und Folien auf unserer Website abrufen.

Gerne für Sie da

Persönlich stehe ich Ihnen auch gerne über Calendly für Gespräche und Beratungen zur Verfügung.



Beratung mit dem Berufszweiggewerkschaftsvorsitzenden KommR Ing. Ernst Steininger

Beratungsgespräche mittels Google Meet ab sofort online buchbar.

Auch im Jahr 2024 wird die Webseminar-Serie „digital fit!“ fortgesetzt, und ich ermutige Sie, hier und an all unseren Fortbildungsmaßnahmen und Veranstaltungen teilzunehmen, um Ihr Wissen zu erweitern und auf dem neuesten Stand zu bleiben. So planen wir zum Beispiel, unsere E-Commerce-Frühstücke beizubehalten und wieder E-Commerce-Abendevents zu veranstalten. Das diesjährige Event im Oktober im k47.wien mit dem Thema „Künstliche Intelligenz im Fokus: Chancen, Risiken und Innovationen für die Zukunft des E-Commerce und der Cybersicherheit“ war ein voller Erfolg. Gemeinsam können wir die Herausforderungen meistern und das Potenzial des E-Commerce im Jahr 2024 voll ausschöpfen. ♦

Rückblick & Ausblick

2023 haben wir zahlreiche Gespräche und Beratungen mit unseren Mitgliedern geführt. Unsere „digital fit!“-Serie war ein großer Erfolg, und unsere Förderungen wurden rege in Anspruch genommen (unter anderem Unternehmensberatung, Betriebshilfe bei Krankheit, Förderung für Rechtstexte und die überarbeitete E-Commerce-Rechtsfibel).

Für 2024 begegnen wir aktiv den neuen Herausforderungen wie Künstlicher Intelligenz, Nachhaltigkeit, mobiles Einkaufen, Datenschutz und Cross-Border-E-Commerce, um unsere Mitglieder optimal zu unterstützen.



FOTO: WEINWURM

» **Kund:innen das richtige Angebot zur richtigen Zeit bieten – das ist der Schlüssel zum Erfolg im E-Commerce.**

KR Ing. Ernst Steininger, Vorsitzender Berufsgruppe Internethandel



T +43 699 19501022, E allgemeiner-handel@wkw.at
www.wko.at/wien/allgemeiner-handel

Revolutionierung des Onlinehandels

Künstliche Intelligenz (KI) hat in den letzten Jahren eine rasante Entwicklung erlebt und ist zu einem unverzichtbaren Bestandteil in vielen Branchen geworden. Wie KI den Onlinehandel revolutioniert, verbessert und zukünftig prägen wird, hat Ernst Steinger mit Unterstützung von ChatGPT zusammengefasst.

Um KI im E-Commerce voranzutreiben, bieten wir umfassende Unterstützung: von Bildungsangeboten bis zu einem speziellen Förderprogramm. Kontaktieren Sie uns!

◆ 1. Personalisierung: der Schlüssel zur Kundenbindung

– Die Fähigkeit der KI, riesige Mengen an Daten zu analysieren, ermöglicht eine nie dagewesene Personalisierung im E-Commerce. Onlineshops können durch KI-Algorithmen die Präferenzen und das Verhalten ihrer Kund:innen besser verstehen. Daraus resultiert eine maßgeschneiderte Kundenerfahrung, bei der Produktempfehlungen, Marketingkampagnen und sogar die Navigation auf der Website individuell auf die einzelnen Kund:innen abgestimmt sind. So entsteht ein Einkaufserlebnis, das nicht nur den Umsatz steigert, sondern auch die Kundenzufriedenheit erhöht.

◆ 2. Intelligente Lager- und Bestandsverwaltung – Durch den Einsatz von KI im Lagermanage-

ment und in der Logistik können Prozesse optimiert und Kosten gesenkt werden. KI-Systeme sind in der Lage, Verkaufstrends zu analysieren und Vorhersagen über den zukünftigen Bedarf zu treffen. Dies ermöglicht eine effizientere Lagerhaltung, minimiert Überbestände und reduziert Lieferengpässe. Eine solche Optimierung der Lieferkette führt zu einer gesteigerten Effizienz und Kundenzufriedenheit.

◆ 3. Verbesserte Kundenservice-Erfahrungen

– KI-gesteuerte Chatbots und virtuelle Assistenten sind mittlerweile in vielen Onlineshops präsent. Sie bieten rund um die Uhr Kundensupport, beantworten Fragen, helfen bei Problemen und führen sogar durch den Kaufprozess. Diese Technologien

bieten nicht nur einen schnellen und effizienten Service, sondern sammeln auch wertvolle Daten über Kundenanfragen und -präferenzen.

◆ 4. Optimierung der Such- und Kaufprozesse

– KI-Technologien können Suchalgorithmen so verfeinern, dass Kund:innen schneller und effektiver das finden, wonach sie suchen. Visual Search, bei der Kund:innen Fotos hochladen können, um ähnliche Produkte zu finden, ist ein gutes Beispiel dafür. Ebenso können Kaufprozesse durch KI unterstützt werden, indem beispielsweise Betrugsversuche erkannt und verhindert werden.

◆ 5. Zukünftige Entwicklungen und Potenziale

– Die Zukunft der KI im E-Commerce sieht vielversprechend aus. Wir können eine Weiterentwicklung der personalisierten Kundenerfahrungen, eine noch genauere Vorhersage von Konsumentenverhalten und innovative Lösungen in der Lieferkette erwarten. Es ist auch denkbar, dass KI in der Produktentwicklung eine größere Rolle spielen wird, indem sie Kundenfeedbacks analysiert und diese dann verwertet.



Dieses Bild wurde mit dem Bildgenerator DALL-E von Ernst Steinger erstellt. Nur eine der unendlichen Möglichkeiten der KI.

◆ 6. **Artikeltext-Generierung: inhaltliche Revolution** – KI-Systeme sind in der Lage, produktbezogene Texte automatisiert zu generieren. Diese Texte können für Produktbeschreibungen, Blogbeiträge oder sogar für SEO-optimierte Inhalte verwendet werden. Die KI lernt aus bestehenden Daten und kann so Inhalte erstellen, die nicht nur relevant und informativ, sondern auch auf die Zielgruppe und Suchmaschinen zugeschnitten sind.

◆ 7. **Bildoptimierung und -gestaltung: visuelle Innovation** – Im E-Commerce ist das visuelle Erscheinungsbild von Produkten entscheidend. KI kann hierbei unterstützen, indem sie Bildmaterial optimiert, etwa durch Anpassung von Helligkeit, Kontrast oder Farbsättigung. Außerdem kann KI neue Bilder kreieren oder bestehende Bilder verändern, um sie ansprechender oder relevanter für spezifische Kundensegmente zu machen.

◆ 8. **Kampagnenentwicklung: Zielgerichtete Marketingstrategien** – KI ermöglicht eine datengetriebene Ent-

wicklung und Planung von Marketingkampagnen. Sie kann helfen, die richtigen Zielgruppen zu identifizieren, den optimalen Zeitpunkt für Kampagnen zu bestimmen und personalisierte Inhalte zu kreieren. Dies führt zu effektiveren Marketingstrategien und einem höheren Return of Investment (RoI).

◆ 9. **Übersetzung von Produkttexten: globale Reichweite** – Ein weiterer Vorteil der KI im E-Commerce ist die Fähigkeit, Produktbeschreibungen und andere Texte in verschiedene Sprachen zu übersetzen. Dies ermöglicht es Onlineshops, global zu agieren und Kund:innen in ihrer Muttersprache anzusprechen, was wiederum die Kundenzufriedenheit und das Vertrauen erhöht.

◆ 10. **Verbale Beratung durch KI: Zukunft der Kundeninteraktion** – In der Zukunft könnte KI auch verbale Beratungen anbieten. Durch fortschrittliche Spracherkennungs- und Verarbeitungstechnologien könnte KI individuelle Beratungsgespräche führen, auf Kundenfragen reagieren und Empfehlungen aussprechen, ähnlich menschlichen Verkaufsberater:innen. ◆

Das grüne Paradies

Der Blumengroßmarkt Wien macht sich auf in eine neue Ära: Ab 2024 entsteht hier ein Kompetenzzentrum für Blumen, Pflanzen und Zubehör mit internationalem Format.

**Der Blumen-
großmarkt
kann auf eine
lange, fast
100-jährige
Geschichte
zurück-
blicken.**

Frische und qualitativ hochwertige Blumen und Pflanzen von 55 Produzent:innen, vorwiegend aus Wien, Niederösterreich und der Steiermark, – und das auf einer Fläche von 1,5 Hektar – machen den Blumengroßmarkt Wien zu einem grünen Paradies und Vermarktungsmittelpunkt in Österreich.

Für alle(s) da

Dass auf dem Marktgelände alles reibungslos über die Bühne geht, dafür sorgt übrigens die Marktgemeinschaft Blumengroßmarkt Wien, die nicht nur die Interessen ihrer Mitglieder vertritt, sondern das Marktgeschehen genau beobachtet, um es zu verbessern. 2022 wurde zudem die BGM Blumengroßmarkt Wien Betriebs-GmbH gegründet, die für alle Werbetätigkeiten ver-



FOTO: ULRICH HANTSCH

Eine Riesenauswahl auf einer Fläche von 1,5 Hektar: Dafür steht der Blumengroßmarkt Wien in der Laxenburger Straße.

antwortlich zeichnet und die Kund:innen über wichtige Ereignisse sowie Angebote informiert.

Ein Blick zurück

Der Blumengroßmarkt kann auf eine lange Geschichte zurückblicken: Begonnen hat alles vor fast 100 Jahren, als im Jahr 1926 auf dem Gelände der Gartenbaugesellschaft der erste Zentralmarkt für Gärtner:innen, Florist:innen und Blumengroßhändler:innen entstand. Die Kriegswirren und die Besatzung machten die Verlegung notwendig, doch dank des Betreibens einiger Wiener Gärtner:innen, die sich zur Marktgemeinschaft Blumengroßmarkt Wien zusammengeschlossen hatten, wurde 1952 von der Stadt Wien ein zentraler Vermarktungsort für Blumen und Pflanzen am Phorusplatz im 4. Bezirk eröffnet.

Als die Phorushalle zu klein für das stetig wachsende Blumen- und Pflanzenangebot wurde, fand sich auf dem Gelände des Großgrünmarkts der ideale Standort. Am 26. November 1969, nach nur sieben Monaten

Bauzeit, war es endlich so weit, und der Blumengroßmarkt Wien feierte mit einer Fläche von 3.500 Quadratmetern seine Eröffnung. 1987 wurde die Verkaufshalle um das Doppelte vergrößert, 15 Jahre später, 2002, kamen zwei Ladehallen, inklusive Kühlräume, und 170 Kfz-Stellplätze dazu.

Eine neue Ära beginnt

Doch damit nicht genug: Denn ab 2024 wird am Blumengroßmarkt Wien ein neues Kapitel aufgeschlagen, wenn der Spatenstich für den Bau einer neuen Blumenhalle mit einem noch besseren und größeren Sortiment an Pflanzen im Baumschul- und Staudenbereich erfolgt. Nachhaltigkeit und Modernisierung stehen dabei im Fokus – ebenso wie das Ziel, mit dem Neubau ein internationales Kompetenzzentrum zu etablieren, in dem Produzent:innen sowie Händler:innen aus Wien, Niederösterreich, dem Burgenland und der Steiermark sowie viele weitere Anbieter:innen Blumen, Pflanzen und Zubehörartikel offerieren werden. ◆



FOTOS: ULRICH HANTSCH



Stärke der Branche: Florale Produkte sind mit einem überaus positiven Image behaftet.

Wir machen Menschen glücklich

Herausfordernde Zeiten brauchen Vertrauen in die eigenen Stärken. Und das haben wir im Blumengroßhandel definitiv.

Wir hatten uns darauf eingestellt, dass die Welt nach der Corona-Pandemie vor einem Neustart stehen würde. Dass mit Energiekrise, Lieferengpässen und Inflation neue Herausforderungen vor uns stehen, war nicht abzusehen. Eine Situation, welche die Verbraucher:innen verunsichert und die Wirtschaft belastet, ebenso wie unsere Branche.

Dem steht entgegen, dass unsere floralen Produkte dank der guten Medienarbeit mit einem überaus positiven Image behaftet sind. Gerade in herausfordernden Situationen sind es Blumen und Pflanzen, die bei den Menschen positive Gefühle hervorrufen – und davon kann man in schwierigen Zeiten nicht genug haben. Es gilt, dies weiter auszubauen und die Stärken der Branche sowie unsere Produk-

te und deren nachhaltige Produktion noch mehr hervorzuheben.

Neues Kompetenzzentrum

2024 bedeutet für den Blumengroßhandel in Österreich den Beginn einer neuen Ära: Denn mit dem Neubau der Blumenhalle wird am Blumengroßmarkt Wien ein modernes, nachhaltiges Kompetenzzentrum für Blumen

und Pflanzen errichtet, das auch internationale Beachtung finden wird. Produzent:innen sowie Händler:innen aus Wien, Niederösterreich, dem Burgenland und der Steiermark werden hier gemeinsam ihre Qualitätsprodukte anbieten, und die Kund:innen des Blumengroßmarkts dürfen sich auf ein neues Einkaufserlebnis freuen. ◆

Zusammenarbeit als Erfolgsfaktor

Nur gemeinsam gelingt, was als Einzelkämpfer:in undenkbar scheint, denn nur dann schafft man auch Einzigartiges. Ich möchte mich daher als Funktionärin in der Wirtschaftskammer Wien beim ganzen Team des allgemeinen Handels, bei meinen Berufsspartenkolleg:innen im Ausschuss und vor allem bei unseren Blumengroßhandelsmitgliedern in der Wirtschaftskammer Wien ganz herzlich für die ausgezeichnete Zusammenarbeit bedanken; verbunden mit der Hoffnung, dass wir uns im nächsten Jahr auf gute florale Geschäfte freuen dürfen.

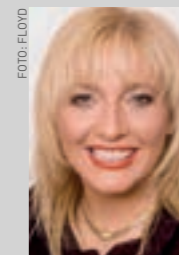


FOTO: FLOYD

» Wir haben den Vorteil, mit Produkten zu handeln, die ausschließlich positive Gefühle hervorrufen.

KR Mag.ª Monika Burket,
Vorsitzende Berufsguppe
Blumengroßhandel



T +43 1 51450 3224, E allgemeiner-handel@wkw.at
www.ihr-florist.at

Auf den Hund gekommen

Kleiner Shop für kleine Hunde: Die gelernte Hutmachermeisterin Karin Bergmayer hat aus ihrer Liebe zu Vierbeinern eine Marke gemacht und ist mit „Mopsfidel“ am Meidlinger Markt vertreten.

? Wie ist die Idee zu Mopsfidel entstanden?

Karin Bergmayer: Ich bin eigentlich Hutmachermeisterin und produziere seit jeher alles selbst. Dieses Standbein gibt es nach wie vor. Vor 13 Jahren haben wir uns einen Mops zugelegt. Ich habe gemerkt, dass dieser Hund etwas zum Anziehen braucht. Möpfe sind halt Hunde mit einer ganz besonderen Figur. Ich habe dann einiges probiert und nach dem idealen Schnitt gesucht. Durch meinen Mode-Background ist mir das nicht schwergefallen. Es hat mir Spaß gemacht, und so habe ich dann die Firma gegründet und mich auf Mode für kleinere Hunde spezialisiert.

? Was bieten Sie Besitzer:innen und ihren Hunden?

In meinem kleinen Shop betreue ich die Tiere wie in einem Maßatelier. Neben der Mode wie Strickpullover oder Mäntel habe ich etwa auch spezielle Ledermaulkörbe

für „Flachschnauzler“ entwickelt. Ich fertige zudem Halsbänder und Hundegeschirre. Ich habe mich vor allem damit beschäftigt, wie man dem Hund den Mantel schnell ausziehen und dabei das Geschirr anlassen kann. Mit der Zeit sind immer neue Kollektionen entstanden, beispielsweise „Bello Flanello“ oder „S0000 Wild“ – im Leopardmuster! Ich bin von meinem Naturell her Künstlerin: Egal, was ich mache, ich liebe es humorvoll und extravagant, ich produziere Kleinstserien und Einzelstücke.

? Ist Mopsfidel inzwischen Ihr Hauptstandbein?

Meinen Hutsalon habe ich bereits seit über 30 Jahren, das Geschäft mit den Hunden hat sich halt so ergeben. Mittlerweile wende ich eigentlich schon mehr Zeit für Mopsfidel als für die Hüte auf. Die Produktion neuer Kreationen nimmt sehr viel Zeit in Anspruch. Der Hutsalon ist ein Atelier, das nur gegen Voranmeldung geöffnet ist.

Egal, was ich mache, ich liebe es humorvoll und auch extravagant.



FOTO: BUBU DUMJIC

Ein Herz für kleine Hunde und ganz viele modische Ideen: Karin Bergmayer in ihrem Shop am Meidlinger Markt.

Mit Mopsfidel bin ich seit sechs Jahren auf dem Meidlinger Markt vertreten, das ist ein idealer Standort, denn dort kann man auch in Hundebegleitung einkaufen.

? Worauf legen Sie Wert und was planen Sie für die Zukunft?

Ich mache alles allein. Einen Onlineshop habe ich nicht, eine Website schon. Ich produziere alles in meiner Werkstatt oder nahe es direkt im Stand. Unsere Wohnung befindet sich im selben Haus wie mein Hutsalon, ich kann den Markt fußläufig erreichen, nachhaltiger geht es im Grunde nicht. Das Thema ist mir überhaupt wichtig, die Leckerli und das Futter kommen aus kleinen Manufakturen in Österreich und alles ist regional. Sehr beliebt sind meine Biokekse. Die passen auch zu meinen Outfits – alles handgemacht. Es macht wirklich großen Spaß, weil ich Hunde eben sehr gerne habe. Mopsfidel entwickelt sich immer noch weiter. Deshalb werde ich, trotz meines Pensionsalters, weitermachen, solange ich Freude dabei empfinde. ◆

Wir handeln den Tieren zuliebe

Ein großes Danke an alle Händler:innen für ihren Einsatz. Jeden Tag sind wir für Tiere da. Jeden Tag helfen wir den Halter:innen, um das Wohlergehen der Heimtiere zu gewährleisten.

Gemeinsam erreichen wir wirkliche und praxistaugliche Novellierungen im Tierschutz.

Fünf Millionen Heimtiere werden vom österreichischen Zoofachhandel versorgt. Jeder zweite Haushalt pflegt zumindest ein Haustier. Tausende Kund:innen vertrauen täglich auf die Fachkompetenz in den Zoofachgeschäften. Unsere Ausbildung und die geltenden Gesetze und Rahmenbedingungen sind weltweit beispielhaft. Unsere Branche genießt breite Anerkennung in puncto Standards des Tierschutzes und der Haltungsverordnungen. Die wertvollen psychosozialen Aspekte für die Gesellschaft sind bekannt, gut erforscht und unumstritten.

Dauerthema Tierschutz

Seit Jänner dieses Jahres sind wir nun mit einer Novelle des Tierschutzgesetzes befasst. Leider wurden wir in diesen Entstehungsprozess nicht von Anfang an pro-



Österreichs Zoofachhändler:innen haben ihren Beruf zur Berufung gemacht.

aktiv einbezogen, um durch unsere Expertise praktische und fachliche Verbesserungen von Beginn an einarbeiten zu können. Seit nunmehr neun Monaten bin ich mit meinem Team unermüdlich im Einsatz, um die geplante Novelle in der ursprünglichen Form zu verhindern. Unzählige Briefe sowie Telefonate für die Durchsetzung der Interessen des Zoofachhandels, E-Mails und viele Besuche bei den politischen Parteien und im Bundesministerium prägten in den letzten Monaten meinen Alltag. Sicher ist: Es werden neue Bestimmungen kommen, da diese im Regierungsprogramm verankert sind und in einem Entschließungsantrag beschlossen wurden. Wir arbeiten mit Nachdruck daran, diese Bestimmungen sinnvoll, fachlich fundiert und möglichst tragbar zu halten. Wir haben Rechtsstudien und wissenschaftliche Stellungnahmen zu Positivliste und Wildtierverbot in Auftrag gegeben, um

den Informationsgehalt auf Sachebene deutlich zu erhöhen und um dadurch zur Erstellung einer für Tier und Mensch sinnvollen Novelle beizutragen. Sobald Ergebnisse vorliegen, werden wir Sie informieren.

Ein großes Danke

Anderen Stakeholder:innen wie Zoolog:innen, Tierärzt:innen, Zuchtverbänden usw. möchte ich für deren außergewöhnliche Unterstützung danken. Der Zusammenhalt quer durch die verschiedenen Interessengruppen hinweg hat uns bei den Regierungsparteien Gehör verschafft und unsere Mitwirkung erzwungen. Das war in der Vergangenheit nicht so und zeigt, dass Zusammenhalt und gemeinsames Wirken zielführend sind. Somit erreichen wir wirkliche und praxistaugliche Novellierungen im Tierschutz. Dahingehend bedanke ich mich bei allen für die großartige Unterstützung. ♦

Unsere Leistungen 2023 (Auszug)

- ◆ Branchenmarketing mit u. a. Gratisbezug von Baumwolltaschen, Jahresplanern usw.
- ◆ Gratisbezug des zoologischen Zentralanzeigers
- ◆ Übermittlung von Lehrunterlagen an Auszubildende in den Berufs- und Fachschulen
- ◆ Gratis-Zusendung des Buches „Verkaufstraining für den Zoofachhandel“
- ◆ Entscheidende Einflussnahme TSchG
- ◆ Fachveranstaltungen (z.B. Zootreff)
- ◆ Entwicklung des Gütezeichens „tierschutzgeschulter Verkäufer“ (mit Vetmeduni)
- ◆ Intensive Kooperation mit anderen Stakeholder:innen
- ◆ Initiative zum Heimtierhalterverband



FOTO: WEINWURM

» Wir sind die erste Anlaufstelle bei allen Fragen zu Heimtieren und sind kompetente Partner:innen bei allen Themen rund um Haltung, Pflege und Tierschutz.

Andreas Popper, Vorsitzender Berufsgruppe Zoofachhandel



T +43 1 51450 3224, E allgemeiner-handel@wkw.at
www.zoofachhandel.at

Möbel, Design und Farbe

Bei Mag.^a Timea Oberwagner und ihrer „Die Möbelei“ dreht sich alles um die Freude am Wohnen und die Erhaltung wertvoller Möbelstücke und Accessoires. Dabei dauerte es, bis sie ihre Berufung gefunden hatte.

? Waren Sie immer schon im Altwarenhandel tätig?

Mag.^a Timea Oberwagner: Ich bin eine Quereinsteigerin. Ich komme eigentlich aus der Immobilienwirtschaft, habe Wirtschaft, Germanistik und Immobilienmanagement studiert und elf Jahre lang in der Branche gearbeitet – doch ich bin dann irgendwann scharf abgebogen. Ich habe mir gedacht, ich könnte doch das machen, was ich als Kind schon gerne gemacht habe: nämlich alte Dinge retten, mich mit ihnen auseinandersetzen. An einem Sommertag war ich auf dem Dachboden meiner Eltern, um zu schauen, was es dort gibt. Ich habe einen alten Sessel entdeckt und dann versucht, ihn zu beziehen. Das hat mich sehr inspiriert. Ich habe dann berufsbegleitend Ausbildungen zur Wohnraumberaterin gemacht.

? Warum haben Sie sich aus Ihrem alten Job verabschiedet?

Die Immobilienbranche ist ein heißes Pflaster, war aber sehr spannend, ich

habe in ganz Europa gearbeitet. Aber irgendwann war die Zeit für etwas Neues gekommen. Ich wollte mein Hobby zum Beruf machen. Es ist schön, sich mit Gegenständen aus der Vergangenheit zu umgeben. Mein Unternehmen habe ich 2018 gegründet. Corona habe ich dann auch gut überstanden, da ich auf mehreren Beinen stehe: Altwarenhandel, Tapezierung, Restaurierung, Workshops und Verkauf von Kreide- und Wandfarben. Und das alles als One-Woman-Betrieb. Corona habe ich einfach genutzt, um meinen Onlineshop auszubauen, ich habe Click and Collect angeboten, sehr viele Farben verkauft.

? Wie ist Ihr Betrieb aufgebaut?

Meine Konzepte beruhen auf drei Säulen: Möbel, Design und Farbe. Ich beschäftige mich mit verschiedenen Stilen und den diversen Möglichkeiten des Designs und der Gestaltung von Möbeln. In meiner Arbeit geht es etwa um Oberflächengestaltungen, Dekorationen, Wandfarben, Bera-



FOTO: BIBUDUJANIC

Von der Immobilienwirtschaft zur wahren Leidenschaft: Mag.^a Timea Oberwagner setzt auf Wiederverwendung und Nachhaltigkeit.

tungen für Polsterungen und Tapezierungen, Stoffmuster, ich habe auch eine eigene Werkstatt. Zudem biete ich auch klassische Altwaren an. Ich habe einen Raum zur Beratung, veranstalte dort auch meine Workshops. In einem neuen Geschäftslokal, „Die Nummer 2“, habe ich überdies einen Showroom für Möbel aus den 1950ern bis in die 1980er. Ich kaufe bei Wohnungsräumungen und Verlassenschaften oder auch auf Flohmärkten. Ich habe gelernt, meinem Geschmack zu vertrauen; dass die Leute mögen, was ich auch mag.

? Sind Sie zufrieden damit, wie Ihr Geschäft aktuell läuft?

Ja schon, aber ich möchte es natürlich weiter optimieren. Ich bin eigentlich stets zufrieden und immer unzufrieden, es gibt ja immer Luft nach oben, es geht immer mehr. Und danach sollte man auch streben. Ich möchte etwa, dass mein Showroom, den ich Ende September eröffnet habe, erfolgreich wird, dass der Bekanntheitsgrad weiter steigt. ♦

Es ist schön, sich mit Gegenständen aus der Vergangenheit zu umgeben.

Wir haben das gewisse Etwas

Unsere gelebte Nachhaltigkeit, gepaart mit der Fähigkeit, aus gebrauchten Gegenständen mit Fachwissen und Geschick begehrte Objekte zu zaubern, daraus lukrieren wir unseren Erfolg.

Immer mehr Leute geben gut erhaltenem Gebrauchtem eine Chance.

Darum können uns auch diverse Krisen nichts anhaben, wir lassen uns nicht in die Knie zwingen! Unsere Kolleginnen und Kollegen kehren wieder zu ihren Wurzeln zurück. Nachdem der Altwarenhandel in den 1980er- und 1990er-Jahren einen Ausflug ins Land der Antiquitäten gemacht hat, kommen wir immer mehr zurück zur Basis. Gebrauchte, überarbeitete Möbel, gut erhaltenes Geschirr und Kochutensilien und vieles mehr werden wieder Zugpferde unserer Branche. Stolz zeigen die neuen Besitzer:innen ihre aktuellen Errungenschaften in den sozialen Medien, gleich in Kombination mit

FOTOS: PICTURES BORN



Nur durch die Liebe der Altwarenhändler:innen zu ihrem Beruf werden auch diese schönen Stücke im Kreislauf gehalten.

Dekotipps für ein stylisches und doch gemütliches Zuhause. Auch gebrauchte Kleidung (von Stangenware bis Haute Couture) erlebt einen neuen Aufschwung. Immer mehr Leute geben gut erhaltenem Gebrauchtem eine Chance und haben so selbst die Möglichkeit, sich von der breiten Masse abzuheben.

Unikate mit Geschichte

Individualismus in allen Bereichen ist den Kundinnen und

Kunden wichtiger denn je. Diese Trends in der Bevölkerung mit großem Augenmerk auf Nachhaltigkeit kommen uns zugute, denn die nette Altwarenhändlerin und der originelle Altwarenhändler im Grätzl etablieren sich mehr und mehr in den Köpfen unserer Zielgruppen. Über diese Branche wird wieder gesprochen, denn ein Unikat mit Geschichte findet man nur beim Altwarenhandel. ♦

Bitte unbedingt beachten

2024 wird der Wien-Führer neu aufgelegt. Überprüfen Sie jetzt schon Ihren Firmeneintrag auf www.altwaren-handel.at.

Sind Sie noch gar nicht eingetragen oder es gibt Änderungen? Bitte geben Sie uns gerne alle Ihre Wünsche bekannt (telefonisch oder per E-Mail an allgemeiner-handel@wkw.at), damit Ihr Eintrag gleich mit Beginn 2024 aktuell ist.



FOTO: WEINWURM

» Nutzen wir die sozialen Netzwerke, um unsere Leistungsfähigkeit omnipräsent zu machen!

KR Karl Heinz Kremser, Vorsitzender Berufsgruppe Altwarenhandel



T +43 660 3117269, E allgemeiner-handel@wkw.at
www.altwaren-handel.at



1



3



3



3



4



3



1

Eindrücke unserer Branchenevents 2023

Netzwerken, Informationsaustausch und Weiterbildung tragen zum unternehmerischen Erfolg bei. Daher laden wir Sie auch 2024 herzlich zu unseren facettenreichen Veranstaltungen ein. Lesen Sie dazu unsere regelmäßigen Newsletter und Einladungen und melden Sie sich bei Interesse gleich an, gerne auch mit Begleitung.



1



4



2



1



4



3



1

- 1 Branchentreff am 7. September im Palais Liechtenstein
- 2 Zoo-Treff am 19. Oktober in der Panoramascenke
- 3 E-Commerce-Veranstaltung KI am 23. Oktober im k47.wien
- 4 Fortbildung Altwarenhandel am 8. November im Möbelmuseum Wien

FOTOS: FOTOGRAFIE FETZ (1), WKW (2), PICTURESBOHN/HELGA NESSLER (3), WKW (4)



3

Impressum

WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN

Landesgremium Wien des Versand-, Internet- und Allgemeinen Handels

Straße der Wiener Wirtschaft 1, 1020 Wien

T 01/51450-3224

E allgemeiner-handel@wkw.at

wko.at/wien/allgemeiner-handel

Konzept, Redaktion, Grafik & Produktion:

Garber Content GmbH

Medienturm, 6060 Hall in Tirol

Titelfoto: Wien Tourismus/Christian Stemper

Ausgabe: Dezember 2023

Offenlegung: wko.at/wien/handel/versand-internet-allgemeiner-handel/offenlegung

