

## WOLFGANG SCHALKO



## VÖLLIG FALSCH SIGNALLE

Zu den augenscheinlichsten Folgen und Begleiterscheinungen der Covid19-Pandemie zählt einerseits die verstärkte Orientierung in Richtung Nachhaltigkeit und Wertbeständigkeit, andererseits ein Beschleunigungsschub für die Digitalisierung in all ihren Ausprägungen.

Dass hier eine gewisse Differenzierung notwendig ist, förderte kürzlich die TeamBank zutage, die in ihrem „bevölkerungsrepräsentativen Liquiditätsbarometer“ die Einschätzung der österreichischen Bevölkerung zum digitalen Wandel untersuchte. Demnach ist etwa der Bildungsbereich für 47% der Befragten noch zu wenig digital (bei den unter 30-Jährigen sogar für knapp zwei Drittel) und auch bei öffentlichen Einrichtungen wie Ämtern und Behörden gibt es für 39% massiven Aufholbedarf. Demgegenüber ist beim Einkaufen das richtige Maß für viele bereits überschritten: 48% der Österreicher halten ihre Einkaufswelt für übertrieben digital und wünschen sich wieder mehr Shopping vor Ort. Die Sehnsucht nach dem analogen Einkaufsbummel äußert aber keineswegs nur die Generation 50+, denn auch bei den 18- bis 29-Jährigen sind immerhin 37% der Meinung, dass digitale Einkaufsangebote zu stark um sich greifen.

Dennoch lässt sich der weitere Vormarsch des Online-Shoppings nicht von der Hand weisen. Und dieser Verkaufskanal soll auch nicht verteuert werden, hat er sich doch gerade in den Wochen des Lockdowns für viele Händler als Rettungsanker erwiesen. Mit ein bisschen Hirn und betriebswirtschaftlichen Grundkenntnissen lässt sich ein Webshop sogar hervorragend (und gewinnbringend) mit dem Trend zu Nachhaltigkeit und bewusstem Konsum vereinbaren. Gerade als man das Gefühl bekam, dass es dem heimischen Fachhandel – mit tatkräftiger Unterstützung der Kooperationen – gelingen könnte, diese Chance in etwas Dauerhaftes umzumünzen, kam, was eigentlich kommen musste: die Ankündigung des ersten „Summer Black Friday“. Eine ganze Woche lang soll das große Preisverreißen im Hochsommer dauern – einer Erhebung der Black Friday GmbH zufolge orten 79% der befragten (deutschen) Konsumenten gute Chancen für Schnäppchen aufgrund der vollen Lager, die Rabatt-Erwartungen liegen unabhängig von der Branche bei 30-50%. Wie fatal und falsch die Signale sind, die eine solche Produktverschleuderei erzeugt, zeigt sich bereits: 80% (!) der deutschen Endkonsumenten sehen den Summer Black Friday als gute Möglichkeit zur Stärkung des heimischen Handels gegenüber internationalen Handelskonzernen...

Die Digitalisierung der E&W schreitet jedenfalls ebenfalls voran – mit der E&W Plus-App erhalten Sie einige weiterführende Augmented Reality-Inhalte zum Thema Shopping. Und die Coverstory ab Seite 8 haben wir mit einigen Inhalten zum Thema „Messe“ aufgepeppt.



## SCHEICHELBAUER-SCHUSTER UND TREFELIK

## Spartenspitzen

In der konstituierenden Sitzung der Bundessparte Handel der WKÖ wurde der bisherige Obmann der Sparte Handel Wien, Rainer Trefelik, einstimmig zum neuen Bundesspartenobmann gewählt. Seine Stellvertreter sind die Modehändlerin und Vizepräsidentin der WKNÖ Nina Stiff sowie der steirische Weinhändler und Obmann des Agrarhandels, Gerhard Wohlmuth. Der Wiener Textilhändler Trefelik folgt in seiner neuen Funktion Peter Buchmüller und bezeichnete zu seinem Amtsantritt die Herausforderungen als enorm, zeigte sich aber zuversichtlich, dass der Handel an der Krise wachsen werde.



Rainer Trefelik ist der neue Bundesspartenobmann der Sparte Handel der WKÖ.

Bei der konstituierenden Konferenz der Bundessparte Gewerbe und Handwerk in der WKÖ wurde Renate Scheichelbauer-Schuster einstimmig als Obfrau wiedergewählt. Im Team mit ihren Stellvertretern Josef Mikl und Bernhard Feigl sowie Sparten-Geschäftsführer Reinhard Kainz will sie weitere fünf Jahre für die Anliegen des Gewerbes und Handwerks in Österreich kämpfen – „mit vollem Einsatz und großer Leidenschaft“. Die größte Herausforderung liegt bei der Überwindung der Corona-Krise, ein besonderes „Herzensanliegen“ ist und bleibt die Aus- und Weiterbildung.



Renate Scheichelbauer-Schuster wurde als Obfrau der Sparte Gewerbe und Handwerk wiedergewählt.

## ERSTER „SUMMER BLACK FRIDAY“

## Hitze-Rabattschlacht

Der alljährliche Abverkaufswahnsinn findet nicht erst im November, sondern auch schon im Hochsommer statt – und nicht nur einen Tag, sondern gleich eine ganze Woche. Von 30. Juli bis 5. August soll es den ersten „Summer Black Friday“ geben, initiiert wie auch der „reguläre“ Black Friday Sale von Konrad Kreid. Diesem Schritt ging eine Befragung von Kreids Black Friday GmbH unter deutschen Konsumenten und Händlern voraus: Demnach glauben 75% der Händler, dass durch die Covid19-Pandemie die Akzeptanz von Online-Shopping gestiegen sei, 58% rechnen durch gezielte Abverkaufsaaktionen mit Umsatzsteigerungen und knapp die Hälfte begrüßt ein solches Verkaufsevent im Sommer. Aufseiten der Konsumenten gibt es laut Umfrage 84% potenziell teilnehmende Shopper, die im Durchschnitt etwa 360 Euro ausgeben würden.



Konrad Kreid hat nach eigenen Angaben „bereits hunderte Zusagen von Händlern“ für seine sommerliche Verkaufsaaktion.