

BLICKPUNKT·JUWELIER

DIE UNABHÄNGIGE ZEITUNG FÜR DEN UHREN- UND SCHMUCKHANDEL

JAPAN OHNE MINUS

Erneut sind die drei Japaner gut durchs Jahr gekommen.



PRODUKT IST KÖNIG

Schaffrath hat nach „Liberté“ ein neues Erfolgsmodell: „Calla“.



INOVA COLLECTION

Alles Wichtige zur Herbstmesse in unserer Beilage.



08

JULI 2019

PREIS: 25 Euro

... NEUE ZIELGRUPPEN ANSPRECHEN

... NEUE THEMEN ZEIGEN

... ANLÄSSE ANKÜNDIGEN

... SONDEREDITIONEN VORSTELLEN

... IKONEN ZEIGEN

... SYSTEMSCHMUCK ERKLÄREN

VITRINEN-ZAUBER

MINI-MARKEN-WELT

EDITORIAL



Im Schaufenster geht vieles unter

Liebe Leserinnen, liebe Leser!

Wer an Produktpräsentation denkt, hat meist das Schaufenster und den Kampf um die besten Plätze im Kopf. Genau darum macht unsere neue P.O.S.-Idee der Mini-Marken-Welt einen Bogen. Wir zeigen Ideen für das Ladeninnere, dort wo im Bedarfsfall auch der Verkäufer ins Geschehen eingreifen kann.

Jeden Tag aufs neue zeigt der Juwelier seinen Kunden fantastische Produkte, tolle Schmuckideen und neue Trends. Die Besonderheiten haben einen exponierten Platz im Geschäft verdient. Das Beste braucht Luft und Abstand damit es wirken kann. Dafür eignen sich separate Standvitrinen. Denn im Schaufenster geht vieles unter.

ULRICH VOSS / CHEFREDAKTEUR

P.O.S.-IDEEN.

Es sind Produktneuheiten, Sondereditionen oder Schmuckideen die im Schaufenster untergehen würden. Nicht aber in separaten Vitrinen im Innenraum des Ladengeschäfts. Wir zeigen Ideen, welche Produkte sich für eine kleine Mini-Markenwelt eignen.

WARUM SONDERPRÄSENTATIONEN ZIEHEN

Vitrinen- und Licht-Spezialist MüllerKälber hat gemeinsam mit Giloy eine Schmuckpräsentation der Sonderklasse realisiert. In einer 35 x 35 x 40 Zentimeter großen Aufsatzvitrine wird mit perfekter Schmuckausleuchtung eine kleine Kollektion von lupenreinen Platin-Solitären gezeigt. Auf kleinster Fläche (und mit vergleichsweise günstigen Mitteln) werden vier Superlative gezeigt: die beste Vitrine, die beste Beleuchtung, das beste Schmu-

ckedelmetall und die besten Diamanten. Was für diese Präsentation gilt wäre auch für andere Ideen umsetzbar. Warum nicht eine besondere Messeneinheit exponiert zeigen? Warum nicht eine Schmuckidee in einer Extravitrine erklären, eine limitierte Serie zum Jubiläum zeigen oder endlich mal eine hochwertige Präsentation von Gravurbeispielen zeigen? „Blickpunkt Juwelier“ hat sich auf Ideensuche begeben.

Mehr dazu ab Seite 28

STERNGLAS BEI JUWELIEREN



NEUSTART. Sternglas, ein Start-up, das bisher vor allem im Internet vertrieben wurde und wegen juristischem Ärger mit seiner Bauhaus-Kollektion im Handel bekannt geworden ist, startet nun den Juwelier-Vertrieb. Der Mann dahinter: Dirk Proksch. Seite 46

BUCHERER INVESTIERT FLEISSIG



NEUE NIEDERLASSUNGEN. Bucherer lässt nach dem größten Zukauf der Unternehmensgeschichte, der Übernahme von US-Mitbewerber Tourneau, nicht locker und investiert weiter in bestehende Standorte. Nach Zürich wird nun Hamburg umgebaut. Seite 6

MONDAINE VOR NEUSTART



NACHHALTIG. Nach dem geglückten Relaunch von Nomination im deutschen Markt fängt Bernd Kozlowski bei Mondaine an. Mit im Gepäck hat er die nachhaltigste Armbanduhr der Welt, aus Rizinusöl, Glasfasern, Naturkautschuk und recycelten PET-Flaschen. Seite 40

KLEINE PRÄSENTATION - GROSSE WIRKUNG

MINI-MARKENWELT

DIE KRAFT DES P.O.S.

Mit unserer Idee der „Mini-Markenwelt“ stellen wir dem Juwelier neue Ideen für eine interessantere Art der Präsentation vor. Bewusst gehen wir dem „Kampf im Schaufenster“ aus dem Weg und zeigen, was kleine Präsentationen im Innenraum können, zum Beispiel ...



... ANLÄSSE ANKÜNDIGEN



... FARBE INS SPIEL BRINGEN



... ZUSATZSORTIMENTE ZEIGEN



... IKONEN ZEIGEN



... NEUE ZIELGRUPPEN ANSPRECHEN



... SONDEREDITIONEN VORSTELLEN



... NEUE THEMEN ZEIGEN



... GLOBALE TRENDS INS GESCHÄFT HOLEN



... HIGH-END-KOLLEKTIONEN ZEIGEN



... ALLEINSTELLUNGSMERKMALE ERKLÄREN



... SYSTEMSCHMUCK ERKLÄREN

SCHÖNSTER SCHMUCK AUF KLEINSTER FLÄCHE

VITRINEN FÜR DEN BESONDEREN AUFTRITT.

Wer wäre besser geeignet, eine Mini-Markenwelt zu erschaffen und dabei Luxus-Produkte wie Schmuck oder Uhren ins rechte Licht zu rücken als ein Vitrinen-Spezialist mit Schwerpunkt auf die Entwicklung eigener Beleuchtungssysteme? MüllerKälder hat gemeinsam mit einigen Lieferanten und Juwelieren bereits zahlreiche Projekte realisiert, spätestens aber mit der Kooperation mit Giloy (siehe kommende Doppelseite) wird deutlich, dass diese Idee wohl in jedem ambitionierten Juweliergeschäft realisiert werden kann.



GLANZPUNKTE SCHAFFEN



Öftmals legt der Händler den Fokus auf das Schaufenster und seine Präsentationsmöglichkeiten. Mehr Freiheiten für neue Ideen aber bieten Plätze, in denen Mini-Markenwelt zeigen gereicht werden können. Im Fall von MüllerKälder stachen hierbei derzeit zwei Aufzuvitrinen mit je 40 Zentimeter Breite

zur Verfügung, eine Version mit bewegtem Diamantdrehlicht, eine Version mit vollflächiger aber überraschend dezent angebrachter Beleuchtung. Es gibt sogar Versionen mit integriertem Akku, so dass die Standortfrage flexibel gelöst werden kann. Die Vitrinen sind selbstverständlich abschließbar.

Auf Wunsch können die Aufzuvitrinen mit einem Sockel erweitert und individuell auf Materialien und Farbgestaltung angepasst werden wie das Beispiel von Juwelier Leicht in Hamburg auf der rechten Seite zeigt. Mehr Informationen zu den Vitrinen gibt es im Online-Shop von MüllerKälder.

HOTELPRÄSENTATIONEN



JUWELIER LEICHT IM BESTEN LICHT.

In Luxushotels wie dem Vier Jahreszeiten in Hamburg gelten zwar eigene Regeln, aber auch hier gibt es keine zweite Chance für den ersten Eindruck. Schmuck muss bezaubern. Sofort. Deswegen setzt Juwelier Leicht auf die Vitrinen von MüllerKälder mit ihrer Möglichkeit der Individualisierung und ihrem Einsatz für Schmuck entwickelten Lichtsystem.



MESSEPRÄSENTATION

SCHLICHT UND DESIGNSTARK.

Auch Niessing setzt auf die Präsentationskunst von MüllerKälder. Bei dem diesjährigen Messeauftritt der Inhoergenta Munich sorgten Einzelpräsentationen der Produktreihen für eine passende Messeatmosphäre. Selbstverständlich hat die Design-Manufaktur die möglichst schlichteste Form der Vitrine gewählt.

MAURICE LACROIX
Manufacture Horlogère Suisse

YOUR TIME IS NOW.

AIKON VENTURER
A16058-SS007-430-1

#BEYOURAIKON

GILOY MIT ZWEI SUPERLATIVEN

KONZEPTSTARK. Diamantenspezialist Giloy setzt mit seiner Vitrinen-Präsentation Maßstäbe. Nicht nur die Vitrine selbst ist hervorragend geeignet, ein echtes Highlight im Geschäft zu setzen. Auch die Produkte vereinen gleich zwei Superlative: das beste Schmuckedelmetall (Platin 950) und lupenreine Brillanten.



HIGHLIGHTS SETZEN

Diese Mini-Markenwelt ist derzeit das Maß der Dinge im Markt. Giloy hat gemeinsam mit Vitrinenspezialist MüllerKalber ein genaues Konzept für den Juwelier auf die Beine gestellt. Gezeigt wird in diesem Abhängungsbeispiel der edelste Schmuck überhaupt (Platin 950 in Verbindung mit lupenreinen Brillanten), präsentiert in einer zurückhaltend designten und perfekt ausgeleuchteten Mini-Vitrine. Details zur Vitrine: 35 x 35 x 45 Zentimeter groß, Transformator befindet sich im 10 Zentimeter hohen Sockel, so dass die

Vitrine überall steckerfertig einsetzbar ist. Die Beleuchtung (MK OptiLight 04FOR-N) wurde speziell für Schmuck entwickelt, lässt die Brillanten funkeln und ist gleichzeitig flächig, so dass Diamanten edel zur Geltung kommen. Weitere Infos: info@giloy.net.

IDEAL GEEIGNET FÜR:

- Juweliere, die Diamantschmuck hervorheben wollen
- Trendhändler, die neu Diamantschmuck in ihr Sortiment aufnehmen
- Trauring-Spezialisten, denen hochwertiger Solitärerschmuck bislang fehlt
- Set-Angebote wie beispielsweise dieses Platin-Set

KOMSA LÄSST ALLE FREIHEITEN

PASSGENAU. Tech-Großhändler Komsa hat eigens für den Juwelier ein Display-Konzept entwickelt. Darauf können genau die Markenprodukte gezeigt werden, die der jeweilige Händler vor Ort zeigt. Anders ausgedrückt: Das komplette Sortiment der Smartwatches passt auf ein Display.



NEUE THEMEN ZEIGEN

GESAMTSORTIMENT AUF EINEM DISPLAY.

Komsa kennt viele Branchen, viele Handelsformate und viele Herausforderungen von speziellen Zielgruppen. Für den Juwelier wurde eigens ein Display entwickelt, das auf die Bedürfnisse eines Multibrand-Händlers zugeschnitten ist. Die Präsentationsform lässt maximale Freiheiten, was die

Marken angeht, aber auch die Sortimente. Die jeweils geeigneten Marken können neben dem Komsa-Logo „eigen tick smarter“ individuell ausgetauscht werden. Auf diesem Display werden die aktuellsten Top-

seller der Kategorie Smartwatch gezeigt, v.l.: Garmin Fenix 5s Plus, Garmin Instinct, Samsung Galaxy Watch Active, Vitta Active (hinten), Fitbit Versa Lite, Garmin Fenix 5X Plus (hinten) sowie Samsung Galaxy Watch.



Dieses Display zeigt die aktuellsten Bestseller der Kategorie Connected Watch, v.l.: Garmin Vivomove HR, Withings Steel Sport, Garmin Vivomove HR Sport, Vitta Watch Hybrid Swarovski, Alpina AlpineX sowie Withings Steel HR Limited Edition.



Hier werden die aktuellsten Smarttracker-Bestseller gezeigt, v.l.: Fitbit Charge 3, Fitbit Ace 2, Garmin Vivomart HR, Swisstone 360 HR, Denver BFH-14 HR sowie Fitbit Alta.

VILMAS SCHLIESST NEUE TÜREN AUF

SCHMUCKSCHLESSE MAL ANDERS. Man könnte meinen, hierbei handelt es sich um Schmuckschließen? Nein, Pearlaperla, die neue Marke von Vilmas, hat aus der Schmuckschließe ein ganzes Schmuck-System entwickelt. Im Schaufenster würde diese Idee untergehen. Nicht aber in einer Sonderpräsentation.



SCHMUCKIDEEN ERKLÄREN

ÜBER DIE SONDERROLLE DER SCHMUCKSCHLESSE. Eine Sonderpräsentation im Innenraum des Juweliers kann guten Schmuckideen Räume geben. Eine Schließe von Pearlaperla aus dem Hause Vilmas beispielsweise kann mit einem Push auf die Schließe und einem Dreh nach

links aus einer Perlenkette aus- und in eine Collierkette eingebaut werden, oder in einem Ohrhänger. Die Schließe wird somit zur Basis einer ganzen Kollektion, zum wichtigsten Produkt in der Schmuckschale der Kundin. Eigentlich bedeutend genug, um dieses Produkt in einer Sonderpräsentation zu zeigen.

NEUE ZIELGRUPPEN ANSPRECHEN



UHRMEISTERS BRÜCKE ZUM ECHTSCHMUCK.

Bei Juwelier Lars Uhrmeister geschieht wenig, was nicht durchdacht ist. Der Uhrmacher und Goldschmiedemeister mit großem Trauring-Schwerpunkt in seinen fünf Standorten hat mit seiner Giloy-Vitrine eine weitere Meisterleistung abgeliefert. Denn die Vitrine ist nicht nur die Brücke zwischen dem Trendsortiment und den edlen Trauringen, der Schmuck spricht auch neue Zielgruppen an, die sich bisher nicht mit Edtschmuck beschäftigt hatten – und dies bei einem vergleichsweise kleinem Invest für den Händler. Die Vitrine ist somit das Beispiel für alle Trendhändler, die nicht wissen, wie sie Edtschmuck in ihr Sortiment integrieren können. Ein erster Einstieg könnte dieses Solitär-Sortiment sein.

UND WELCHE IDEE HABEN SIE?



NEUE IDEEN FÜR DEN P.O.S. Welche Ideen haben Sie für eine Mini-Marken-Welt in Ihrem Geschäft? Wie lässt sich beispielsweise das Thema Gravur hochwertig präsentieren? Wie das eigene Firmenjubiläum?

INOVA COLLECTION
STÄHNENUMMER
EG 45A

Julie Julsen

TIME MODE GmbH · T: 0043/465/410004 · F: 0043/465/410007 · info@timemode.com · www.juliejulsen.com
40 00 00 JULIE JULSEN OFFICIAL #4000