



CARL  
ENGELKEMPER  
MÜNSTER

IN DER  
AUSGABE 01/2022



20

MARKTCHECK #LAGERBESTAND



MARKTCHECK:  
KONSUMENTENCHECK

# „ENTTÄUSCHTE KUNDEN KÖNNEN WIR UNS NICHT ERLAUBEN“

GUIDO ABELER ÜBER KLEINE LAGER UND GROSSE ANSPRÜCHE DER KONSUMENTE

„Alles muss passen fürs Einkaufserlebnis.“ Mit dieser Prämisse macht sich Guido Abeler, Geschäftsführer Carl Engelkemper Münster, stark für ein attraktives Gesamtpaket am P.O.S. seiner Händler. Ziel ist das perfekte Produkt in den Händen des Kunden – was ohne das richtige Lager nicht geht.

**JUWELIER#BUSINESS: Welche Erwartungshaltung hat der Konsument heutzutage eigentlich an den stationären P.O.S. grundsätzlich?**

GUIDO ABELER: Das Online-Angebot und zusätzlich noch die Corona-Erfahrungen haben das Kaufverhalten der Konsumenten grundlegend verändert. Wenn sich der Kunde dann entscheidet, den Weg zum stationären Juwelier zu gehen – also die Öffnungszeiten herausgesucht hat, einen Parkplatz gefunden hat ... –, dann darf es nicht zu einer Enttäuschung kommen. Dann muss das Angebot nahezu perfekt sein. Er erwartet Beratung auf Augenhöhe, ein angemessenes Einkaufserlebnis und natürlich Ware vor Ort zur finalen Begutachtung und zum Kauf.

**Erstes Ziel des Juweliers wäre es also, Enttäuschungen vorzubeugen?**

Genau, wobei viele Faktoren stimmen müssen, damit es zum Einkaufserlebnis kommt. Zunächst braucht es eine Informations- und Auswahlmöglichkeit über Werbung, Internet und Schaufenster. Dabei muss das Angebot so gut sein, dass man damit den Kunden ins Geschäft locken kann. Hier sollte der Berater die Wünsche der Kunden bestmöglich ergründen und schließlich über das ganze Lager optimal beraten und verkaufen können.

**Wenn das richtige Produkt nicht auf Lager ist, welche Möglichkeiten, welche Tricks hat der Juwelier, dennoch die Ansprüche zu erfüllen?**



GUIDO ABELER  
GESCHÄFTSFÜHRER  
CARL ENGELKEMPER MÜNSTER

„DER VERBRAUCHER MÖCHTE DIE WARE SEHEN – NACH BILDERN BESTELLEN KANN ER SELBST IM NETZ.“

Optimal und erstrebenswert ist es natürlich, die richtigen und gesuchten Produkte im Geschäft zu haben. Die Gefahr, dass ein Kunde abspringt, wenn das Gewünschte nicht vorhanden ist, ist in Zeiten, in denen im Internet nahezu alles bestellbar ist, zunehmend größer geworden.

Es gibt Möglichkeiten, den Kunden mit speziellen Serviceleistungen, etwa der Bestellung in der passenden Ringweite, der Individualisierung mit einer Gravur, oder der Auswahlmöglichkeit im Vergleich zu anderen Produkten doch an das Geschäft zu binden. Als Juwelier sollte ich mein Lager und meine Einkaufsmöglichkeiten gut im Überblick haben, um diese Klaviatur entsprechend perfekt zu spielen.

**Können Sie für jeden Kunden ein „Minimal-Lager“, ein NOS-Sortiment, definieren?**

Das ist sicher sehr individuell und geschäftsspezifisch zu sehen. Jeder Geschäftsinhaber muss sich selbst überlegen, welche Ware er in seinem Geschäft verkaufen kann und möchte. Die sollte er auch im Geschäft vorrätig haben. Wie schon gesagt, der Verbraucher möchte die Ware sehen – nach Bildern bestellen kann er selbst im Netz.

**Wie bereiten Sie Ihre Kunden auf Weihnachten vor?**

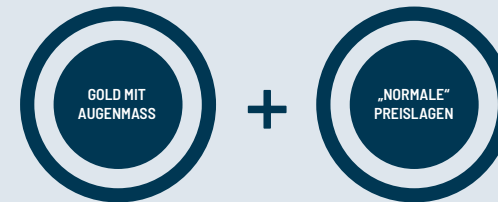
Seit Juni bieten wir wieder unsere verschiedenen Konzepte und Kollektionen für die zweite Jahreshälfte und speziell für Weih-

nachten an. Es geht ja schon länger nicht mehr nur um Ware. Wie oben erwähnt, geht es um ein Gesamtpaket, mit dem der potentielle Kunde auf das Angebot aufmerksam gemacht werden soll. Wir bieten dazu auf den einzelnen Kunden abgestimmte Magazine zur Streuung und auch als E-Paper. Diese Werbeträger individualisieren wir mit seinen Bildern, seinen Stories und, wenn er möchte, auch mit seinen Marken. Flankiert wird das Ganze mit einem Onlineshop, den wir für unsere Kunden bereithalten, für ihn bewirtschaften und dessen Marge abzüglich einer geringen Servicefee komplett an ihn gezahlt wird. Zusätzlich bieten wir ihm auch Webbanner und Social-Media-Content, die wir auf Wunsch direkt in seine Kanäle einpflegen.

**Gibt es derzeit Trends, die sich auf die Weihnachtsorder auswirken sollten?**

Gold ist nach wie vor der Megatrend der vergangenen Jahre. Wir empfehlen unseren Kunden, sich in diesem Bereich mit Augenmaß gut aufzustellen. Gleichzeitig empfehlen wir aber auch, die Preislagen im Lager auf die geschäftsindividuellen Zielgruppen abzustimmen. Bei aller Freude über eine starke Nachfrage nach Gold sollte der Juwelier gerade in Zeiten hoher Energiepreise

## ORDERTRENDS FÜR WEIHNACHTEN



Zwei Orderschwerpunkte kristallisieren sich bei Carl Engelkemper heraus. Zum einen wird mehr Gold bestellt, wenn weil es boomt. Engelkemper-Chef Guido Abeler rät zur Order mit Augenmaß. Zum anderen solle aber die „normale Preislage“ nicht vernachlässigt werden, nicht zuletzt weil zahlreiche Kunden durch die Energiekrise vermutlich weniger Geld für Weihnachtsgeschenke ausgeben werden.

auch die „normalen“ Preislagen nicht vergessen. Es wird sicher genug Käufer geben, die aufgrund anderer Ausgabennotwendigkeiten ihre Geschenke in diesem Jahr preislich etwas reduzieren werden.

**Ist Weihnachten statistisch gesehen hochwertiger als der Rest des Jahres?**

Geschenke werden für viele Anlässe über alle zwölf Monate hinweg gekauft. Weihnachten ist aber der Anlass, an dem sehr viele Menschen konzentriert Geschenke an ihre Liebsten verschenken. Dementsprechend sind auch die Gesamtzahl und der Wert und damit natürlich auch der absolute und durchschnittliche Umsatz beim Juwelier in den Monaten November und Dezember auf dem höchsten Niveau.

**Wie lieferfähig werden Sie in diesem Weihnachtsgeschäft aller Voraussicht nach sein?**

Wir haben uns auf ein ordentliches Weihnachtsgeschäft vorbereitet und alle Bestellungen danach getriggert. Die aktuell teilweise etwas längere Beschaffungszeit haben wir eingeplant und sehen von daher unsere Lieferfähigkeit als gegeben an.

**Das Weihnachtsgeschäft rückt von Jahr zu Jahr weiter nach hinten, auch die Order?**

Die Unsicherheiten der vergangenen Jahre haben dazu geführt, dass sich einzelne Kunden erst spät für die Weihnachtorder entscheiden wollten. Insgesamt war der Eingang der Bestellungen aber gut und lief auch ab Mitte Juni relativ normal.

**Welche Rolle spielt Printwerbung zu Weihnachten?**

Zum Thema Print sprechen die Beilagen der verschiedenen Branchen, die teilweise jede Woche, aber natürlich besonders zu Weihnachten in den Tageszeitungen zu finden sind, eine deutliche Sprache: Wenn Print als Beilage nicht funktionieren würde, würden dann so viele Anbieter diese Möglichkeit regelmäßig nutzen?

Wir empfehlen unseren Kunden, sich ihren persönlichen Mix aus den verschiedenen Möglichkeiten auszuwählen und beraten sie gerne dabei. Printwerbung ist immer noch ein wichtiger Teil des Marketingmixes. Jeder Juwelier kann sich seine Kunden und die, die er gern im Geschäft hatte, anschauen und überlegen, wie er sie erreichen kann. Es gibt keinen einzig richtigen Weg, es ist sicherlich immer noch eine Mischung aus Print, Schaufenster, Online-Präsenz und – natürlich ganz wichtig – persönlicher Präsenz und Serviceangebot vor Ort!

21

MARKTCHECK #LAGERBESTAND

