Ertrag / m² – 3.0 ZUM ÜBERLEBEN

MARGEN-PROBLEM BEI UHREN

DIESE LIEFERANTEN TUN WAS DAGEGEN!

MARGE. Das Geschäft mit Uhren ist schwierig, weil die Zeitmesser oft schlecht kalkuliert sind. Zum Glück gibt es auch Firmen, die erstens besser kalkulieren und zweitens sich Gedanken machen über eine gute Rendite.

CEM Engelkempers Uhrenvitrine holt die Basic-Uhren von Adora aus ihrem Schattendasein.

Lockt zum Spontankauf: die Vitrine von Carl von Zeyten.

Viel Umsatz auf wenig Quadratmetern. Die Just Watch-Vitrine ist dafür ideal.

Bei vielen Uhrenmarken ist die Standardkalkulation schlecht. Es gibt aber auch Lieferanten, die besser kalkulieren und sich Gedanken machen, wie man durch verbesserte P.O.S.-Konzepte eine gute Rendite erzielt. Mit ihren Vitrinen kann die Flächenproduktivität eines höher kalkulierten Schmucksegments erreicht werden: CEM Engelkemper zeigt in der Uhrendrehvitrine alle Topseller aus dem Adora-Basisprogramm: 112 Zeitmesser mit hoher Umschlagshäufigkeit in der Kernverkaufspreislage von 22,90 bis 79,90 Euro. Die Kalkulation liegt bei 2.0 plus 5 % Sortimentsvorteil, Skonto, Bonus und Werbekostenzuschuss bis zu 100 % der Vitrinenkosten.

Die Marge der Shaghafi-Marke Raptor liegt bei bis zu 2.4. Es gibt freie Kollektionsauswahl, keine Ordervorgaben, keine Mindestmengen – und eine große Zielgruppe.

Carl von Zeyten kalkuliert mit 2.5 und überzeugt mit einer kleinen Kollektion. Der Juwelier braucht also wenig Referenzen und wenig Platz, was bei großen Brands trotz ihrer Verkaufserfolge (z. B. Tissot, Michael Kors) die Ertragslage wieder schwierig macht.

BEISPIEL FASHION-UHR

VK:	59,00
Marge:	2.0
Einkauf:	29,50
Rohertrag (mit MwST):	29,50
MwST:	9,42
Rohertrag (ohne MwST):	20,08

Die Beispielrechnung enthält kein Skonto oder sonstige Boni.

BEISPIEL RAPTOR

VK:	59,00
Marge:	2.4
Einkauf:	24,58
Rohertrag (mit MwST):	34,42
MwST:	9,42
Rohertrag (ohne MwST):	25,00

Die Beispielrechnung enthält kein Skonto oder sonstige Boni.

GEORG PLUM VON DER UHRENMARKE M&M GERMANY

„KALKULATION BIS 2.6!“

ERFOLGSMODELL. Viele Juweliere klagen über eine zu niedrige Marge beim Uhrenverkauf. In der Regel liegt sie bei mageren 2.0. Die Marke M&M hält dagegen und bietet dem Fachhändler eine Kalkulation bis 2.6!

Designstark: neue Uhrenmodelle von M&M für 179 Euro VK mit grauem Band und 139 Euro VK in Herbstfarbe.

Designer aus Leidenschaft: Georg Plum, Inhaber der Marke M&M Germany.

Georg Plum ist Inhaber und Chefdesigner der unabhängigen deutschen Uhrenmarke M&M, die vor allem durch modische und qualitativ gute Uhren im Preisbereich von 100 bis 300 Euro überzeugt. Eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit dem Fachhandel hat für Plum oberste Priorität. Deshalb bietet er Juwelieren gleich eine ganze Reihe an Möglichkeiten, um die Grundmarge von 2.2 deutlich nach oben ausdehnen zu können. Georg Plum: „Addiert der Fachhändler alle möglichen Vergünstigungen, die wir ihm anbieten, kommt er letztlich auf eine Marge von bis zu 2.6.“

DIESE VERGÜNSTIGUNGEN BIETET M&M

- **3 % Skonto als Selbstzahler innerhalb einer Woche.**
- **4 % Abzug bei Sammelrechnung am Monatsende mit Bankeinzug.**
- **5 % bei Bankeinzug.**
- **5 bis 10 % individuell angebotener Messerabatt.**
- **individuelle Werbekostenbeteiligungen, beispielsweise bei Plakataktionen. M&M übernimmt alle Druckkosten und subventioniert die Hängung, der Juwelier wählt Standorte und Anzahl der Plakate aus.**
- **50 % Erstattung der Abschriften nach Abverkauf durch den Juwelier.**

Anzeige