

# „IM ZWEIFEL IMMER FÜR DIE LIEBE“

Seit zehn Jahren gibt es derTRAURINGjuwelier. Die 2004 von der Manufaktur egf an den Start gebrachte Initiative hat sich zu Deutschlands größtem Verbund von Trauringspezialisten entwickelt. Den runden Geburtstag feierten 160 Gäste am 26. und 27. Januar im Gloria-Theater in Köln. Für großes Kino sorgte die junge Markenbotschafterin Cosma Shiva Hagen.



Sympathische Markenbotschafterin: Cosma Shiva Hagen mit dem Hauptgesellschaftler Kai-F. Binder und egf-Geschäftsführer Hans Peter Barth(o.) Im Gespräch: Cosma Shiva Hagen erläutert Jessica Wendel, verantwortlich für das Magazin Simply Love bei egf, und egf-Geschäftsführer Hans-Peter Barth ihre Ideale beim Thema Liebe (li.)

Informieren, austauschen und unterhalten: Die Tagung von derTRAURINGjuwelier setzt auf einen Mix, bei dem der Spaß nicht zu kurz kommt



**F**ilm ab! Die Location, das legendäre Gloria-Theater in Köln, bot das perfekte Ambiente für die Veranstaltung von derTRAURINGjuwelier, steht die Liebe doch seit jeher im Mittelpunkt großer Filme. Gebaut in den goldenen 50er Jahren, ist das Gloria heute ein Denkmal für die Zeit des Wirtschaftswunders und versprüht einen ganz einzigartigen Charme. Das in dem Kino bei der Eröffnung am 30. November 1956 ausgerechnet der Film „Verlobung am Wolfgangsee“ gezeigt wurde, muss man schon fast als gutes Omen werten. „Ich denke, die diesjährige Tagung wird ein weiteres Highlight in der Reihe unserer Veranstaltungen werden“, meinte Gastgeber Hans Peter Barth schmunzelnd zur Eröffnung.

### EINE IDEE SCHMIEDET MENSCHEN ZUSAMMEN

Seit Jahren macht der Marketingverbund derTRAURINGjuwelier nicht nur mit gemeinsamen Werbemaßnahmen, sondern auch mit spektakulären Events auf sich aufmerksam. Ob in den Schmuckwelten in Pforzheim, im Opel-Zoo in Kronberg, in der Humboldt-Box in Berlin, im Porsche Museum in Stuttgart oder im BVB-Stadion in Dortmund: Das ganz große Gefühlskino soll auf den Veranstaltungen bei den Teilnehmern geweckt werden. Diesmal durfte Hans Peter

Barth nicht nur 160 Gäste aus 130 Juweliergeschäften aus Deutschland, Österreich, Schweiz, Niederlande sowie Spanien und Belgien begrüßen. Es waren Gäste aus China, Japan, Taiwan und Korea angereist, um zu sehen, wie hierzulande bei Juwelieren der Vorhang aufgeht, wenn sie Heiratswillige ansprechen.

### DIE ERFOLGSSTORY GEHT IMMER WEITER

Klappe, die erste! Die Erfolgsstory von derTRAURINGjuwelier fing ganz bescheiden an. „Wir wollten damals eine nationale Marke für das Trauringgeschäft schaffen, einen Verbund mit gemeinsamen Marketinganstrengungen, der seine Kräfte bündelt“, berichtete Werner Schaaff, efg-Vetriebsleiter, aus den Anfängen. „Wir als Hersteller wollten den Puls des Marktes direkter spüren.“ Die An-

strengungen haben sich gelohnt: 49 Mitglieder waren es beim Start im Jahr 2005, heute sind es 103 Juweliere. In den vergangenen zehn Jahren konnte der Umsatz verzehnfacht werden. Und: Die Zeichen stehen weiter auf Wachstum: 2014 waren es noch mal 14 Prozent mehr. Im Nachbarland Österreich gaben die Trauringjuweliere kräftig Gas und steigerten ihre Umsätze sogar um satte 40 Prozent.

### 36 000 VERLIEBTE SAGEN MIT ACREDO „JA“

„Ein guter Anfang braucht Begeisterung, ein gutes Ende Disziplin“, zitierte Patricia Karg, Geschäftsführerin bei acredo, den deutschen Chemiker Prof. Dr. Hans-Jürgen Quadbeck-Seeger, Mitglied der Enquête-Kommission für Gentechnik des Deutschen Bundestages. „18 000 Mal haben Verliebte im vorigen Jahr ‚Ja, ich will...‘ mit Ringen von acredo ge- ▶

Die Gewinner der Auslosung auf der Tagung – Silke Köberlein, Anne Schlieper, Ingo Adam, Astrid Ferch-Reinhard (v.li.) – dürfen die Lieblingsplätze von Cosma Shiva Hagen (Mitte.) kennenlernen



sagt, eine stolze Leistung“, so Karg und bedankte sich bei den Juwelieren für ihren Einsatz. Insgesamt stieg der Umsatz von acredo gegenüber dem Vorjahr um mehr als 15 Prozent, verteilt auf acredo Trauringe, Schmuck und die im Preissegment darunter angesiedelte Marke Sickinger. Im Durchschnitt wurden und werden 1.400 Euro für Trauringe oder Schmuckstücke von acredo ausgegeben. Immerhin ein Drittel der Heiratswilligen sind sogar bereit, über 2.000 Euro für ihre Symbole der Liebe zu investieren.

### EIN FEUERWERK AN NEUEN DESIGNS

Diamonds are a girl’s best friend – das gilt nicht nur auf der Leinwand: Insgesamt fasste egf im vergangenen Jahr 265 000 Diamanten.

Beachtenswert ist, dass das Schmucksegment seine Umsätze zuletzt verdoppeln konnte. Das wird nun weiter ausgebaut. Patricia Karg präsentierte ein ganzes Feuerwerk an neuen Designs: „Meine Vision ist, acredo zur hochwertigen, internationalen Marke für individuelle Trauringe und Schmuck auszubauen.“ Das Angebot reicht von Wellen-, Stapel- bis hin zu Spannringen. Das Thema Carbon wird ebenso ausgeweitet wie der Herzsolitaire und

der Besatz mit farbigen Diamanten. Verlobungsringe werden 2015 zierlicher, der seitliche Steinbesatz und Mokume sind weitere Trends der kommenden Saison. Der besondere Clou sind die neuen Memoires, die aus den Trauringmodellen entwickelt wurden. Zur Ergänzung gibt es dazu nun auch passende Anhänger und Ohrschmuck. Mit Sets kann man am Set halt am ehesten punkten – nicht nur beim Film-, sondern auch im Juweliergeschäft.

Gute Produkte sind wie ein guter Plot: Sie sind unabdingbar für den Erfolg. Damit sie aber Blockbuster werden, kommt es auf die aufmerksamkeitsstarke Werbung an. Wie kommen Heiratswillige zu ihrem Trauringjuwelier? Dies liegt zu einem sehr hohen Anteil von über 40 Prozent in der Beratungsqualität und der Präsentation des Juweliers. Die Hochzeitsmessen und das Magazin Simply Love tragen mit zusammen fast 10 Prozent ebenfalls zur konstanten Frequenz in den Geschäften bei. Hier darf der Imagefaktor von Simly Love nicht unterschätzt werden, der gerade bei den Empfehlungen unter jungen Leuten eine wichtige Rolle spielt.



Für das leibliche Wohl war gesorgt: Während des ganzen Tages wurden die Teilnehmer des Juweliertreffens bestens mit allerlei Köstlichkeiten versorgt und konnten sich entspannt austauschen

### SIMPLY LOVE ALS IMAGETRÄGER

„Je größer die Leinwand, umso effektvoller die Gefühle.“, sagte einmal die Schweizer Autorin und Lyrikerin Brigitte Fuchs. Genau solch eine große, eindrucksvolle Bühne bietet das Magazin Simply Love. In einer Auflage von 130 000 Exemplaren erreicht es die Zielgruppe. Teilnehmende Juweliere können es zu ihrem Medium gestalten – angefangen vom Cover bis hin zum ausführlichen Firmenporträt.

„Wir haben das Magazin in diesem Jahr noch mal deutlich aufgewertet“, sagt Jessica Wendel, verantwortlich bei egf für Simply Love. Mittlerweile gibt es auch eine nieder-



Am Abend sorgte die Band Vintage Vegas von A-cappella-Sänger Giovanni Zarella für Stimmung (li. und ganz oben). Selbst aus Fernost waren Gäste zur Tagung von der TRAU-RINGjuwelier angereist (o.).

ländische Sprachversion, eine englische folgt in diesem Jahr.

Das Cover des vierten Magazins zielt nun Cosma Shiva Hagen. Die deutsche Schauspielerinnen und Synchronsprecherin verkörpert die junge Generation der Bräute perfekt. Die 33-jährige konnte mit ihrer unprätentiösen, frischen Art sofort alle Gäste auf ihre Seite ziehen. „Ich bin im Zweifel immer für die Liebe“, sagte Cosma Shiva Hagen. Im Magazin tritt sie in einem Shooting eine Reise zu ihren Lieblingsplätzen rund um den Globus an. Paris, Los Angeles, Ibiza, New York, alles ideale Orte für den Antrag oder eine rauschende Hochzeit. Aber persönlich würde sie am liebsten ganz bodenständig in ihrer Heimatstadt Hamburg heiraten.

## WEGE ZUM PERSÖNLICHEN GLÜCK

Wie man mit Liebe, Freude und Verstand erfolgreich Ringe verkaufen kann, zeigte der Bestsellerautor Robert Betz auf. Er stellte die Fragen in den Raum: „Willst Du normal sein oder glücklich? Ist das, was Du tust, von Liebe motiviert oder machst Du das nur, um zu...?“ Zu oft folgen die Menschen nicht mehr ihren Bauchgefühlen, sondern wollen nur anderen gefallen und funktionieren. Sie lassen ihre Energie damit nicht frei fließen, hören zu selten auf ihr Herz. Betz meint, dass zu viele Menschen von Ängsten getrieben seien. Nur wer in der Lage ist, sich selber glücklich zu machen, kann auch andere glücklich machen. Und: Nur glückliche Menschen kön-

nen auch gut verkaufen, vor allem wenn es um emotionale Produkte wie Trauringe geht.

Nicht nur im Film ist ein Happy End erwünscht. Auch für die Tagung von der TRAU-RINGjuwelier sind die Abendveranstaltungen bereits Legende. In diesem Jahr machte die Band Vintage Vegas mit aktuellen Hits im Swing-Gewand ordentlich Stimmung und heizte den Gästen bis in die frühen Morgenstunden ein. Am folgenden Tag erfuhren die Teilnehmer bei einem Seminar von Robert Betz, wie man Kunden wirklich glücklich macht. Ein gelungener Abschluss und man darf gespannt sein, was sich das egf-Team im nächsten Jahr einfallen lässt. ■

[www.egf-trauringe.de](http://www.egf-trauringe.de);  
[www.dertrauringjuwelier.de](http://www.dertrauringjuwelier.de)