

# TIROLER WIRTSCHAFT

DIE SPEZIALSEITEN DER WIRTSCHAFTSKAMMER TIROL

Entgeltliche Einschaltung | Mittwoch, 17. April 2019

## Auch die digitale Welt braucht Fairness

**Online + Offline.** Bei gleichen Wettbewerbsbedingungen ergänzen sich stationärer Handel und E-Commerce. Mit der Digitalsteuer hat Österreich eine Vorreiterrolle eingenommen. Das ist für Online-Bestellungen aus Drittstaaten auch nötig. Dann haben die heimischen Betriebe auch gegen Online-Giganten gute Chancen.

**T**rotz monatelanger Verhandlungen ist bekanntlich eine Digitalsteuer auf EU-Ebene gescheitert. Aus diesem Grund ist die Bundesregierung aktiv geworden und setzt auf die nationale Einführung einer Digitalsteuer. Internet-Großkonzerne zahlen künftig fünf Prozent auf Online-Werbung, darüber hinaus haften Buchungsplattformen wie Airbnb für nicht versteuerte Umsätze ihrer Nutzer. Damit übernimmt Österreich eine Vorreiterrolle. Frankreich, Spanien und Italien sind bereits dabei, ähnliche Steuerregelungen einzuführen.

Für E-Commerce-Expertin und Vizepräsidentin Barbara Thaler ein wichtiger Schritt, um die Schieflage zwischen der kaum vorhandenen Besteuerung von Online-Giganten und heimischen Klein- und Mittelbetrieben auszugleichen. Thaler ist davon überzeugt, dass dadurch der Druck auch auf alle anderen europäischen Länder steigt: „Die Bevölkerung keines europäischen Landes hat Verständnis dafür, dass multinationale Konzerne in ihrem Land Milliarden Gewinne erwirtschaften, aber gleichzeitig bei den Steuern weitgehend durch den Rost fallen.“

### Freigrenze abschaffen

In einem wesentlichen Detail wünscht sich Thaler allerdings noch mehr Tempo: Die aktuell geltende Einfuhrumsatzsteuer-Freigrenze von 22 Euro für Online-Bestellungen aus sogenannten Drittstaaten führt in der Praxis nicht selten dazu, dass die korrekte Versteuerung umgangen wird. Die EU hat vor,



Analog und digital sind längst keine Gegensätze mehr, sondern garantieren Hand in Hand optimale Geschäftsergebnisse und maximalen Kundennutzen.

diese Freigrenze in zwei Jahren zu streichen. Dem heimischen Handel ist das aber zu spät: „Je früher dieses Steuerschlupfloch für ausländische Online-Handelskonzerne geschlossen wird, desto besser“, stellt auch Martin Wetscher, Obmann des Tiroler Handels, fest und ergänzt: „Andere Mitgliedsstaaten haben das bereits erkannt und die Freigrenze vorzeitig abgeschafft. Es ist hoch an der Zeit,

dass Österreich nachzieht.“

Österreich sollte die Vorreiterrolle, die bei der Digitalsteuer eingenommen wurde, auch in diesem Punkt konsequent beibehalten und damit für fairen Wettbewerb sorgen.

Es braucht in allen Bereichen ausbalancierte Regelungen, denn analog und digital sind längst keine Gegensätze mehr, sondern garantieren Hand in Hand optimale Geschäftsergebnisse und

maximalen Kundennutzen.

Wie der stationäre Handel vom digitalen Wettbewerb profitieren kann, zeigte letzte Woche Verkaufsexperte Roman Kmenta in einem Vortrag in den Räumlichkeiten der WK Tirol in Innsbruck auf. Einmal mehr wurde klar, dass es nichts nützt, im Handel „online gegen offline“ auszuspielen.

### Zehn Strategien

Der stationäre Einzelhandel hat sehr wohl eine Chance gegen die scheinbar übermächtigen Gegner in Form von Online-Shops – wenn er sich für die neue Welt öffnet und die neuen Werkzeuge für sich nutzt. Roman Kmenta präsentierte zehn konkrete Strategien für einen erfolgreichen Offline-Auftritt, die seinem Mot-

to „The Voice of Value“ gerecht werden: „Dem Onlinehandel gegenüber immer noch niedrigere Preise Paroli bieten zu wollen, ist eine kurzsichtige Strategie. Dabei gibt es letztlich nur Verlierer – online wie offline wird so zu wenig verdient. Auch der Konsument, der scheinbare Gewinner, verliert dabei, da die niedrigen Preise letztlich auf die Qualität drücken. Schluss mit der Rabattitis. Nachhaltiger ist es, den Wert zu steigern, um ein Angebot attraktiver zu machen.“

Geschäfte vor Ort können ihren Wirkungskreis erweitern, wenn sie auch die digitale Welt nutzen. Die WK schaut darauf, dass die Rahmenbedingungen fair sind und sich Kleine und Große im Wettbewerb auf Augenhöhe begegnen.

### Offline erfolgreich



Roman Kmenta  
Marketing-  
und Verkaufsexperte

### Hat der stationäre Handel eine Chance gegen Online-Shops?

Online-Auftritte müssen als zusätzliche Vertriebskanäle und nicht als Konkurrenz gesehen werden. Viele Unternehmer stecken ihren Kopf in den Sand, doch das ist die falsche Reaktion auf die aktuellen Entwicklungen. Besser die Emotionen beiseite lassen und schauen, welche Strategien online funktionieren und in den stationären Einzelhandel übertragen werden können.

### Welche Onlinestrategie gelingt offline auch?

Wählen Sie das richtige Spielfeld. Beim Thema Preis hat man gegenüber Onlineangeboten oft keine Chance. Um den Wettbewerb zu gewinnen, ist dies der falsche Ansatz. Da immer der Preis und der Wert miteinander verglichen werden, ist es besser den Wert zu erhöhen als den Preis zu senken.

### Wie erhöht man den Wert ohne den Preis zu senken?

Man schafft beispielsweise ein unvergessliches Käuferlebnis. Oft sind es Kleinigkeiten, wie eine tolle Verpackung oder eine ansprechende Auslage. Händler müssen sich überlegen, welche Berührungspunkte habe ich zu den Kunden und wie kann ich die am besten optimieren.



„Kein Land hat Verständnis dafür, dass Konzerne bei den Steuern durch den Rost fallen.“

Barbara Thaler

### Am Punkt

von WK-Präsident Christoph Walser



### Vordenken

Der Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg liegt oft in der Fähigkeit, vorzudenken und zukünftige Entwicklungen einzuplanen. Das betrifft in hohem Maß die Digitalisierung (siehe Artikel oben): Jeder weiß, dass dieses Thema weiter an Bedeutung gewinnen wird. Erfolgreich sind jene Standorte, die rechtzeitig die Balance zwischen analoger und digitaler Welt herstellen und Firmen aller Größen und Branchen faire Rahmenbedingungen bieten. Umgekehrt werden jene Betriebe auch in Zukunft Bestand haben, die rechtzeitig darauf achten, sämtliche Möglichkeiten – ob offline oder online – zu nutzen und zu einem attraktiven Gesamt-Angebot zu verbinden.

„Rechtzeitig“ ist auch das Stichwort für betriebliche Vorsorge (siehe nebenstehender Artikel). Wer früh genug Vorkehrungen für den Ernstfall trifft, kann großen Schaden von Betrieb und Mitarbeitern abwenden. Es zeigt sich immer wieder: Vordenken zahlt sich aus – und ist allemal besser als das Nachsehen zu haben.

## Initialzündung zur Vorsorge

**Kooperation.** Die WK Tirol bietet zusammen mit der Notariatskammer eine kostenlose Beratung zur Unternehmensvorsorge. Rechtzeitige Vorkehrungen können die Existenz von Betrieben sichern.

**D**ie Unternehmer sind es gewohnt, vorzudenken: Größere Projekte brauchen einen entsprechenden Vorlauf, auch mittel- und langfristige Firmenstrategien wollen definiert werden. Oft bleibt jedoch zu wenig Zeit, um an die eigene Zukunft zu denken. Dabei ist es enorm wichtig, auch für den Betrieb selbst Vorsorgemaßnahmen zu treffen. Etwa für den Fall, dass der einzige Geschäftsführer einer GmbH verunglückt. Oder für die Weiterführung eines Familienbetriebes. In solchen Situationen geht es immer auch um die Arbeitsplatzsicherheit der Mitarbeiter.

Ein vorübergehender oder gar dauernder Ausfall eines Unternehmers erfordert verschiedenste betriebliche und persön-

liche Vorsorgemaßnahmen. Zur optimalen Beratung hat die WK Tirol mit der Notariatskammer eine Kooperation abgeschlossen. Die Themenbereiche reichen von Vertretungsregelungen im Unternehmen über die erbrechtliche Vorsorge bis hin zu unternehmensbezogenen Verträgen wie beispielsweise Nachfolgeregelungen. „Vorsorge muss nicht übertrieben werden – aber sie ganz auszublenden, kann im Ernstfall großen Schaden anrichten“, warnt Präsident Christoph Walser.

Im Zentrum der Kooperationsvereinbarung steht der Beratungsscheck: Die Notariatskammer bietet eine kostenlose Beratung für Tiroler Unternehmerinnen und Unternehmer zum Thema Vorsorge durch ei-

nen Tiroler Notar in der Dauer von einer Stunde. „Uns geht es darum, dass Unternehmer rechtzeitig und mit Augenmaß zentrale Regelungen treffen, die den Bestand ihres Betriebes sichern können. Es gehört zur Aufgabe der Wirtschaftskammer, mit dem Beratungsscheck die Ini-

tialzündung zu liefern und die Aufmerksamkeit auf ein Thema zu lenken, das in der Praxis oft zu kurz kommt“, erklärt Walser. Der Beratungsscheck kann per E-Mail unter [unternehmerservice@wktiro.at](mailto:unternehmerservice@wktiro.at) oder telefonisch unter 05 90 90 5-2222 angefordert werden.

