

DER UMSATZANKER FÜRS GESCHÄFT

Steigende Goldpreise verändern den Schmuckmarkt spürbar: Während hochpreisiger Goldschmuck Luxus bleibt, gewinnen vergoldetes Silber und konsumorientierte Basissortimente zunehmend an Bedeutung. Bedra sieht darin große Chancen für den Fachhandel.



Gekonnte Wareninszenierung im Einstiegsbereich ist eine der Stärken von Bedra

Die hohen Edelmetallpreise sorgen derzeit für eine deutliche Verschiebung in der Sortimentsgestaltung vieler Juweliere und Goldschmiede. Gefragt sind vor allem leichtere Schmuckstücke und vergoldeter Silberschmuck mit attraktiven Einstiegspreisen. „Der kurante Basisbereich zeigt sich derzeit bemerkenswert stabil“, erklärt Oliver Krawczyk, Vertriebsleiter bei Bedra. Besonders das konsumorientierte Einstiegssegment entwickle sich konstant, während das mittlere Preissegment zunehmend unter Druck gerate. Die

klassische „psychologische Preisgrenze“ habe sich nicht einfach parallel zum Goldpreis verschoben. Vielmehr segmentiere sich der Markt neu: preisbewusste Kunden orientierten sich stärker an vergoldetem Silber und modischen Basics, während hochwertiger Goldschmuck weiterhin als Luxusprodukt gefragt bleibe. Warum Basissortimente aktuell so gut funktionieren, liegt laut Bedra vor allem an ihrer emotionalen und zugleich alltagstauglichen Ausrichtung. Schmuck bleibe ein wichtiges Geschenk für

DARUM FUNKTIONIERT'S

Basics gelten als sichere Geschenkartikel „mit denen man nichts falsch machen kann“

persönliche Anlässe – gleichzeitig suchten viele Kunden bewusst nach Produkten, „mit denen man nichts falsch machen kann“. Besonders gefragt seien derzeit vergoldete Creolen, Kreuze, Herzmedaillons, Buchstaben-Anhänger sowie Anker- und Panzerketten. Parallel dazu gewinnt die Digitalisierung im Fachhandel an Dynamik. Steigende Kapitalbindung durch hohe Edelmetallpreise erhöhe den Druck auf effiziente Lager- und Sortimentssteuerung. Datenbasierte Warenanalysen, automatische Disposition und KI-gestützte Forecasts würden deshalb immer wichtiger.

Auch die Präsentation am POS bleibt ein zentraler Erfolgsfaktor. „Unser Ziel ist es, dem Handel professionelle Präsentationslösungen an die Hand zu geben, die die Markenunabhängigkeit des Juweliers stärken und zugleich eine moderne Warenpräsentation ermöglichen“, so Krawczyk. Unterstützt werden Fachhandelspartner unter anderem mit White-Label-Displays, Aufstellern und flexiblen Vitrinen-Systemen.

→ www.bedra.de