

Vorteilsclub veröffentlicht monatlich Markenkompass

Jetzt wird's ernst

Zahlen. Mitglieder des Vorteilsclubs wissen es nun ganz genau. Der Markenkompass erscheint ab jetzt monatlich und zeigt die detaillierten Abverkaufszahlen von allen Marken, die die Mitglieder vertreiben – einschließlich Veränderungen bei Verkauf, Rohertrag oder Drehung.

MARKENKOMPASS SCHMUCK (JANUAR BIS AUGUST 2013)

MARKE	VERKAUFTE ARTIKEL, AKTUELLES JAHR	VERKAUFTE ARTIKEL, VORJAHR	VERKAUFTE ARTIKEL, ÄNDERUNG ZUM VORJAHR (IN %)	GESAMTUMSATZ NETTO, ÄNDERUNG ZUM VORJAHR (IN %)	ROHERTRAG, ÄNDERUNG ZUM VORJAHR (IN %)	ROHAUFSCHLAG (IN %)	LAGER-UMSCHLAGS-HÄUFIGKEIT
MARKE 1	7130,00	3922,00	81,80	-8,28	5,31	158,15	0,26
MARKE 2	4069,00	5123,00	-20,57	-6,82	-6,87	89,26	0,65
MARKE 3	2006,00	817,00	1,46	619,17	652,90	95,60	3,57
MARKE 4	1855,00	2312,00	-19,77	-17,56	-26,83	59,09	0,45
MARKE 5	1384,00	1246,00	11,08	20,73	12,37	88,61	0,84
MARKE 6	1102,50	350,00	215,00	102,57	236,65	128,47	0,61
MARKE 7	717,00	726,00	-1,24	-2,33	-5,33	86,92	0,55
MARKE 8	673,00	340,00	97,94	125,15	126,38	151,25	0,43
MARKE 9	526,00	370,00	42,16	37,53	37,11	129,03	0,58
MARKE 10	517,50	481,50	7,48	19,01	19,66	134,67	0,27
MARKE 11	458,50	536,50	-14,54	-35,22	-51,91	62,11	0,31
MARKE 12	399,00	436,00	-8,49	-9,36	-12,18	84,18	0,52
MARKE 13	272,00	267,50	1,68	-5,07	-5,75	179,18	0,78
MARKE 14	233,00	399,00	-41,60	-41,34	35,10	66,85	1,63
MARKE 15	182,00	209,00	-12,92	-21,80	-3,55	101,07	0,24
MARKE 16	170,00	31,00	448,39	579,83	701,29	132,37	1,32
MARKE 17	165,00	187,00	-11,76	2,85	1,46	93,13	0,31
MARKE 18	159,00	3,00	5200,00	4978,01	4489,11	89,96	1,38

Aus rechtlichen Gründen darf der Markenkompass im „Blickpunkt Juwelier“ nur anonymisiert veröffentlicht werden. Die Mitglieder des Vorteilsclubs erhalten allerdings vollen Zugriff auf das Zahlenwerk.

MARKENKOMPASS UHREN (JANUAR BIS AUGUST 2013)

MARKE	VERKAUFTE ARTIKEL, AKTUELLES JAHR	VERKAUFTE ARTIKEL, VORJAHR	VERKAUFTE ARTIKEL, ÄNDERUNG ZUM VORJAHR (IN %)	GESAMTUMSATZ NETTO, ÄNDERUNG ZUM VORJAHR (IN %)	ROHERTRAG, ÄNDERUNG ZUM VORJAHR (IN %)	ROHAUFSCHLAG (IN %)	LAGER-UMSCHLAGS-HÄUFIGKEIT
MARKE 1	1748,00	2256,00	-22,52	-16,00	-15,78	66,33	0,75
MARKE 2	984,00	979,00	0,51	-15,22	-75,37	8,37	0,64
MARKE 3	826,00	1079,00	-23,45	-21,14	-41,83	29,68	0,49
MARKE 4	776,00	836,00	-7,18	-18,67	-16,58	80,33	0,59
MARKE 5	547,00	1088,00	-49,72	-45,42	-43,39	70,88	0,43
MARKE 6	543,00	907,00	-22,65	-23,89	35,50	51,70	0,56
MARKE 7	455,00	464,00	-1,94	-0,94	-3,45	63,65	0,76
MARKE 8	450,00	583,00	-22,81	-15,85	-14,26	64,44	0,73
MARKE 9	306,00	351,00	-12,82	-9,70	-11,59	67,92	0,49
MARKE 10	266,00	143,00	86,01	82,73	74,06	71,70	0,85
MARKE 11	229,00	340,00	-32,65	-36,32	-40,31	44,16	0,35
MARKE 12	155,00	176,00	-11,93	-16,89	-15,18	67,15	0,59
MARKE 13	136,00	214,00	-36,45	-28,65	90,13	55,43	1,08
MARKE 14	134,00	194,00	-30,93	-29,31	-30,01	58,76	0,47
MARKE 15	131,00	108,00	21,30	-22,79	-20,53	52,47	0,32
MARKE 16	122,00	148,00	-17,57	-40,14	-42,70	72,80	0,27
MARKE 17	114,00	116,00	-1,72	-10,84	-11,65	59,13	0,40
MARKE 18	101,00	153,00	-33,99	-37,50	-49,61	50,70	0,26

Das Minus dominiert. Die Uhren tun sich in den ersten acht Monaten des Jahres schwer. Fast jede Marke hat schlechtere Abverkaufszahlen als im Vorjahreszeitraum.

Markenkompass zeigt die ungeschönte Wahrheit

Sehen, was geht

Orientierung. Der Schmuck- und Uhrenhandel hat neun Monate im Minus hinter sich. Was geht noch gut? Habe ich einen Trend verpasst? Der neue Markenkompass des Vorteilsclubs der Juweliere sorgt für die nötige Orientierung.

Selten war die Orientierungslosigkeit im Handel so groß wie derzeit. Schon das vergangene Weihnachtsgeschäft war schlecht, die Zeit bis zum Jahreswechsel hat die Situation nicht verbessert, dann kam die lange Phase der kalten Tage, die eigentlich bis Juni reichte, gefolgt von schönstem Wetter, das eher zum Besuch im Freibad animierte denn zum Einkaufen. Fatal auch, dass selbst der August kein guter Monat für den Einzelhandel war. Obwohl die Wettersituation eigentlich gut, sprich verkaufsfördernd, war, wollte der Konsument offenbar kein Geld ausgeben, das zweifellos vorhanden ist. Sowohl die Leitbranche Textil und Mode als auch die Uhren- und Schmuckbranche haben eine gewaltige Durststrecke hinter sich.

Der neue Markenkompass des Vorteilsclubs gibt hier Orientierung. Die Abverkaufszahlen aller Mitglieder zeigen ein deutliches Bild, wie es um die einzelnen Marken und somit um die einzelnen Segmente steht. Besonderer Service: Neben den Abverkaufszahlen werden auch Vergleichszeiträume und prozentuale Veränderungen angeführt. Neben den aktuellen Zahlen ist auch ein Blick auf den Rohertrag und die Lagerdrehung der einzelnen Marken möglich.

Längst vergessene Themen wie Basic-Schmuck, Ohrlochstechen oder Uhrenarmbänder erscheinen hier in einem unerwartet guten und beständigen Licht. A propos Beständigkeit: Es gibt einige Marken, die ihren Zenit überschritten haben, aber durchaus noch ein besseres Geschäft mit weniger Aufwand sind als so manche gehypte Modemarke. Denn falsch wäre es, Marken bei den ersten Negativzahlen abzuschreiben.

KONTAKT

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



BRILLIANCE
MEETS

MARCH 27 –
APRIL 3, 2014

BASELWORLD

WWW.BASELWORLD.COM