

VOM VOLLSORTIMENTER ZUM LUXUSJUWELLIER

JUWELLIER ABELER: NEUSTART GANZ OBEN

NEUSTART.

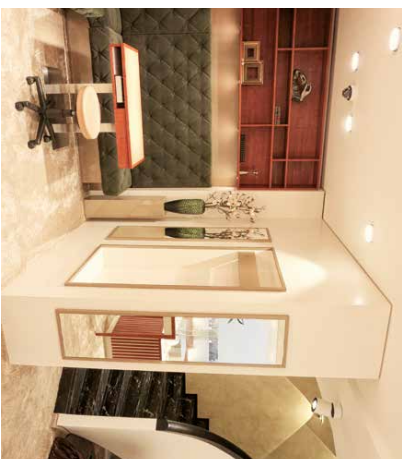
Noch vor einem Jahr stand Juwelier Abeler aus Wuppertal prototypisch für den Vollsortimenter in der Schmuckbranche: von 19,90 Euro bis Rolex, alles in einem Haus. Jetzt ist er echter Juwelier – und zwar ganz oben.



Mit einer Fläche von rund 35 Quadratmetern bekommt Rolex die größte Aufmerksamkeit im neuen Abeler-Geschäft.



Keine Frage, das neue Geschäft muss einen anderen Eindruck hinterlassen. Die Kunden benötigen eine Schause.



Auch dieser räumlich abgetrennten Sitzmöglichkeiten, beispielsweise für Trauungsberatungen oder Vertretergespräche, wirken gemütlich.



Wie im Wohnzimmer: Der Eingangsbereich im neuen Geschäft ist großzügig und wohnlich eingerichtet.



Vor die Konzession der Vorgängerin überließ von Juwelier Abeler in der Poststraße noch geradlinig vom Spiegel zwischen Trend und Luxus, ist die Zielgruppenansprache in diesem Fall eindeutig.



Poststraße oder: Der neue Standort im Eiberfelder Rathaus, 200 Meter Luftlinie entfernt, ist wesentlich exklusiver.



Eindeutig Juwelier: Die Schaufenster sind sehr exklusiv gestaltet.

ratenkauf
by easyCredit

**Der einfachste
Ratenkauf Deutschlands.**
So einfach wie eine Kartenzahlung.

- Online-Prüfung mit Sofortzusage
- Sichere Zahlart, kein Risiko
- Fair und transparent für Ihre Kunden

Jetzt
beraten lassen:
0911.53.90.27.26
(Mo-Fr 8-19 Uhr)

Mehr erfahren Sie auch unter:

sales.ratenkauf@easycredit.de
www.easycredit-ratenkauf.de

Genossenschaftliche FinanzGruppe
Volkswagen Leasingbanken



WALTER LEHMKÜHLER ÜBER DIE KONZEPTIONIERUNG
DES NEUEN ABELER-GESCHÄFTES

KONZEPT GEWINNT



Walter Lehmkühler hat den Ausverkauf des alten und die Konzeption des neuen von Jeweller Abeler in Wuppertal miteingeleitet.

NACHGERACHT. Jeweller Abeler hatte die Konzeptionierung des neuen Geschäftes gemeinsam mit der Walter Lehmkühler Consulting angelegt. Dabei konnten sogar die Marke Rolex überzeugt werden, dabei zu sein. „Blickpunkt Jeweller“ hat bei Walter Lehmkühler nachgefragt wie die Idee und das Projekt schließlich entstanden.

IM INTERVIEW

BLICKPUNKT JUWELLIER: Wie lief der Ausverkauf an den beiden alten Standorten, und wie entscheidend war dieser Blick für den Erfolg?

WALTER LEHMKÜHLER: Wir haben unsere Zielvorgaben nicht nur erreicht, sondern sogar übertrafen. Dies lag sicherlich am Zusammenspiel vieler Faktoren. Wir hatten auf Basis der Zielvorgaben von Jeweller Abeler ein Konzept für den Ausverkauf sowie eine darauf zugeschnittene Marketingstrategie entwickelt, die Personalstruktur des Inhabers in den Käuferngebeten eingebunden und durch speziell geschultes Fachpersonal ergänzt. Da es während des laufenden Ausverkaufs noch keine Überlegungen zu einem möglichen Neuanfang gab, spielte das für uns auch keine Rolle.

B.1. Wann stand fest, dass es ein neues Geschäft geben wird?
LEHMKÜHLER: Die Vision, mit einem neuen Konzept, das trendorientierte Juwelier-

geschäfte doch noch fortzuführen, kam bei Familie Abeler Anfang 2013 auf. Hier ging es aber nicht nur um eine Neupositionierung, sondern vor allem um einen Standort, der ihrer Vision gerecht werden konnte. Die Suche nach dem Standort war damit das erste zentrale Thema der Neupositionierung. Aber auch die Sortimentsstrategie wurde komplett neu gedacht. Hochwertiger Schmuck und renommierte Marken sollten zukünftig im Mittelpunkt stehen.

Bei der Standortsuche fiel die Wahl nach umfangreichen Recherchen in und außerhalb Wuppertals schließlich auf ein historisches Gebäude, das alte Rathaus Ilberfeld. Das Gebäude passt hervorragend zur fast 180-jährigen Tradition von Jeweller Abeler, aber bei einer so weitreichenden Entscheidung spielen nicht nur emotionale Aspekte, sondern auch das betriebswirtschaftliche Fundament eine Rolle. Wir wurden frühzeitig einbezogen, in der konzeptionelle Aufarbeitung des Standorts, in der Ertüchtigung eines minimalistischen Finanzplans,

der Hinführung mit betriebswirtschaftlichen Kennzahlen und in die architektonische Konzeption des neuen Ladenlokals.

In dieser engen Zusammenarbeit ist so ein ganzheitliches Konzept entstanden, das sofort überzeugt hat. Verschiedene Handwerker, die schon viele Jahre mit der Familie Abeler verbunden sind, konnten sich für den Standort begeistern und sind unter dem neuen Rahmenbedingungen eine erneute Zusammenarbeit eingegangen. Bei der Sortimentsstrategie sind wir dann gemeinsam mit Familie Abeler einen konsequenten straffen Kurs gehalten. Nach dem Grundsatz: Weniger ist mehr. Kein breiter Warenortner, sondern die Konzentration auf High-End-Produkte, um so eine kompromisslose Exklusivität zu gewährleisten.

B.1. Wie kam es zur Zusage von Rolex, dem wichtigsten Lieferanten?
LEHMKÜHLER: Nachdem sich Familie Abeler entschieden hatte, das Geschäft mit

einer neuen Positionierung fortzuführen, hat Walter Lehmkühler Consulting ein Konzept erarbeitet, welches auch der Firma Rolex präsentiert wurde. Repräsentanten von Rolex haben dann das neue Objekt besichtigt und geprüft, ob es zu deren Markenpositionierung passt. Dann wurde eine neue Zusammenarbeit vereinbart.

B.1. Welche Fragestellungen waren bei den Räumlichkeiten zu beachten?

LEHMKÜHLER: Die angemieteten Räume im historischen Rathaus mussten zunächst den Anforderungen an ein modernes Geschäft angepasst werden, und sie mussten die Firmenphilosophie hinter der Neupositionierung widerspiegeln. Dabei spielte die Planung der Verkaufsräumlichkeiten eine zentrale Rolle. Welche Assoziation sollen die Kunden haben, wenn sie das Geschäft betreten? Welche Emotionen sollte der neue Standort wecken? Ein Ziel war, dass die Kunden den Ort als Oase der Ruhe, als eine Auszeit vom Alltag wahrnehmen sollen. Bei der Umsetzung dieses Konzepts einer Erlebniswelt und der ganz konkreten handlichen Maßnahmen spielte Walter Lehmkühler Consulting ebenfalls eine entscheidende Rolle, in enger Abstimmung mit Familie Abeler sowie dem Ladenbauunternehmen Otto Ebenberger.

B.1. Konnte das neue Geschäftskonzept bereits vor der Eröffnung erfolgreich sein?

LEHMKÜHLER: Ja, gerade in Zeiten, in denen der Online-Handel immer mehr Druck auf den Einzelhandel ausübt, schafft ein solches Konzept eine Differenzierungsmöglichkeit. Kunden geht es in diesem Segment hochschulsten Schmucks nicht nur um das Bestreben, sondern auch um das Kaufserlebnis. Eine kompetente, individuelle Beratung, die ganz auf den jeweiligen Kunden zugeschnitten ist, plus eine Wohlfühlumgebung im Geschäft machen den Besuch beim Juwelier zu einem Erlebnis. Das wird in Zukunft der Schlüssel zum Erfolg sein.

B.1. Warum sind Neugründungen in unserer Branche so selten?

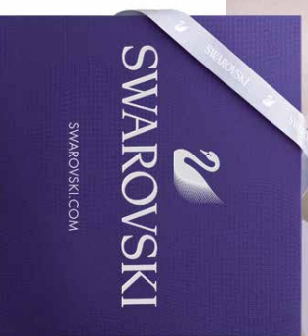
LEHMKÜHLER: Zunächst einmal ist die Juwelierbranche ein sehr traditionelles Gewerbe, bei dem viele Unternehmen in mehr oder weniger Generationen zu Generation weitergegeben werden. Man wird also meistens schon im Familienunternehmen in das Business hineingeführt. Eine Neugründung ist vor allem aber äußerst kostenintensiv. Ohne genügend Eigenkapital ist sie quasi unmöglich. Deshalb gehören Neugründungen eher zu den Ausnahmefällen in unserer Branche.

KARLIE KLOSS



#BrilliantFor:W

SHOPPEN SIE DIE NEUE
WINTERKOLLEKTION



SWAROVSKI.COM