

WK Wien: Modehandel sagt mit #Echtshopper-Kampagne internationalem Online-Handel den Kampf an



Die #Echtshopper-Imagekampagne des Wiener Modehandels startete im September des Vorjahres und wird nun fortgesetzt. Dr. Rainer Trefelik, Obmann der Sparte Handel der Wirtschaftskammer Wien (links) und KommR Herbert Gänsdorfer, Obmann des Landesgremiums Wien des Einzelhandels mit Mode und Freizeitartikeln, vor der enthüllten über drei Meter großen „Einkaufstasche“, die in den nächsten Wochen wieder an vielen Standorten in Wien zu sehen sein wird.

Credit: David Bohmann
Fotograf: David Bohmann



Die #Echtshopper-Tragtasche als visueller Eye-Catcher der Kampagne wird in den nächsten Tagen in vielen Modefachgeschäften an die Kunden verteilt. Echtshopper - steht für echte Einkaufsglücksgefühle, echte Beratung und echte Arbeitsplätze in Wien!

Credit: David Bohmann
Fotograf: Davis Bohmann

Utl.: Landmark und Tragtaschen weisen auf Vorteile des stationären Handels hin. Obmann Gänsdorfer fordert Steuergleichheit für Online- und stationären Handel. =

Wien (OTS) - „Eine Stadt ohne Handel ist eine tote Stadt. Keine Geschäfte: das bedeutet auch keine beleuchtete Auslagen, keine Sicherheit und keine sozialen Beziehungen zwischen Menschen. Insbesondere der Modehandel prägt das Bild der Einkaufsstraßen“, erklärt der Obmann des Wiener Mode- und Freizeitartikelhandels, Herbert Gänsdorfer, zur Fortsetzung der im Herbst letzten Jahres erfolgreich angelaufenen #Echtshopper-Kampagne.

#Echtshopper = echte Einkaufserlebnisse

Eine über drei Meter große #Echtshopper-Einkaufstasche wird als rollende Landmark an Donnerstagen, Freitagen und Samstagen bis 1. April in allen Bezirken Station machen und auf die Kampagne hinweisen. Darüber hinaus wird das zentrale Sujet der Kampagne, die Einkaufstasche, in vielen Geschäften erhältlich und in Auslagen in

ganz Wien zu sehen sein. „Die Freude am Shopping und am Anprobieren, das unkomplizierte Einkaufen und die Inspiration in den Geschäften sind unseren Kunden wichtig. Mit der Kampagne machen wir die Modehändler dieser Stadt noch besser sichtbar und setzen ein klares Signal für den stationären Handel“, ist Gänsdorfer überzeugt. „Schließlich schaffen die Wiener Handelsunternehmen Arbeitsplätze, beleben das Straßenbild und sichern mit ihrer Steuerleistung den Wohlstand unseres Landes“, meint Rainer Trefelik, Obmann der Sparte Handel der Wirtschaftskammer Wien.

Onlinehandel: Gleiches (Steuer-)Recht für alle

Viele österreichische Händler vertreiben ihre Waren auch online: eine Entwicklung, die die Wirtschaftskammer aktiv unterstützt. Aufgrund der unterschiedlichen steuerlichen Voraussetzungen im internationalen Wettbewerb haben es laut Obmann Gänsdorfer die Konsumenten selbst in der Hand, die Kaufkraft in Österreich zu erhalten. „Ausländische Online-Plattformen zahlen hierzulande oft deutlich weniger Steuern und Abgaben als der stationäre Handel. Für den österreichischen Handel ist jedoch Steuergerechtigkeit die entscheidende Überlebensfrage. Es kann nicht sein, dass marktdominierende internationale Onlinehändler die enorme Umsätze in Österreich erzielen, diese hier kaum versteuern, während heimische Händler die volle Steuerlast zu tragen haben. Erfreulich ist jedoch, dass auch Regierung, Stadtentwickler und Sozialpartner die Problematik erkennen und nach Lösungen suchen“, so Gänsdorfer.

WienerInnen geben im Schnitt 817 Euro pro Jahr für Mode aus

Gemäß einer internen Umfrage des Gremiums geben die Wienerinnen und Wiener im Durchschnitt 817 Euro pro Jahr für Mode aus, bei Frauen sind es mit rund 868 Euro etwas mehr als bei Männern mit rund 763 Euro. 24 Prozent der Befragten geben heute mehr Geld für Mode aus als noch vor fünf Jahren, häufiger sagen dies die jüngeren Befragten. „Die Wienerinnen und Wiener kaufen am liebsten in Wiener Geschäften ein und geben dort auch am meisten aus. Das liegt daran, dass sie dort die Ware anfassen, probieren und sofort mitnehmen können“, sagt Gänsdorfer abschließend.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Rückfragehinweis:

PR-Agentur aditorial
Mag. Beate Mayr-Kniescheck
T. 0699 1002 59 98
E. beate.mayr@aditorial.at

Wirtschaftskammer Wien
Erich Plessberger - Abteilung Presse und Öffentlichkeitsarbeit
T. 01 51450 1472
E. erich.plessberger@wkw.at
W. wko.at/wien/presse

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/242/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0069 2017-03-17/10:36

171036 Mär 17

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20170317_OTS0069