



Die Generation der 25- bis 30-Jährigen soll mit dem Konzept der Marrying-Shops angesprochen werden

Trauring-Verkauf

All you need is love

Berlin – „All you need is love“ ... Prominente pilgern zu Jens Schniedenham, dem Freund von Suzanne von Bosordy, der Liebe wegen. Der ehemalige Gesellschafter und Experte von Max Platin in München hat am Kurfürstendamm mit Marrying ein neues Konzept verwirklicht. Es ist die Antwort auf die Frage von verliebten Paaren, die eine Entscheidung für ihre Liebe treffen wollen: woher bekommen wir unsere Trauringe?

Hier setzt Schniedenham auf ein Geschäft, in dem sich alles ausschließlich um das Thema Partnerringe dreht: ob in Gold oder in Platin, 130 Trauringpaare zwischen 400 und 7 000 Euro von Henrich & Denzel hält er bereit. Schniedenham hält das Thema Trauringe für ein Stiefkind der Branche. Mit Marrying will er das ändern. „Die Trauringkunden haben eine emotionale Entscheidung gefällt, ohne dabei bereits zu wissen, bei welchem Juwelier das anstehende Kaufbedürfnis befriedigt werden soll. Den Juwelieren ist oft dieser Bereich zu wenig spektakulär, zu beratungsintensiv. Wir werden das ändern.“ Gemeinsam mit seinem langjährigen Freund, dem Goldschmied Bruno E. Bauer (Juwelier Kühnöl), inszeniert er in ansprechendem Ambiente ohne Berührungspunkte

das wichtigste und langbleibigste Symbol der Liebe völlig neu.

Mit dem Konzept liegt Schniedenham im Trend. Laut Statistischem Bundesamt nimmt die Zahl der Eheschließungen erstmals seit Ende der 80er-Jahre nicht mehr ab, sondern zu. Seine Kernzielgruppe besteht aus der MTV-Generation, den 25- bis 30-Jährigen. Über 90 % dieser Zielgruppe haben in ihrem Leben nie zuvor ein Juweliergeschäft betreten, da ihnen laut BBE-Studie der Aufenthalt beim Juwelier genauso unangenehm ist wie der Besuch beim Zahnarzt. Die kleinen aber feinen Marrying-Shops, die in den nächsten fünf Jahren auch in anderen Großstädten Deutschlands an erstklassigen Standorten entstehen, sollen diese Hemmschwelle endgültig beseitigen. Mit 250 Gästen, darunter viel Berliner Prominenz, wurde der Start der neuen Geschäftsidee gebührend gefeiert.