



JUNGES KONZEPT



Auf Reformkurs:
Jens
Schniedenharn

Als der Ruf nach zeitgemäßen Geschäftsideen laut wurde, um die Juwelierbranche neu zu beleben, machte vor allem ein Mann von sich reden:

Jens Schniedenharn, der im Jahr 2004 mit Marrying einen völlig neuen Fachgeschäftstypus ins

Leben rief. Sein Motto: „Eine Branche, die Träume verwirklicht, Emotionen vermittelt und Luxusartikel verkauft, muss ihre unterschiedlichen Zielgruppen klar definieren, diese genau kennen und die jeweilige ‚Sprache‘ sprechen.“ Das Trauringgeschäft spricht vor allem die junge Zielgruppe an und soll die Schwellenangst senken. Mittlerweile gibt es bundesweit acht Marrying-Läden und zwei weitere in Spanien. Das Franchisekonzept, das von Juwelieren vor Ort in Eigenregie betrieben wird, besteht durch eine lockere Atmosphäre. Flache Theken mit bequemen Sesseln, ein riesiges Glas Gummibärchen zur Selbstbedienung, Flachbildschirme mit Videoclips, moderne Kunst an den Wänden – hier fühlt man sich

wie in einer angesagten Lounge. Ein Glas Champagner oder ein Espresso gehören hier selbstverständlich zum ausführlichen Beratungsgespräch. Das Verkaufspersonal ist jung, kann auf Augenhöhe mit der Zielgruppe kommunizieren. Das Konzept geht auf, die meisten Läden haben bereits im ersten Jahr Gewinn gemacht. Zudem profitieren die Betreiber, zumeist alteingesessene Juweliersgeschäfte, da sie langfristig eine Beziehung zu jungen Konsumenten aufbauen.

DIE ZEHN ERFOLGSgebote DES JENS SCHNIEDENHARN

1. Die unterschiedlichen Zielgruppen klar definieren und sich gegebenenfalls sogar für nur einen Kundenkreis entscheiden.
2. Für eine einladende Außenwirkung sorgen.
3. Den Kunden das Gefühl vermitteln, immer erwünscht zu sein.
4. Für Mitarbeiter sorgen, die die Sprache der Zielgruppe sprechen.
5. Das Ambiente des Schmuckgeschäfts auf das Angebot abstimmen.
6. Trotz Sicherheitsrisiko lieber für offene Türen sorgen statt für Sicherheitsklingen und -schleusen.
7. Mit kompetenter und guter Information überzeugen und nie zum Kauf überreden.
8. Emotionen und Begehrlichkeit wecken und auf diese Weise aus Interessenten Liebhaber machen.
9. Das Angebot verschlanken und wertige Einzelstücke präsentieren.
10. Auf Individualität und Klasse setzen statt auf Masse.



TV-Star Jan Josef Liefers und Anna Loos bei Marrying