



PRO

„DER JUWELIER BLEIBT UNSER KOMPETENZPARTNER!“

Guido Abeler von **Carl Engelkemper Münster** hält dem Fachhandel nicht nur die Treue, sondern glaubt auch an die Zukunft dieser Vertriebsform. Die Gründe dafür verrät er hier.

Immer mehr Fachgeschäfte geben auf, die Juwelierdichte in der Fläche schwindet. Sie halten aber am stationären Fachgeschäft fest?

Guido Abeler: Der Fachhandel bleibt unser wichtigster und einziger Vertriebskanal. Aber der Fachhandel stellt sich heute auch differenzierter dar als früher. So sind wir mit unseren Produkten inzwischen auch in Einkaufszentren vertreten. Und wir haben stationäre Händler, die erfolgreich im Online-Bereich aktiv sind. Beides war früher undenkbar. Wir haben uns also an vielen Stellen angepasst, der Begriff Fachhandel erfuhrt eine ständige Erweiterung.

Warum ist das Fachgeschäft auch in Zukunft für Sie wichtig?

Das ist zum einen aus unserer Historie bedingt: Wir kommen aus dem Bereich Fachtechnik. Das ist unsere DNA. Der Fachhandel bietet Service vor Ort, das kann kein Internet so abbilden. Leute wollen den Batteriewechsel oder ein neues Armband schnell und unkompliziert bekommen, wenn sie gerade in der Stadt sind. Kaum jemand möchte die Uhr umständlich einsenden. Juweliere, Goldschmiede, Fachgeschäfte sind Servicezentren, die Frequenz erzeugen und auch künftig ihre Berechtigung haben. Wir sind bei diesem

Geschäftstypus zum Beispiel mit unseren Drehvitrinen – die beim Warten für Mitnahmeeffekte sorgen – sehr gut aufgestellt. Wir wollen uns gemeinsam mit dem Fachhandel weiterentwickeln.

Fürchten Sie nicht die zunehmende Konkurrenz aus dem Internet?

Die Ware, die wir verkaufen, gibt es ja grundsätzlich auch im Internet. Aber das ist ja nicht das Problem. Es geht darum, Bedürfnisse zu wecken. Dabei unterstützen wir den Einzelhändler, zum Beispiel mit dem auf ihn zugeschnittenen Lifestyle-Magazin und der E-Commerce-Shop-Lösung „myTrends“. Wir machen es dem Geschäft dabei so einfach wie möglich, es muss sich um nichts kümmern, lediglich darum, sein Angebot on- und offline bekannt zu machen. Dafür bieten wir auch Social-Media-Posts an. Denn eins ist klar: Zuerst informiert wird sich heute im Netz. Dann schaut der Kunde, wo man das Produkt kaufen kann. Die Kombination aus unserem und dem Content des Fachhändlers sorgt für den nachhaltigen Erfolg. Denn eins wollen die meisten Menschen: die Passform, Haptik und Optik live erleben. Daher hat auch in Zukunft das Präsenzgeschäft die Nase vorn.