

# WO HERSTELLER UND JUWELIERE IM GLEICHEN BOOT SITZEN MARKETPLACE FÜR ALLE!

## ZWISCHENBILANZ.

Die Bedra-Initiative zur Stärkung des Handels nimmt Gestalt an. Zur Inhorgenta wird das Projekt offiziell vorgestellt. Volker Grobholz, Geschäftsführer von Bedra und Initiator des Projekts „Marketplace“ (siehe auch „Blickpunkt Juwelier“ 07/19), gibt erste Eindrücke.

Kraftakt auf der Zielgeraden: Der Bedra-Marketplace, der das Angebot vieler Juweliere und Hersteller (auch von No-Name-Produkten) vereint, wird auf der Inhorgenta vorgestellt.



## DIE MARKTSITUATION

„Der Kampf um die Gunst der Verbraucher wird immer herausfordernder. Der Wettbewerb ist vielfältig. Egal ob E-Bike, Smartphone oder Hi-Tech-Akkusauger, im Bereich der Luxusgüter ist das Angebot riesig. Geworben, inspiriert und gekauft aber wird immer mehr online.“

## DIE BRANCHENSITUATION

„Viel zu lange hat die Schmuckbranche das Feld den großen Marken und Filialisten überlassen und sieht nun zunehmend wie es schwieriger wird die Verbraucher in die Läden zu bekommen und Preise für vergleichbare Produkte zu verteidigen.“

## DIE STATIONÄREN VORTEILE

„Der Einzelhandel hat entscheidende Wettbewerbsvorteile von denen die Onlinehändler bisher nur träumen können, zum Beispiel hochwertige Fachberatung, ein breites lagerndes Produktsortiment für ein Einkaufserlebnis, kompetenter und professioneller Service bei Reparaturen, Reklamationen oder Anpassungen – und das flächendeckend bis in kleinste Ortschaften.“

## WAS FEHLT?

„Es fehlt eine Online-Plattform, um den Kunden die Produkte und Vorteile zu präsentieren. Wir haben in den vergangenen Wochen und Monaten intensiv mit Herstellern, Juwelieren und Spezialisten für Onlinemarketing diskutiert und beraten. Herausgekommen ist dabei, dass alle das gleiche wollen: die Marktchancen des Onlinehandels nicht verpassen sowie Werbung bei Verbrauchern machen ohne sich gegenseitig das Geschäft und die Margen wegzunehmen.“

## DIE IDEE DES MARKETPLACES

„Im Alleingang wird man dieses Ziel wie oben beschrieben nicht erreichen können. Weder Hersteller noch Juweliere sind in der Lage allein eine ernstzunehmende Antwort auf die digitalen Anforderungen der Zukunft zu entwickeln – aber in der Gemeinschaft. Keine Lösung sind viele, kleine Shops der Hersteller. Der Konsument möchte ein breites, attraktives Angebot das nicht auf einen Hersteller begrenzt ist. Der Juwelier wiederum kann und will nicht dutzende von Herstellerplattformen bedienen.“



„Zur Inhorgenta werden wir das Projekt offiziell vorstellen.“

VOLKER GROBHOLZ,  
BEDRA

## VORTEILE FÜR DEN HÄNDLER

„Auf der Inhorgenta Munich 2020 werden wir eine Plattform für Juweliere und Hersteller präsentieren, die es den Händlern ermöglicht, ihr Schaufenster mit minimalem Aufwand in die digitale Welt zu erweitern und Produkte zu verkaufen, die sie selbst nicht einmal lagernd haben müssen. Damit kann der zunehmende Wunsch der Juweliere und Goldschmiede zu mehr Individualität und Einzigartigkeit gedeckt werden ohne große Bestandsrisiken einzugehen.“

## VORTEILE FÜR HERSTELLER

„Hersteller müssen schnelleres und besseres Feedback der Konsumenten erhalten, um neue Trends zu entwickeln. Dies funktioniert aktuell

nicht. Die Feedbackzeiten sind zu lange, viele Designs bekommt der Konsument nie zu sehen, weil sie nicht in die Sortimente aufgenommen wurden. Juweliere brauchen Produkte die nachgefragt werden. Doch Bestand kostet Liquidität und birgt Risiken. Entsprechend begrenzt ist die Risikobereitschaft Neues auszuprobieren. Also muss dieses Risiko verteilt werden.“

## ZEITPLAN

„Zur Inhorgenta Munich 2020 wird die Plattform vorgestellt, so dass nach Abschluss der Registrierungsphase die finale Umsetzung live gehen kann. Hersteller und Juweliere, die bereits in der laufenden Konzeptionsphase mitwirken möchten, finden Kontakt unter marketplace@bedra.de“