



WALTER LEHMKÜHLER RÄT ZUM UPGRADE

„DER TREND HEISST VERÄNDERUNG“

ZUKUNFT DURCH KONZEPT.

Als Branchen-Beobachter und Branchen-Insider kennt Walter Lehmkuhler die Trends beim Juwelier genau. Derzeit macht der Unternehmensberater den Trend zur Veränderung aus. Genauer: Juweliere, die sich upgraden, seien zukunftsfähiger.

Am Anfang steht der Kunde. Und der wird immer anspruchsvoller. Diese generelle Entwicklung sieht Walter Lehmkuhler von Walter Lehmkuhler Consulting für den Juwelier als große Chance. Denn seine Juwelierkunden, die ein Upgrade realisieren konnten, seien gut durch die Pandemie gekommen. „Dieses Upgrade von Sortiment und Leistung brauchen Schmuckgeschäfte unbedingt, um hochwertige Kundschaft anzusprechen und somit den Durchschnittsbonus zu erhöhen“, sagt Lehmkuhler. „Die Pandemie hat gezeigt: Wenn der Durchschnittsbonus hoch genug ist, reichen auch vergleichsweise wenige Verkäufe.“

Der Fokus in der Philosophie und der Kommunikation zukunftsfähiger Schmuckgeschäfte sollte auf hochwertigen Themen und besonderen Qualitäten im Verbund mit einem glaubwürdigen Leistungsversprechen liegen. Das kann beispielsweise geübtes Handwerk und die Möglichkeit auf individuelle Anfertigungen, eigene Produktreihen

oder eine besondere Möglichkeit der Individualisierung von Schmuckstücken sein. Lehmkuhlers Credo: Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt, solange ein hochwertiges Alleinstellungsmerkmal entsteht.

Weniger entscheidend seit Corona ist die Lage des Ladengeschäftes. Die Innenstädte hätten an Attraktivität verloren. Die Konsequenz sei, dass der Standort nicht mehr die Bedeutung hat, wie es in der Vergangenheit der Fall war. Geschäfte in sogenannter B- oder C-Lage mit eigenen Parkplätzen direkt vor dem Geschäft seien heutzutage viel interessanter, so Lehmkuhler. Je schneller und einfacher im Internet Ware bestellt werden kann, desto besser muss auch die Erreichbarkeit von Geschäften gewährleistet sein.

Entscheidend für den Erfolg sei vielmehr, dass Raumkonzept und Verkaufsstrategien an veränderte Marktbedingungen anpassen seien. Oftmals drücke sich das Ergebnis einer tiefgehenden Bedarfsermittlung in Räumlichkeiten aus, die mehr ans eigene Wohn-

zimmer als an ein Einzelhandelsgeschäft erinnern. Doch genau dies lege den Grundstein für eine nachhaltige Stammkundenbildung. Letztlich coacht Walter Lehmkuhler seine Kunden dahingehend, zukunftsweisende Entscheidungen zu treffen.

Doch dies bedeutet auch, dass die Qualifikation der Juweliere und deren Mitarbeiter entscheidender dafür wird, gegenüber dem Kunden glaubwürdig aufzutreten und die neu aufgestellten Konzepte mit Leben zu füllen. Da das Finden von qualifiziertem Personal sehr schwer sei, setzt Lehmkuhler auf das Coaching der bestehenden Mitarbeiter. „Wir sind stolz, dass wir durch die Förderung individueller Talente und durch zielführende, interne Prozesse und die richtige Herangehens-

Gemeinsam neue, hochwertigere Wege gehen: Gemeinsam mit Walter Lehmkuhler hat Juwelier Balsler in Gießen sein Geschäftskonzept den Gegebenheiten angepasst und upgradet – dies wird auch in den neu umgebauten Räumlichkeiten sichtbar.

„Die Pandemie hat gezeigt: Wenn der Durchschnittsbonus hoch genug ist, reichen auch vergleichsweise wenige Verkäufe.“

WALTER LEHMKÜHLER,
CONSULTANT

weise an Verkaufsgespräche nachweislich prozentual zweistellige Umsatzsteigerungen ermöglicht haben“, sagt Lehmkuhler.

Seine Aussichten für das Jahr 2022 gehen genau in diese Richtung. „Wir haben bereits einige Kunden, die einen zukunftsweisenden Weg gemeinsam mit uns gehen wollen“, sagt Lehmkuhler. Durch einen Ausverkauf werden die nötigen liquiden Mittel geschaffen. Zeitgleich wird gemeinsam ein maßgeschneidertes Konzept erarbeitet, mit dem sich die Kunden identifizieren können. Somit kann direkt nach Beendigung eines Abverkaufs mit der Umsetzung des Konzepts und dem Coaching der Mitarbeiter begonnen werden, berichtet Lehmkuhler: „Einem erfolgreichen Neustart steht dann nichts mehr im Wege.“