



Für Cleo Kassenaar-Drechsler von Studex steht der direkte Kontakt zum Fachhandel im Vordergrund.

DESHALB KOMMT STUDEX NACH MÜNCHEN

„BERATUNG DER JUWELIERE STEHT IM VORDERGRUND“

MEHR UMSATZ. Studex, der Weltmarktführer für Ohrlochstechen, ist jedes Jahr auf der Inhorgenta. Das Hauptaugenmerk liegt dabei, so Cleo Kassenaar-Drechsler, Geschäftsführerin von Studex Deutschland, auf der Beratung der Juweliere, dass Ohrlochstechen ein hervorragendes Zusatzgeschäft sein kann. Darüber hinaus wird vor Ort gezeigt, wie einfach das Ohrlochstechen mit Studex funktioniert.

IM INTERVIEW

BLICKPUNKT JUWELIER: Ohrlochstechen ist eine der ganz wenigen Dienstleistungen, die nicht ins Internet abwandern können. Bringt dieser Service dem Juwelier vor Ort mehr Frequenz?

CLEO KASSENAAR-DRECHSLER: Zum Ohrlochstechen muss der Kunde immer noch persönlich im Fachgeschäft seines Vertrauens erscheinen. Deshalb ziehen Juweliere, die Ohrlochstechen anbieten, automatisch neue Kunden an. Oft wird der Ohrlochstechkunde auch von einer anderen Person begleitet, bei der sich zusätzliche Verkaufschancen bieten.

BJ: Wie war 2019 bei guten, engagierten Studex-Juweliern?

KASSENAAR-DRECHSLER: Die Juweliere, die aktiv das Ohrlochstechen mit STUDEX anbieten, haben auch ein gutes Jahr 2019 gehabt. Viele haben ihren Umsatz mit uns deutlich steigern können.

BJ: Bedeutet servicestark = für die Zukunft gerüstet?

KASSENAAR-DRECHSLER: Ja, denn wer Dienstleistungen anbietet, gibt dem Konsumenten einen Mehrwert und einen Grund ins Fachgeschäft zu kommen.

BJ: Die Durchschnittspreise fürs Ohrlochstechen bei guten Kunden gehen hoch bis 35 Euro. Wie teuer darf es sein?

KASSENAAR-DRECHSLER: Eine Marktumfrage hat gezeigt, dass die Mehrheit der Verbraucher Preise bis 39 Euro akzeptiert. Aber natürlich kommt es auch auf das Material der Erstohrstecker und auf die jeweilige Zielgruppe an. So zahlen beispielsweise Eltern für ihre Kinder gern mehr für Ohrlochstechen mit Ohrhingen aus Echtgold.

BJ: Ist das Geschäft mit Ohrlochstechen unabhängig von Krisen?

KASSENAAR-DRECHSLER: Unsere Erfahrung zeigt sogar, dass das Ohrlochstech-Geschäft in Krisenzeiten besonders gut läuft. Denn den Herzenswunsch vieler Kinder möchte man immer erfüllen. Gerade wenn große Ausgaben wie Urlaubsreisen nicht drin sind, suchen Verbraucher „das kleine Glück“.

BJ: Warum sollten Juweliere Ohrlochstechen unbedingt in ihrem Geschäft anbieten?

KASSENAAR-DRECHSLER: Erstens ist Ohrlochstechen eine Dienstleistung, die die Kundenfrequenz für den Juwelier erhöht. Zweitens bringt Ohrlochstechen zusätzlichen Umsatz. Und drittens fördert es die Kundenbindung: Die Ohrlochstechkunden von heute sind die Nachfolgeschmuckkunden von morgen.

BJ: Mit welchen Zielen gehen Sie 2020 auf die Inhorgenta?

KASSENAAR-DRECHSLER: Unser Ziel für die Inhorgenta ist es, möglichst viele Juweliere individuell zu den Themen Ohrlochstechen und antiallergische Nachfolge-Ohrhinge zu beraten und ihnen dabei zu helfen, mehr Umsatz zu machen.

BJ: Geht es Ihnen auf dieser Messe um die Akquise neuer Kunden oder eher um die Pflege der Bestandskunden und deren Order?

KASSENAAR-DRECHSLER: Zum einen freuen wir uns darauf, Bestandskunden an unserem Messestand begrüßen zu dürfen und uns in entspannter Atmosphäre auszutauschen und über Neuheiten zu informieren. Zum anderen besuchen uns viele Juweliere, die sich über das Ohrlochstechen und antiallergische Ohrhinge informieren möchten. Diesen

„Unser Ziel für die Inhorgenta ist es, möglichst viele Juweliere individuell zu den Themen Ohrlochstechen und antiallergische Nachfolge-Ohrhinge zu beraten und ihnen dabei zu helfen, mehr Umsatz zu machen.“

**CLEO KASSENAAR-DRECHSLER,
GESCHÄFTSFÜHRERIN STUDEX DEUTSCHLAND**

Juwelieren helfen wir, STUDEX-Partner zu werden und so ihr Geschäft auszubauen.

BJ: Welche Produkte und Trends werden bei Ihrer Präsentation auf der Inhorgenta im Fokus stehen?

KASSENAAR-DRECHSLER: Zum einen zeigen wir Ohrlochstechen mit dem sanften STUDEX System75. Hier werden wir speziell auf die Farbe des Jahres 2020 von Pantone sowie auf den Trend mehrerer Ohrhinge pro Ohr eingehen. Zum anderen werden wir mit unserer Kollektion Sensitive by STUDEX bzw. Sensitive for Kids die Bedeutung von antiallergischen Nachfolge-Ohrhingen unterstreichen. Diese Ohrhinge sollten nach der ersten Heilphase, also nach 6 Wochen beim Ohr läppchen oder 12 Wochen im oberen Ohrknorpel, für weitere 6 bzw. 12 Monate getragen werden, bis das Ohrloch vollständig verheilt ist.

BJ: Wird es wieder eine Teststation geben, an der Juweliere ausprobieren können, wie einfach Ohrlochstechen in der Praxis ist? Wie wird dieses Tool in der Regel angenommen?

KASSENAAR-DRECHSLER: Ja, es wird wieder eine Teststation für Ohrlochstechen mit STUDEX System75 geben. Diese Station kommt bei unseren Messebesuchern sehr gut an: Die einen probieren die Handhabung unseres Ohrlochstechsystems gern aus, die anderen lassen sich selbst Ohrlöcher stechen. Wenn Juweliere erleben, wie einfach, sicher und hygienisch das Ohrlochstechen mit STUDEX System75 tatsächlich ist, übertrifft das alle anderen Verkaufargumente.

BJ: Echtgoldschmuck nimmt insgesamt wieder an Bedeutung zu. Gibt es auch einen Gold-Trend beim Ohrlochstechen?

KASSENAAR-DRECHSLER: Ja, bereits im Jahr 2019 haben wir gesehen, dass besonders Eltern für das Ohrlochstechen bei ihren Kindern gern Ohrhinge aus Echtgold wählen. Da Kinder im Vorschul- und Grundschulalter die größte Zielgruppe für Ohrlochstechen sind, steckt hier attraktives Umsatzpotenzial für Juweliere.

BJ: Wie sind Sie mit der Entwicklung Ihrer Sensitive-Kollektion zufrieden?

KASSENAAR-DRECHSLER: Wir freuen uns, dass die Verbreitung unserer Nachfolge-Ohrhinge Sensitive by STUDEX bzw. Sensitive for Kids im Sortiment unserer Partner zugenommen hat. Viele unserer Partner haben erkannt, dass sie ihren Kunden mit STUDEX ein „Rundum-glücklich-Paket“ für schöne, gesunde Ohren bieten können. Dazu gehören auch unsere antiallergischen Nachfolge-Ohrhinge aus Chirurgie-Stahl, die nach der ersten Heilphase für weitere 6 bzw. 12 Monate getragen werden sollten, bis das Ohrloch vollständig verheilt ist. Für Juweliere bieten diese Ohrhinge ein lohnenswertes Upselling-Potenzial, denn die Erfahrung zeigt, dass Verbraucher beim Ohrlochstechen bereit sind, gleich ein bis zwei Paar dieser „gesunden“ Nachfolge-Ohrhinge mitzukaufen. Einige Juweliere verkaufen Sensitive by STUDEX auch erfolgreich über ihren eigenen Webshop, denn die Nachfrage ist da.