

WENIGER
IST IMMER
NOCH
VIEL!

Wichtige Grundausstatter sind auf der Inhorgenta Basis für gute Geschäfte

Partner. Trendmarken tun sich schwer, Basic dagegen nicht. Die wichtigsten Grundversorger sind auf der Inhorgenta in München. Sie haben Interesse am Juwelier – weil sie ihn brauchen!

CEM ENGELKEMPER

Engelkemper ist der größte Großhändler in Deutschland und beliefert insgesamt 3.000 Juweliere.

Engelkemper bietet einzelne Segmente als verkaufsfertiges Konzept für den Juwelier an und präsentiert diese pass-

genauen Lösungen so, wie sie der Händler auch bei sich im Schaufenster und in der Vitrine im Geschäft zeigen kann, um eine klare Aussage treffen zu können. Engelkemper ist, abseits von Fashion-Anbietern, ein grundsolider Partner.



Mit Büsten und Displays liefert Engelkemper dem Juwelier verkaufsfertige Konzepte.



Der Ringständer zeigt übersichtlich die gängigsten Größen.

MAX FRÖHLICH

Ein klassischer Großhändler und verlässlicher Partner für den Juwelier ist Max Fröhlich.

Im Katalog für „Standard-Sortiment-Schmuck“ hat er eine Auswahl von mehr als 2.500 Artikeln aufgeführt – und gibt gleichzeitig eine Garantie für eine Lieferquote von 98 Prozent innerhalb von 24 Stunden. Max Fröhlich bietet von Edelstahl für den Herren über eine Sammelarmbandkollektion bis hin zu hochwertigem, zeitgemäßem Goldschmuck viele Konzepte und passende Drehvitrinen an.



Großhändler Max Fröhlich liefert Vitrinen an, die der Juwelier auf Wunsch personalisieren kann.

WILH. MÜLLER

Ware in einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis für den konservativen Durchschnittsverbraucher, bietet Wilh. Müller, der Lieferant für Basic-Diamantschmuck.

Die Produkte von Wilh. Müller sind mit

Anspruch, aber nicht so ausgefallen wie Fashion Brands, die eine ganz andere Zielgruppe im Auge haben. Juwelier Schott in Tübingen zeigt in seinem Fenster deutlich, dass Wilh. Müller den Diamantbereich stark besetzen kann – im Preisbereich von 500 Euro aufwärts.



Die Diamantschmuckauslage mit Solitäreringen von Juwelier Schott in Tübingen.

PAUKNER

Seit mehr als vierzig Jahren zählt die Firma Paukner zu den wichtigsten Schmuckanbietern.

Paukner ist ein Vollsortimenter und klassischer Großhändler – von Silberschmuck-Vitrinen bis zum Goldschmuck. Mit der Marke Palido hat er allerdings auch eine echte Schmuckmarke (18 Kt.) im Portfolio. Im Vergleich zu vielen traditionellen Großhändlern setzt Paukner viel stärker auf Konzepte. Das Motto von Christoph Paukner: „Trendmarken schaffen Frequenz, Goldmarken Gewinn.“



Der Vollsortimenter bietet von Silberschmuck ab 19 Euro bis zur eigenen 18-Karat-Goldschmuckmarke alles.

DIAMONDGROUP

Der Diamantspezialist Diamond Group mit mehr als 11.000 aktiven Kunden in ganz Europa ist für viele Juweliere zum wichtigsten Lieferanten und Versorger geworden, weil er das wichtige Diamantsegment komplett abdeckt.



Die DiamondGroup liefert Diamantschmuck im Einstiegsbereich.

In der Ringverpackung ist das Zertifikat gleich mit enthalten.

DiamondGroup bietet dem Juwelier nicht nur ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis an, sondern auch hervorragende Konditionen in einem Sorglos-Paket: Bezahlte Produkte, die nach einem Jahr noch nicht verkauft wurden, kann der Händler zum Einkaufspreis zurückgeben und erhält dafür eine Gutschrift. So kann der Juwelier sein teures Diamantlager aktuell halten. Denn Erfolg hat er nur mit frischer Ware.

Das Thema Service steht bei der DiamondGroup ganz oben auf der Agenda.

Ein Zahlungsziel von sechs Monaten gibt dem Juwelier zusätzlichen finanziellen Freiraum. DiamondGroup-Geschäftsführer Frank Heringer sagt: „Im Schnitt bleiben am Jahresende immerhin etwa 30 bis 35 Prozent des Jahreseinkaufs liegen. Wenn dies fünf Jahre lang passiert, hat der Juwelier keine Mittel mehr, neue Ware einzukaufen.“

Das Thema Service steht bei der DiamondGroup ganz oben auf der Agenda. Es gibt ein Service-Center mit eigenen Goldschmieden, um beste Qualität garantieren und dem Juwelier Ärger ersparen zu können.



Unterschiedliche Displays gehören zum Konzept, das dem Juwelier angeboten wird.

silver trends



Zukunft sichern!
Mit Kalkulation
3.0

**INHORGENTA
MUNICH**
Halle B2, Gang C, Stand 320

Hotline: 0211. 35 59 15 - 0 | www.silver-trends.com

WENIGER
IST IMMER
NOCH
VIEL!

WENIGER
IST IMMER
NOCH
VIEL!

DiamondGroup analysiert Bestseller und gibt Tendenzen für 2016

Sicherheit auf Knopfdruck



Große Diamantlieferanten wie die DiamondGroup haben ein gutes Jahr hinter sich und bereits klare Trends für 2016 im Fokus. Die DiamondGroup stellt auf einem modernisierten Stand auf der Inhorgenta Munich aus.



Analyse. Sie suchen Trends? Diamantlieferanten tun sich mit dieser Frage derzeit überhaupt nicht schwer. Vor allem gut positionierte Großlieferanten wie die Diamond Group können auf Knopfdruck Bestseller ermitteln und auch Tendenzen für 2016 geben. Diese sind Tennisarmbänder, Farbedelsteinschmuck und erneut Solitäre.

Die beiden Geschäftsführer der DiamondGroup, Anke Schmidt und Frank Heringer, sowie ihre Belegschaft haben ein stressiges Jahr 2015 hinter sich. Erneut, so erzählt Heringer, sei das Unternehmen gewachsen. Warum? Weil Diamantschmuck im Handel gefragt sei und weil das Konzept aus Riesenauswahl und Umtauschmöglichkeit bei bezahlter Ware extrem gut im Handel ankomme. Auf der Inhorgenta Munich hat die DiamondGroup erneut ihren Messestand mit

Im neuen B2B-Webshop können Juweliere in Echtzeit im Gesamtlager einkaufen.

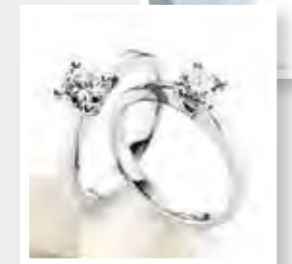
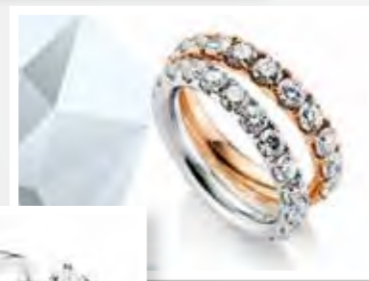
230 m² Fläche, um Platz für 60 Mitarbeiter Standpersonal, die riesige Auswahl sowie die Kunden zu schaffen. Insgesamt zählt die DiamondGroup nach eigenen Angaben mehrere tausend Kunden in ganz Europa. Händler, die schon genau wissen, was sie wollen, können an der neuen, hochwertigeren „Sushi-Bar“,

dem Laufband, Platz nehmen und warten, bis die richtigen Produkte vorbeikommen. Ebenso gibt es zwei Großvitrinen, in denen die Bestseller 2015 zu sehen sind. Durch ein hochmodernes Warenwirtschaftssystem kann die DiamondGroup auf Knopfdruck den Diamantmarkt analysieren (siehe unten). Als Messeneinheit wird der neue B2B-Webshop vorgestellt. Dort können sich angeschlossene Juweliere (keine Verbraucher) direkt ins Warenlager einklinken. Die Ware ist dann 24 bis 48 Stunden später im Geschäft.

BESTSELLER 2015

Was waren die Diamantentrends 2015? Auf Knopfdruck kann die DiamondGroup die Abverkäufe analysieren.

Solitäre waren weiterhin der wichtigste Umsatzbringer. Ebenso Memoire Ringe, halb- oder ganz ausgefasst, sowie die „Illusion-Settings“, zusammengefasste Mehrsteiner in Solitär-Optik. Etwa 80 % der verkauften Verlobungsringe hatten laut Heringer Steine unter einem halben Carat.



„Illusion-Settings“, Memoireringe und Solitäre waren die Bestseller des vergangenen Jahres.

FOKUS FÜR 2016

Weiterhin im Fokus für 2016 steht natürlich der Solitär, erneut die Klassiker als 4er-, 6er- und Zargenfassung.

Auch Tennisarmbänder scheinen ein wichtiges Thema für 2016 zu werden. Die DiamondGroup hat etwa 1.100 auf Lager. Farbedelsteine stehen ebenso im Zentrum des Lieferanten, der seine Kollektion nun auf 600 Modelle vor allem bis 2.000 Euro VK vergrößert hat.



Für 2016 stehen Solitäre, Farbedelsteinschmuck und Tennisarmbänder ganz oben auf der Liste.

RAPTOR

www.raptor-uhren.de



Raptor Herrenuhr. 2979-0069. UVP 49,95 €
Ø 46 mm. Miyota 2115. Datum.

JUST WATCH

www.just-watches.com



Just Watch Herren Chronograph. JW9616. UVP 79,95 €
Ø 46 mm. S. Epson VR33. Datum.

4 GEWINNT! JETZT LIVE VON DEN **4 TOPMARKEN**

AUF DER **INHORGENTA MÜNCHEN** ÜBERZEUGEN!

BESUCHEN SIE UNS VOM 12. BIS 15. FEBRUAR 2016 | HALLE A1, STAND 146/245

www.carucci.de

CARUCCI



Carucci Edelstahl Herrenuhr. CA2185. UVP 269,00 €
Ø 43 mm. Miyota 8215 Automatik. Saphirglas. 30 ATM. Datum.

www.just-watches.com

JUST



Just Watch Damenuhr mit Echtlederband. 48-S10627N. UVP 69,90 €
22 x 34 mm. Miyota 2035. 5 ATM.