

Ausgabe Nr. U 31/20 | Düsseldorf, 28. Juli 2020 | 42. Jahrgang | ISSN 1431-3456

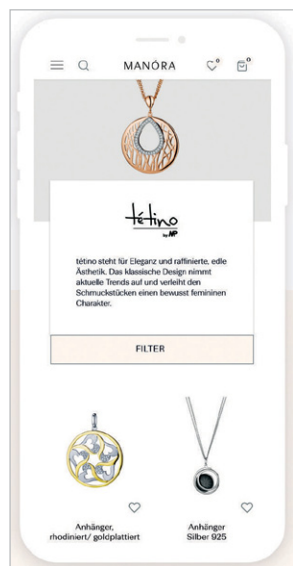
Die Coronakrise führt Menschen zusammen. So haben Bewohner von New York City in der Innenstadt vielerorts Kühlschränke aufgestellt und mit Lebensmitteln für in Not geratene Menschen gefüllt. Auch unsere Branche hält zusammen. Diese Woche informieren wir Sie zu den Themen: ■ INOVA Collection ■ Registrierkassen ■ Baselworld wird zu HOURUNIVERSE ■ Messekalender ■ SEIKO unterstützt Markenkampagne ... – Zuerst:

MANÓRA: Jetzt für die Online-Plattform von BEDRA anmelden

Online präsent sein und verkaufen, aber trotzdem im stationären Geschäft Kunden begeistern und Umsätze generieren – diese Quadratur des Kreises soll mit MANÓRA, der Online-Plattform des Schmuckgroßhändlers BEDRA aus Weil der Stadt gelingen. Die Ideen für dieses Konzept, das ein kompetentes Team um BEDRA-Geschäftsführer **Volker Grobholz** entwickelt hat, haben wir Ihnen bereits in U 15/2020 und U 1-2/2020 vorgestellt.

Die Plattform soll es Ihnen als Fachhändler ermöglichen, mit minimalem Aufwand Ihr Schaufenster in die digitale Welt zu erweitern und Produkte zu verkaufen, die Sie selbst nicht auf Lager haben. Damit können Sie für Ihre Kunden ein riesiges Sortiment vorhalten und über Onlinebestellungen neue Kunden gewinnen – ohne nennenswerte finanzielle Risiken.

Konkret sieht das so aus: Ein Endverbraucher findet auf www.manora.de ein Schmuckstück, das ihm gefällt, und legt es in den Warenkorb. Bevor die Bestellung abgeschlossen wird, werden mehrere Juweliere im Umkreis angezeigt, von denen einer ausgesucht werden muss. Dorthin liefert BEDRA oder der jeweilige Hersteller die Ware, sobald die Bezahlung abgewickelt ist. Der Juwelier erhält die entsprechenden Angaben und informiert den Endkunden, sobald das Schmuckstück bei ihm eingetroffen ist. Dieser kommt ins Geschäft und holt das vorab vom Juwelier geprüfte Stück ab. Sobald die Widerrufsfrist abgelaufen ist, zahlt BEDRA dem Fachhandelspartner die normale Marge aus, von der nur die Kosten für die Zahlungsabwicklung und den (evtl. versicherten) Versand abgezogen werden. Bei Nichtgefallen wickelt der Juwelier die Retoure ab und hat gleichzeitig die Chance, aus seinem lagernden Sortiment eine Alternative anzubieten.



Mobile Darstellung der Markeninspiration MANÓRA
© BEDRA

Volker Grobholz zählt im Gespräch mit 'mi' wichtige Pluspunkte auf: „Beteiligte Juweliere profitieren von der Präsentation der Ware im Onlinehandel ohne Kosten für ■ Vorfinanzierung der Ware ■ Lagerhaltung ■ Webshoperstellung und Design ■ Rechtsberatung für Datenschutz, AGB etc. ■ Shop-



Volker Grobholz
© BEDRA GmbH

Software ■ Hosting ■ Bilderstellung und Beschreibung der Ware ■ Suchmaschinenoptimierung SEO ■ Social Media- und Online-Marketing etc.“

Inzwischen sind die Vorarbeiten für die Plattform fast beendet und die Vereinbarungen zwischen Juwelieren und BEDRA warten auf die Unterschriften. Zuvor aber hat Grobholz den Vertragsentwurf an 'markt intern' geschickt, damit wir eine Bewertung vornehmen können. Schon für diesen Schritt gebührt ihm großes Lob. Und auch beim Blick auf die Details ändert sich an dieser ersten Einschätzung nichts.

Zunächst liest sich der Text etwas sperrig, wie das für einen Nicht-Juristen bei einem solchen Vertrag aber eigentlich normal ist. Schließlich soll der Wortlaut juristisch eindeutig sein und beide Seiten vor Missbrauch schützen. Positiv aufgefallen sind uns u. a. diese Punkte: ■ Einzelhändler sind nur zugelassen, wenn sie „die gesetzlichen Voraussetzungen für die Berufsbezeichnung 'Juwelier' und/oder 'Goldschmied' erfüllen und über ein entsprechendes Ladengeschäft im Geltungsbereich der Bundesrepublik Deutschland verfügen“. So können Betriebe ausgeschlossen werden, die Schmuck nur als Randsortiment anbieten oder über gar kein Ladengeschäft verfügen ■ MANÓRA ergänzt die bisherigen Aktivitäten der Fachhändler, auch andere Onlinekanäle dürfen weiter bedient werden ■ BEDRA schließt den Kaufvertrag direkt mit dem Endverbraucher ab und übernimmt auch bei Retouren die Kosten und das Risiko des Versands ■ Die Plattform berücksichtigt, dass einzelne Hersteller ihren



Ihr direkter Draht zur Redaktion Uhren & Schmuck: +49 (0) 211 6698-303

■ Fax: +49 (0) 211 6698-237 ■ E-Mail: schmuck@markt-intern.de ■ www.markt-intern.de/schmuck

Juwelieren Gebietsschutz einräumen, und zeigt nur deren Namen in der Auswahlliste eines Produktes an ■ BEDRA räumt dem Juwelier die Möglichkeit ein, sein Unternehmen mit eigenen Inhalten auf der MANÓRA-Website zu präsentieren. Dafür stellt der Juwelier die Daten zur Verfügung, die Umsetzung übernimmt BEDRA bzw. die kooperierende Agentur ■ Der Vertrag hat eine Mindestlaufzeit von zwei Jahren und verlängert sich, wenn er nicht gekündigt wird, automatisch jeweils um ein Jahr. Die Kündigungsfrist beträgt sechs Monate zur jeweiligen Jahresfrist. Diese Laufzeit gibt allen Beteiligten die nötige Sicherheit, ohne bei Änderungen der geschäftlichen Situation zu sehr einzuschränken ■ Die übrigen Punkte regeln detailliert den Ablauf von Bestellungen, Reklamationen und Widerruf, außerdem die Vergütung sowie Pflichten und Rechte, wenn der Juwelier sich auf der Website präsentiert.

Ein ganz wesentlicher Punkt bei Ihrer Entscheidung für oder gegen die Beteiligung an MANÓRA sind natürlich die laufenden Kosten. Dazu erklärt Volker Grobholz: „Die Jahresgebühr von 500 € – also umgerechnet rund 42 € monatlich – liegt deutlich unter den laufenden Kosten, die für einen eigenen Webshop allein für das Hosting, die Wartung und die

Pflege der Datenschutz- und AGB-Klauseln anfallen würden. Billiger und risikofreier geht es fast nicht mehr. Die Vergütung für erfolgreiche Verkäufe entspricht dem Ertrag, den der Juwelier erhalten würde, wenn er die Ware auf eigenes Risiko veräußert. Alles in Allem also ein gelungenes Paket mit einem Warensortiment, das nicht auf einen Hersteller reduziert ist und das regelmäßig aktualisiert, erweitert und beworben wird.“

Wir meinen: ■ MANÓRA ermöglicht jedem Juwelier die Teilnahme am Onlinehandel, ohne dass er die immensen Kosten und Risiken eines eigenen Shops tragen muss ■ Mit MANÓRA entsteht ein Netzwerk, das die Vorteile eines großen Filialnetzes mit denen des inhabergeführten Fachhandels verbindet ■ Daraus ergeben sich auch für die beteiligten Lieferanten zahlreiche neue Möglichkeiten, Endverbraucher auf ihre Angebote aufmerksam zu machen ■ Mit der neuen Plattform kann die Schmuckbranche nur gewinnen, denn sie verknüpft die schnelle Verfügbarkeit eines umfassenden Sortimentes mit kompetentem und professionellem Juwelier-Service bei Reparaturen, Reklamationen oder Anpassungen und das flächendeckend bis in kleinste Ortschaften.