

»Wir brechen alle Rekorde«

Das Unternehmen **Shaghafi** liegt derzeit mit seinem Uhren- und Schmucksortiment sowie mit seinen verkaufsfördernden Vitrinen am Puls der Zeit. Warum Geschäftsführer Parham Shaghafi als Aussteller bei der Midora Leipzig hohes Potenzial sieht und warum er auf der neuen »Westmesse« JuwelUhr in Hagen ausstellt, hat er uns im Interview gesagt.

Welche Bedeutung hat für Ihr Unternehmen die Midora als regionale Ostmesse?

Die Midora ist für uns die einzige »Ostmesse«, wo wir unser gesamtes Sortimentsportfolio des Unternehmens Shaghafi präsentieren können. Insbesondere unser Edstahlschmuck – bei dem der Fachhändler im Schnitt die sieben- bis achtfache Kalkulation erhält – wird sehr gut angenommen. Mit den Uhrenmarken Just Watch, Adexe und Raptor werden wir in diesem Jahr zusätzlich noch auf der Uhren & Schmuck in Potsdam vertreten sein.

Wie groß schätzen Sie das Potenzial ein, das Sie mit Ihren vielfältigen Marken aus dem Hause Shaghafi im Osten Deutschlands bedienen könnten?

Mit unserem Edstahlschmuck und den Uhrenmarken Raptor, Just Watch und Adexe befinden wir uns in der unteren Anfangspreis-

lage mit einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Zudem ist unsere Höhe der Kalkulation unschlagbar fair, dementsprechend haben wir sehr hohes Potenzial.

Nun gibt es Ende September mit der JuwelUhr erstmals eine Branchenmesse im Westen. Aus welchem Grund haben Sie sich als Aussteller angemeldet?

Dass Hausmessen und kleinere Ausstellungen gut angenommen werden, weil der Kunde willkommen geheißen wird und nicht an jeder Ecke gleich zur Kasse gebeten wird, wissen wir ja von unseren eigenen Hausmessen und unseren »langen, ersten Donnerstagen im Monat«, an denen wir bis 22 Uhr geöffnet haben. Außerdem kennen wir den Veranstalter Raphael Fischer seit Jahren, er hat gute, neue Ideen und bringt frischen Wind in die Branche. Dabei achtet er darauf, dass der Händler als Fachbesucher nicht vor zu hohen Kosten abgeschreckt wird, die Messe zu besuchen. So jemanden unterstützen wir gerne, weil er auch in unserem Sinne handelt.

Wie ideal sind aus Ihrer Sicht Herbstmessen vom Zeitpunkt her?

Die Endverbraucher sind vom Versand- und Onlinehandel entsprechend erzogen worden, Artikel heute zu bestellen und morgen schon zu erhalten. Der Konsument hat also gar keinen Grund mehr, die Produkte früh bei sich zuhause als Geschenk zu horten, dementsprechend kauft er später ein. Dieses Kaufverhalten überträgt sich unserer Meinung somit auch auf unsere Fachhändler, die auch noch mal in der zweiten Jahreshälfte im Herbst fürs Weihnachtsgeschäft einkaufen, umso übers Jahr hohe Lagerbestände zu vermeiden. Wahrscheinlich ist deshalb unsere Hausmesse im November unsere bestbesuchte Ausstellung.

Mit welchen Messeneuheiten werden Sie sich dem Fachpublikum präsentieren?

Neben neuen Uhrenmodellen im Bereich Just Watch und Adexe haben wir weiter an Lösungen für unsere Außenvitrinen und Innenvitrinen gearbeitet.

Halbzeit: Wie erfolgreich ist bislang für das Unternehmen das Geschäft in diesem Jahr verlaufen?

Mit den Uhrenmarken Raptor, Just Watch und unserem Edstahlschmuck brechen wir momentan alle Rekorde, unsere Konzepte sind rund, die Margen passen. Die genannten Marken sind für den Fachhändler praktisch ein Selbstläufer nach dem Motto: Ende gut alles gut.

Mit welchen Zielen und Vorhaben werden Sie das Jahr 2018 angehen?

Unser Motto lautet nach wie vor: »Was bleibt, sind Veränderungen. Wer sich verändert, bleibt.« Für 2018 werden wir weiterhin ein zuverlässiger Partner für den Fachhandel bleiben, der andererseits mit noch mehr neuen Modellen den Markt verändern wird.

www.shaghafi.de
Interview: Pierre Pfeiffer



»Unsere Marken sind für den Handel ein Selbstläufer.«

Geschäftsführer Parham Shaghafi