

## Trauringmanufaktur Egf stellt sich neu auf

# Expansion noch möglich

**Neukonzeption.** EGF stellt sich neu auf. Nachdem die Marke Acredo künftig zu 100 % an 123gold gekoppelt ist, können nun wieder neue Juweliere im Händlerverbund TrauringJuwelier einsteigen. Das Marketing-Paket wird weiter ausgebaut, einschließlich Kino-Spot, Konfiguratoren, Schulungen und Events.



Nette Idee: Im Imagefilm von EGF (demnächst auch Kino-Spot) besucht das Model-Pärchen die Produktion in Pforzheim und sieht, wie ihre Ringe entstehen.

EGF-Chef Peter Barth und sein Team feilen weiter am Trauring-Erfolg. Das Jahr 2015 war ein gutes, berichtet er, was vor allem am Diamanten lag. „Mit dem Verlobungsring hat es endlich geklappt“, sagt Barth. Und auch der Diamantbesatz bei Trauringen steige kontinuierlich. Noch 1996, als er in der Trauring-Branche begonnen hatte, hätten 80 % aller Trauringe keine Diamanten gehabt. Dies sieht heute anders aus. Deswegen wird auch weiterhin der Schwerpunkt auf Diamanten liegen. Der Erfolg der Konfigurator macht Barth auch am Diamanten fest. Der Verbraucher „spiele den Preis hoch“. Weiterhin stark nachgefragt sind Kanalfassungen. Ebenso Sternenhimmel-Designs (unregelmäßig gesetzte Diamanten in unterschiedlichen Größen). Auch die Anzahl der Diamanten steige. Vielen Verbrauchern seien ein Stein mittlerweile zu wenig. Zwei sehen nicht gut aus, deswegen würden sich viele Konfiguratoren-Benutzer bei drei



PETER BARTH,  
GESCHÄFTSFÜHRER EGF

**„Das Jahr 2015 war gut. Mit dem Verlobungsring hat es endlich geklappt. Und auch der Steinbesatz bei Trauringen steigt kontinuierlich.“**

oder mehreren Steinen landen – zu oftmals höheren Kosten als bei einem Stein. Im Schnitt, berichtet Barth, haben die Damenringe, die die egf-Manufaktur verlassen, durchschnittlich sage und schreibe 7 Steine

Mitglieder des TrauringJuwelier können künftig auf drei Trauring-Marken mit jeweils passenden Konfiguratoren zurückgreifen. Als Top-Marke wurde Eduard G. Fidel mit zwei

Serien „Royal“ und „Creativ“ positioniert, in der mittleren Positionierung liegt Bruno M, die unteren Preislagen deckt Sickinger ab. Bei allen drei Marken wird mit 2.4 oder mehr kalkuliert. Ausnahme sind große Diamanten. Wobei auch hier im Vergleich zu Acredo oder 123gold höher kalkuliert wird. „Bei größeren Steinen bietet Eduard G. Fidel in etwa die doppelte Marge an wie bei Acredo“, berichtet Barth.

Neben den Produkten steht beim TrauringJuwelier das Handelsmarketing im Zentrum. Und hier wird dem Partnerjuwelier eigentlich alles geboten, was er für eine passende Vermarktung braucht. Die Online-Auftritte werden nun nochmals Google-optimiert. Damit der Gesamtauftritt einheitlich ist, werden nahezu alle Marketingmaßnahmen aufeinander abgestimmt. Das zentrale Element ist das Fotoshooting des Magazins. Das Model-Pärchen zieht sich durch nahezu alle Marketing-

Tools, einschließlich dem Image-Film, der künftig auch als Kino-Spot verwendet werden kann. Darin besucht das Pärchen die egf-Manufaktur und kann mitverfolgen, wie die Trauringe hergestellt werden. Sämtliche im Magazin abgebildete Produkte sind Teil der Highlight-Kollektion, die die Juweliere als Basissortiment führen.

Alle Marketing-Tools gibt es künftig auf einer internen Datenbank, die allen Juwelierpartnern rund um die Uhr zur Verfügung steht. Viermal im Jahr gibt es Konfiguratoren-Schulungen für Fortgeschrittene und Anfänger. Auch die „Erlebnistage“ in Pforzheim mit 16 bis 24 Teilnehmern werden rege genutzt. Allein im Jahr 2015 wurden rund ein Dutzend Erlebnistage veranstaltet. Die Besonderheit: Die Schulungen und Manufakturbesichtigungen richten sich stark an Verkaufsmitarbeiter und weniger an Chefs.



### DIE IDEE

Der TrauringJuwelier ist ein Händlerverbund von Trauringspezialisten. Derzeit zählen etwa 60 Mitglieder dazu, die bei allen Aktivitäten durch den Beirat vertreten werden, dem mehrheitlich Juweliere angehören.

### DIE MARKEN

Nachdem die Marke Acredo zu 100 % den 123gold-Mitgliedern zur Verfügung steht, setzt sich das Produktsortiment des TrauringJuweliers aus drei egf-Marken zusammen.

EGF  
eduard G. fidel  
bruno m  
S  
SICKINGER

### DAS MARKETING

In diesen Tagen erscheint das neue Magazin des TrauringJuweliers. Der 48-Seiter kann vom Juwelier personalisiert werden. Jeder teilnehmende Händler erhält neben 1.000 kostenlosen Exemplaren noch 500 Flyer. Das Magazin erscheint in einer Auflage von 65.000 Stück. Weitere Marketing-Tools des Händlerverbunds sind: BtoB-Datenbank mit sämtlichen Print-Tools, P.O.S.-Material für Schaufenster und Innenvitrinen, Konfiguratoren zu jeder der drei Marken, Homepage (im neuen Look und nochmals Google-optimiert), Social-Media-Aktivitäten, große Jahresevents für alle Mitglieder, Konfiguratoren-Schulungen für Fortgeschrittene und Anfänger, „Erlebnistag“ in Pforzheim mit Schulungen und Manufaktur-Besichtigungen.



Das neue Magazin des TrauringJuweliers kommt in diesen Tagen auf den Markt, einschließlich Nennung aller Partnerhändler und vielen Diamantschmuck-Ideen.

Inserat