

DER **KUNDE** IST DER **HELD**

Wie begibt man sich mit dem Kunden auf eine Heldenreise? Dieses und viele weitere spannende Themen standen auf der Agenda „der Trauringjuwelier“-Tagung von egf am 17. Mai im alten Schlachthof in Karlsruhe.



„Es ist großartig, nach zwei Jahren Pause alle wieder in einem Raum versammelt zu sehen“, begrüßte egf-Geschäftsführer Stefan Schiffer die 45 angereisten Teilnehmer. „Der Trauringjuwelier“ ist eine starke Gemeinschaft und gut durch Corona gekommen.“ Insgesamt zählt der Marketingverbund 50 Mitglieder in Deutschland und zehn in den Niederlanden sowie der Schweiz. egf-Vertriebsleiter Frank Walz bedankte sich zunächst für das Engagement der sechs Beiräte, welche in regelmäßigen Treffen die Interessen der Juweliere vertreten, anschließend führte er durch das abgelaufene Geschäftsjahr 2021: „Trotz Corona und der rückläufigen Trauungen haben wir ein großes Wachstum in kurzer Zeit erlebt. Die Auftragslage ist gut und wir konnten 30 Mitarbeiter neu einstellen.“ Die Personalsuche gestaltet sich für alle in der Branche zurzeit äußerst schwierig. Nick Binder, Marketingchef der Binder Gruppe, präsentierte einen Social-Media-Spot, in dem er mit einem Augenzwinkern den Kniefall vor den potenziellen Bewerbern vollzieht. Der Erfolg des Spots war riesig: „Wir erhielten nach zwei Wochen 74 Bewerbungen“, resümierte er. Er legte den „Trauringjuwelieren“ nahe, ebenfalls authentische Social-Media-Videos bei der Personalsuche zu nutzen.

„Das Potenzial des Verbundes vor Ort ist noch lange nicht erreicht“, sagte Frank Walz. Die Zahlen sind trotzdem beeindruckend: Der Auftragseingang legte im letzten Geschäftsjahr um 18 Prozent zu, die Durchschnittspreise stiegen um vier Prozent je Trauringpaar, was vor allem auf den Trend zu höherwertigen Legierungen sowie Brillantbesätzen bei den Damenringen zurückzuführen ist. egf-Marketingleiter Artur Raiser stellte das neue Markenkonzept mit neuem Logo und Internetauftritt vor. Hier stehen nicht mehr egf sondern die Pro-

Der neue egf-Chefdesigner Lukas Grewenig erläutert seine Ideen



„Der Trauringjuwelier“ ist eine starke Gemeinschaft von Spezialisten

dukte im Fokus. Zudem bietet die Webseite mehr Informationen und Tipps. Seit einem Jahr gibt es den Ringfinder fürs Smartphone, der wie Tinder durch Wischen innerhalb von einer Minute zu einer Vorauswahl führt. Nick Binder: „So sieht man schnell, in welche Richtung das Brautpaar denkt.“ Außerdem wurde jüngst der Konfigurator 2.0 vorgestellt. Nun sind alle von den Kunden kreierten Designs zu 100 Prozent produzierbar und die Schritte zum Auftrag wurden verkürzt. Auch der Social-Media-Auftritt erhielt einen neuen, emotionaleren Look. Über 2400 Follower verfolgen die Postings. Marco Hintz von Unimess, der den Internetauftritt betreut, sieht noch viel Potenzial. So seien nur wenige Juweliere untereinander vernetzt. Mit jeder Verlinkung der Homepages steige aber die Sichtbarkeit beim Google Ranking.

Geschichten erzählen

„Design erzählt Geschichten, das macht es auch leichter, es dem Kunden zu erklären“, so erläuterte der neue egf-Chefdesigner Lukas Grewenig seinen Denkansatz. Er kommt aus einer Goldschmiedefamilie, hat in Pforzheim und London studiert und feierte seinen Einstand bei egf mit seinem Trauringkonzept „Zweiklang“ für die Kollektion zum

111-jährigen Jubiläum. Ums Geschichtenerzählen ging es auch beim Vortrag von Benedict Crisand. „Die Heldenreise ist die älteste Geschichte der Menschheit“, sagte der Schauspieler und Coach. „Der Held verlässt seine gewohnte Welt, begegnet einem Mentor und bricht zu neuen Horizonten auf. Ähnlich verhält es sich für den Trauringkunden: Er ist derjenige, der gewohnte Pfade verlässt, der Verkäufer ist sein weiser Ratgeber, der ihm hilft, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Und der Ring ist der treue Gefährte.“ Doch oft trifft der Verkäufer falsche Annahmen über seinen Helden, glaubt schon alles über ihn zu wissen, ohne nachzuforschen. „Falsche Annahmen führen oft auf falsche Bahnen, es braucht daher im Verkauf mehr Mut. Schließlich kann man nur gewinnen“, so Crisand.

Als Gewinner fühlten sich auf jeden Fall alle Teilnehmer an dem diesjährigen „Trauringjuwelier“-Event. Denn sie konnten nicht nur von den zahlreichen praktischen Tipps der Workshops zu Marketing, Design und Verkauf profitieren, sondern sich auch intensiv austauschen und so auf dem Weg zu noch mehr Exzellenz als Trauringexperten weiter voranschreiten.

Axel Henselder