

# WAS HILFT GEGEN DIE INFLATION?

*Unternehmensberater Walter Lehmkuhler unterstützt seine Kunden bei Strategien, um aktuellen Entwicklungen zu begegnen. Die Inflation ist zum Beispiel ein Thema, welches auch den Uhren- und Schmuckfachhandel betrifft.*



Foto: Volker Renner

Die Inflation ist mit über sechs Prozent – Stand Mai – nach wie vor sehr hoch. Die gefühlte Inflation liegt sogar bei über 18 Prozent, wie Kreditversicherer Allianz Trade in einer Umfrage herausgefunden hat. Und das ifo Institut berichtet, dass zwei Drittel der Uhren- und Schmuckfachgeschäfte die Preise anheben. „Das müssen sie auch tun“, sagt Walter Lehmkuhler. „Denn ansonsten verlieren sie mit jedem verkauften Stück Geld. Das geht zulasten der Marge.“ Wegdücken und abwarten geht also nicht, die Wareneinstandskosten sollten immer aktualisiert und das Sortiment entsprechend mit neuen Preisen ausgezeichnet werden.

Lehmkuhler weiter: „Bei Luxusuhren beobachten wir seit Jahren, dass die Preise nur eine Richtung kennen: nach oben. Auch Gold hat sich in der letzten Zeit deutlich verteuert. Das ist die sogenannte Asset-Inflation, also die Verteuerung von knappen, werthaltigen Anlagegütern, die aus Sorge vor der Geldentwertung verstärkt nachgefragt werden. Hier entspannt sich die Lage teilweise sogar – nicht beim Gold, aber beispielsweise bei den Diamanten.“ Es gibt laut dem Beratungsprofi andere Möglichkeiten, der Inflation Paroli zu bieten. „Es gibt ja Ware, bei der die Preisschraube der Hersteller nicht ganz so schlimm angezogen wurde, die man bei der Sortimentsgestaltung nun stärker in den Fokus rücken kann. Oder man konzentriert sich auf Warenbereiche, die vom Preisdruck nicht so stark erfasst wurden wie andere“, nennt der Kaufmann als Optionen und fährt fort: „Zudem kann man attraktive Offerten oder vielleicht auch mal ein Lockangebot zum Beispiel bei

Verlobungs- oder Trauringen machen – hier beginnt ja die Bindung zum Fachgeschäft, die ein ganzes Leben lang halten kann. Das A und O ist dabei das richtige Marketing auf allen Kanälen. Dann bleibt bei den Kunden auch hängen, dass das Geschäft ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis bietet und eine sympathische wie auch kompetente Alternative zu den Filialisten darstellt.“

Ein weiterer Aspekt ist die Kostenseite. „Gerade in den Klein- und Mittelstädten haben Juweliere und Goldschmiede eine viel bessere Verhandlungsposition bekommen aufgrund der gesunkenen Frequenzen und der vielen Leerstände. Die gilt es zu nutzen. Schauen Sie in Ihren Mietvertrag. Wenn er demnächst endet, teilen Sie dem Vermieter die Kündigung mit, mit der Erklärung, dass es unter besseren, günstigeren Bedingungen eventuell eine Fortführungsmöglichkeit gibt. Dies ist eine sogenannte taktische Kündigung, die heute üblich ist. Hier kann man erhebliche Zugeständnisse bei den Preisen aushandeln. Denn niedrigere Mieteinnahmen sind allemal besser als Leerstand.“

Es gibt also viele Wege, um der Inflation erfolgreich zu begegnen.

→ [www.lehmkuehler-consulting.de](http://www.lehmkuehler-consulting.de)

**„Auf das richtige Marketing kommt es an, damit bei Kunden hängen bleibt, dass das Geschäft ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis bietet.“**

**Walter Lehmkuhler**  
Geschäftsführer

## FAKTEN

Seit Mitte der 1990er-Jahre beschäftigt sich der Goldschmiedemeister und Kaufmann Walter Lehmkuhler mit der Beratung von Juwelieren und Goldschmieden. Ob Verkaufcoachings der Mitarbeiter, strategisches Marketing auf allen Kanälen oder die komplette Neuausrichtung des Geschäfts: Das kompetente Beraterteam unterstützt Juweliere mit im Haus entwickelten Konzepten, neuen Ideen sowie maßgeschneiderten Lösungen, die auf langjähriger Erfahrung, intensiver Marktforschung und zielführenden Innovationen beruhen. Viele Juweliere hat Walter Lehmkuhler bereits erfolgreich für die Zukunft neu aufgestellt und ihnen so eine Perspektive gegeben.