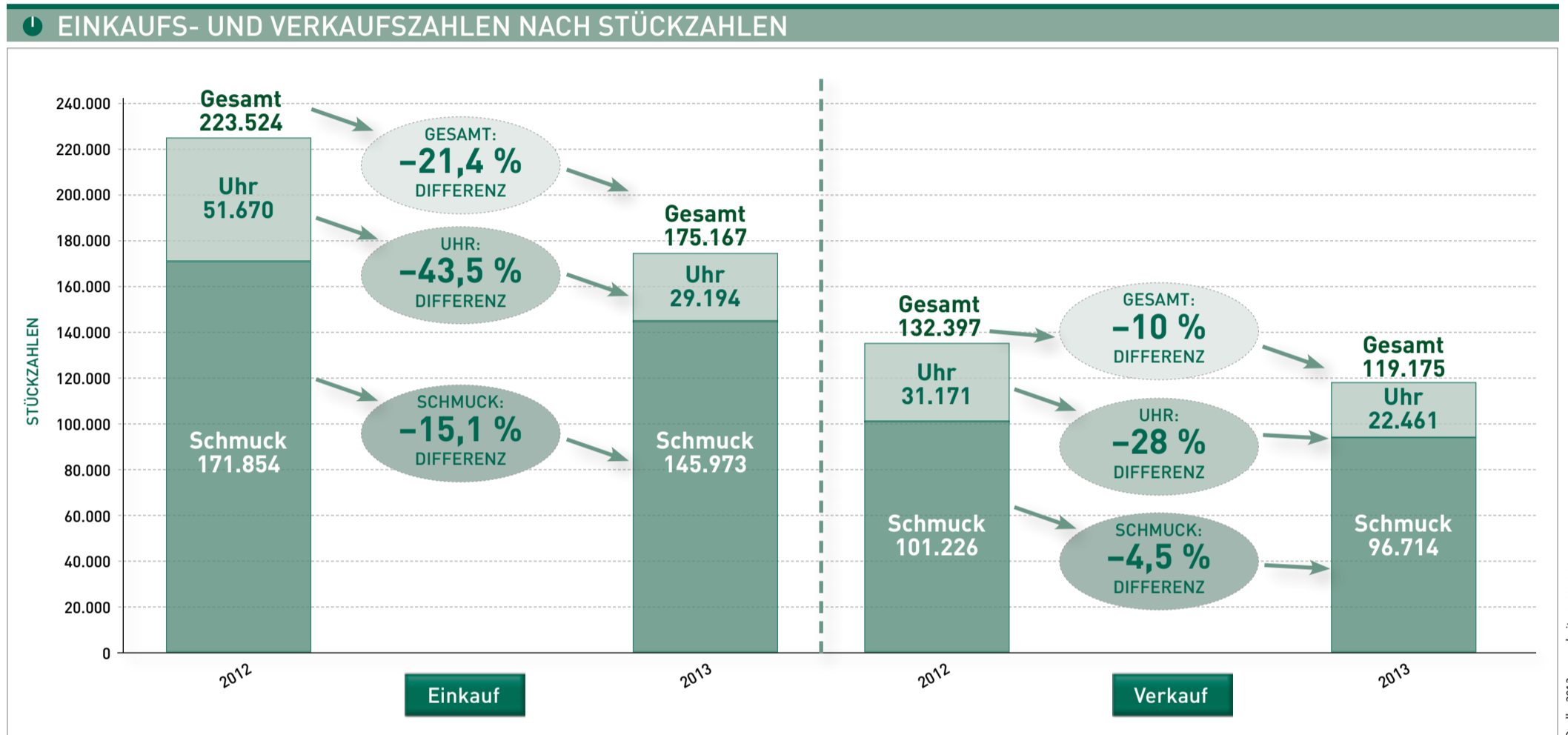


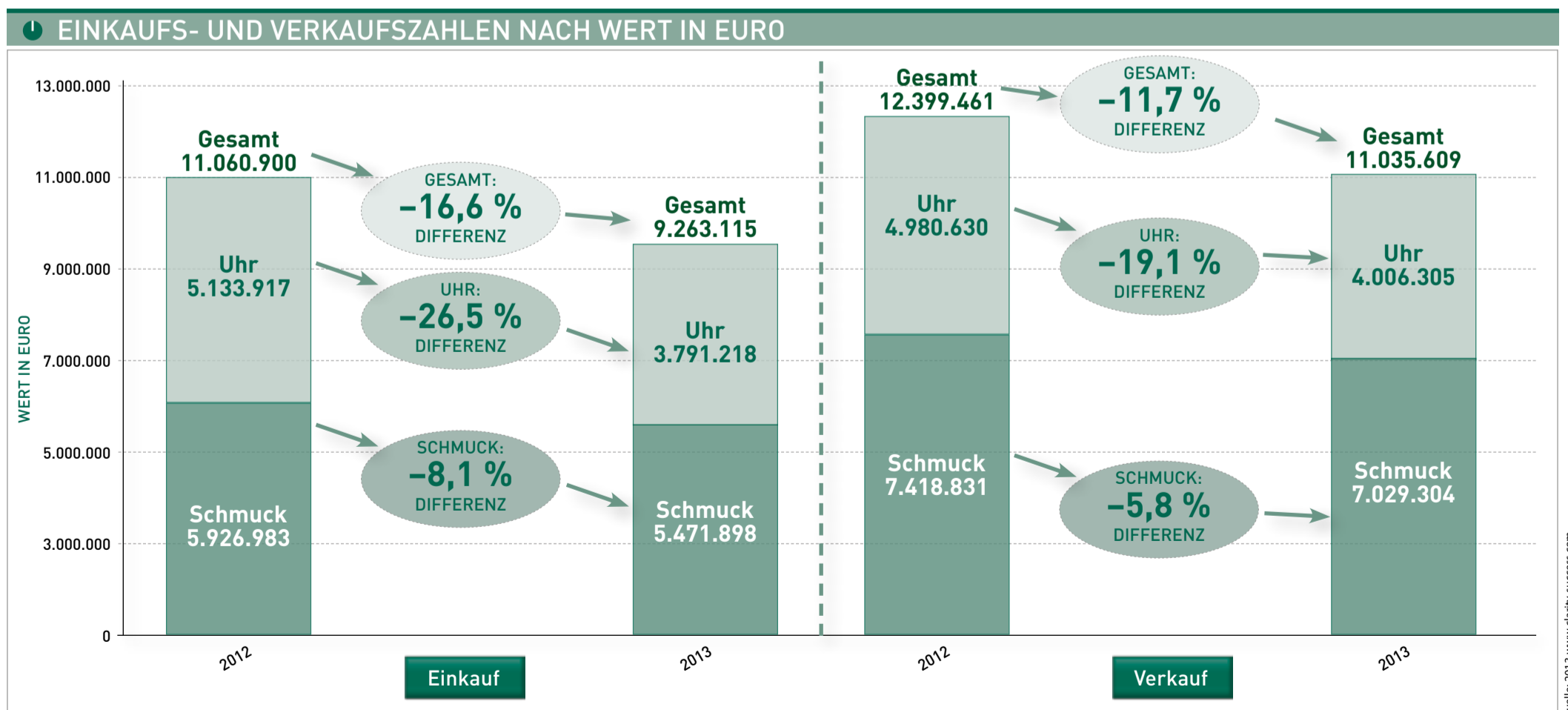
Teils drastischer Rückgang beim Einkaufsverhalten

Wo sind Neuheiten?

Analyse. Wer kein stimmiges Kollektionsbild im Schaufenster und im Verkaufsgespräch präsentieren kann, darf sich über sinkende Absätze nicht beschweren. Die Analyse des Vorteilsclubs zeigt, dass die Händler vor allem beim Uhreneinkauf in den ersten elf Monaten 2013 teils drastisch auf die Bremse gestiegen sind.



Knapp 44 % weniger Uhren haben die Mitglieder des Vorteilsclubs von Januar bis November 2013 eingekauft. Dementsprechend haben auch die Verkaufszahlen nachgelassen: Sie gingen um 28 % zurück. Der Schmuck zeigt ein beständigeres Bild.



Auch hier kann der Schmuck die Statistik ein wenig retten. Was den Umsatz angeht, haben die Juweliere „nur“ 12 % verloren, bei den Uhren sind es allerdings 20 %. Der Schmuckumsatz ist um 6 % rückläufig.

Vorteilsclub analysiert

Ohne Investment kein Erfolg

Gretchenfrage: Nachziehen oder Lager abbauen? Der Vorteilsclub hat nun die Einkaufs- und Verkaufszahlen der ersten elf Monate des schwierigen Jahres 2013 analysiert. Die Lagerbestände sind groß, die Freude an Neuheiten klein.

Besonders eindrücklich in der Analyse des Vorteilsclubs der Juweliere sind die Zahlen bei den Uhren. In den ersten elf Monaten 2013 haben die Juwelier im Vergleich zum Vorjahreszeitraum knapp 44 % weniger Uhren (Stückzahlen) eingekauft. Verständlich, dass dann auch die Verkaufszahlen um 28 % zurückgegangen sind.

Der Schmuck dagegen ist das konstantere Geschäft: dies zeigt auch diese Statistik. Zwar haben die Juweliere 2013 etwa 15 % weniger eingekauft, der Verkauf liegt allerdings nur um 4,5 % hinter dem Vorjahr. Zwar konnte der Schmuck den krassen Rückgang beim Uhreneinkauf etwas kompensieren, letztendlich wurden aber 10 % weniger Schmuck und Uhren verkauft.

Auf den Wert bezogen zeigt sich erneut die Stärke des Schmucks. Er hat im Jahr 2013 weniger gelitten. Die Juweliere kauften im Zeitraum (Januar bis November 2013) 8,1 % weniger Schmuck ein, verkauften aber „nur“ 5,8 % weniger. Weitaus größer waren die Fehlbeträge bei den Uhren. Der Einkauf sank im Wert von 26,5 %, der Verkauf um satte 19,1 % (!). Somit hat auch hier der Schmuck die Bilanz ein wenig beschönigt. Insgesamt haben die Juweliere 11,7 % minus beim Wert gemacht.

Die Auswertung zeigt, dass es ohne Investment keinen Erfolg geben kann. Zwar ist es richtig, Lager abzubauen, trotzdem verlangen Verbraucher nach Neuheiten. Beispiel Pandora: Etwa 40 % aller in den ersten elf Monaten des Jahres 2013 verkauften Produkte beim Juwelier waren Neuheiten. Wer hier nicht mitzieht, darf sich später nicht beklagen. Statt dessen sollte der Juwelier alle Möglichkeiten des Abverkaufs nutzen, die ihm der Lieferant bietet.



NATURERLEBNIS
HANDMADE IN GERMANY

COEUR^{DE}LION
DER ECHTESTE MODESCHMUCK

Besuchen Sie uns auf der INHORGENTA: HALLE B3, STAND 236-335. Wir freuen uns auf Sie. www.coeur.de

KONTAKT

Janine Brockmann,
Tel.: +49/5201/66 27-7600
E-Mail: info@vorteils-club.net
Internet: www.vorteils-club.net

