Blick auf die großzügig gestaltete und modern dekorierte Schaufensterfront von Gold Heinrich im Blautalcenter in Ulm. Schon zur Eröffnung von Gold Heinrich im Jahr 1980 drückten sich die Ulmer Kunden die Nasen an der für damalige Verhältnisse großzügig gestalteten Fensterfront platt.

Alle Wege führen zu …

Gold Heinrich, Ulm – Im Oktober des Jahres 1980 wurde in Ulm der Grundstein für ein erfolgreiches Juweliergeschäft gelegt. Die Eheleute Ursula und Hans-Jürgen Heinrich eröffneten das erste Gold Heinrich Geschäft in der Fußgängerzone. Heute ist die zweite Generation im Fachgeschäft aktiv.

Die Idee, die Ursula und Hans-Jürgen Heinrich in der Gründerzeit antrieb, war Uhren und Schmuck zu bezahlbaren Preisen in freundlicher und ungezwungener Atmosphäre anzubieten. Dazu musste allerdings ein neues Konzept für ein Juweliergeschäft geschaffen werden, denn zu der Zeit war es nicht an der Tagesordnung, die Auslagen großzügig und anziehend für das Publikum zu gestalten. Schmuck und Uhren wurden eher hinter abgedunkelten und schlecht einsichtigen Fenstern in geringen Stückzahlen gezeigt. Während der Kundenvorlage mussten die Stücke erst aus den Schubladen, Schränken oder Tresoren ans Tageslicht gebracht werden, um ihre Pracht und ihr Feuer vor den Kunden zu entfalten. Ursula und Hans-Jürgen Heinrich präsentierten die Schmuckstücke und Uhren im Schaufenster und in großzügig ausgestalteten Vitrinen im hellen Innenraum des Geschäftes. Das offene Ladenkonzept trug sogleich reichliche Früchte. Es war sogar so erfolgreich, dass in den Folgejahren Filialen von Gold Heinrich in verschiedenen Städten im Franchising-System eröffnet wurden.

Im Jahr 1991 zog sich das Gründerehepaar aus dem Geschäftsleben zurück und übertrug die Geschäfte in Kempten, Esslingen und Ulm auf die Töchter Kerstin Ahrens und Heike Heinrich sowie den Schwiegersohn Hanns-Peter Ahrens. Nach der Übernahme haben die jungen Inhaber die Weichen neu gestellt. Man hat sich Stück für Stück von einem klassischen Gold-

1

2

3

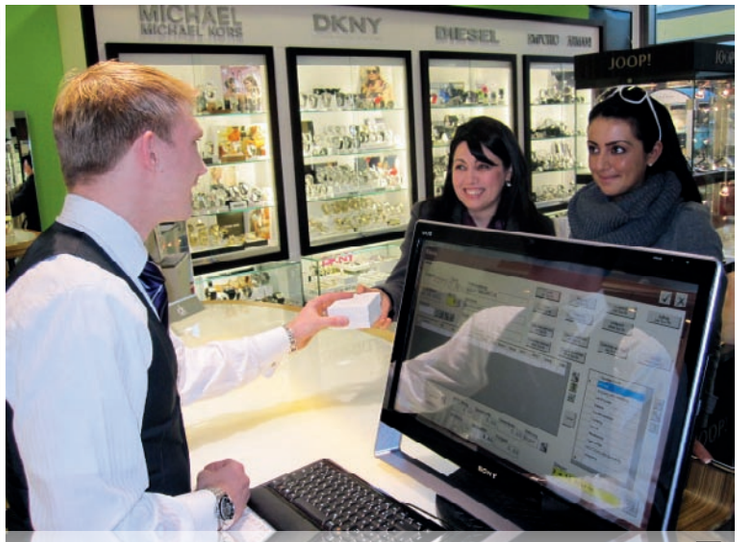
und Silberschmuckanbieter in Richtung Trendgeschäft entwickelt. Es war die Zeit in den 1990er Jahren, in denen der Stern der Lifestylelabel wie Fossil und Esprit am Schmuck- und Uhrhimmel aufging. Und Gold Heinrich in Ulm war ganz vorne mit dabei.

Nach dem Weihnachtsgeschäft im Dezember 1997 musste Gold Heinrich den Platz in der Fußgängerzone räumen, große Geschäfte wie Horten und Galeria Kaufhof machten sich hier breit. Ein Plätzchen im neuen Bauprojekt »Blautalcenter« in der Blaubeurer Straße wurde von der Gold-Heinrich-Crew bezogen. Der neue Standort umfasste damals 60 Quadratmeter, doch der rege Zuspruch der Gold-Heinrich-Kunden über die Jahre machte es erforderlich, die Fläche zu vergrößern. Im Oktober 2006 ergab sich die Gelegenheit, das Nachbargeschäft zu übernehmen und die Verkaufsfläche auf das Doppelte zu vergrößern. Im Jahr 2009 wurden die letzten Filialgeschäfte in Memmingen und Esslingen geschlossen und Heike Heinrich verstärkte das Team im Blautalcenter. Hier sind die Inhaber mit dem Geschäftsverlauf mehr als zufrieden und wissen immer wieder, neue Akzente und damit Kaufanreize zu schaffen.

Zum Beispiel in puncto Trauringe, einem Geschäftsbereich der Gold Heinrich besonders am Herzen liegt. Hier hat man sich zum Ziel gesetzt, eines der umfangreichsten Angebote der Region zu führen. »Das Angebot umfasst zurzeit mehr als 2.000 Paar Trauringe, die nach Belieben des Kunden gefertigt werden. Es stehen Materialien wie Silber, Stahl, Titan, Tungsten, Keramik, Palladium, Platin und Gold in allen Legierungen und Farben zur Auswahl«, erklärt Hanns-Peter Ahrens nicht ohne Stolz. Die Zusammenarbeit mit vielen namhaften Trauringherstellern wie Peter Heim, Breuning, Saint Maurice, Collection Ruesch, Kühnel, Rauschmayer, Schwarz und Titan Factory sorgt dafür, dass kein Kundenwunsch auf der Strecke bleiben muss. Hier hat bislang jeder Kunde seine Vorstellungen vom Ring fürs Leben umsetzen können, und das Gold-Heinrich-Team wird dafür sorgen, dass dies auch so bleibt. Und wenn sich die Paare für ein Gold-Heinrich-Ringpaar entschieden haben, dann kommt direkt der Fotograf und die Brautleute erhalten ein schönes Erinnerungsfoto von ihrem Juwelier. »Wir beim Kauf unserer Trauringe«, so nennt Gold Heinrich diese Attraktion für die Kunden. »Seit diesem Jahr arbeiten wir mit dem Trauring-Konfigurator der Firma Breuning zusammen, Dies haben unsere Kunden mit großem Interesse sehr gut angenommen««, weiß Hanns-Peter Ahrens weiterhin zu berichten.

Mit führenden Trendmarken zum Erfolg

Nicht nur in den 1990er Jahren war Gold Heinrich führend im Bereich der Trendmarken, dies ist auch heute noch der Fall. Die Kunden im Blautalcenter werden angezogen von Marken wie Esprit, Armani, Fossil, Boccia, Calvin Klein, Pandora, Police, DKNY, Guess, Guess Collection, Pandora, The One-Binary, Junkers, Michael Korse, Dolce & Gabana, Diesel, Adidas, JOOP, Leonardo, Festina, Viventy, Swatch, Flik-Flak, Bruno Banani, Ingersoll, Heartbreaker, Jet-Set, S. Oliver, Ernstes Design, Swarovski, Skagen und andere. Zu dieser großen Markenvielfalt gesellt sich noch ein ebenso großes Angebot



1 Blick auf die modern und funktionell gestaltete Inneneinrichtung bei Gold Heinrich.
2 Das Inhaberteam von Gold Heinrich in ihrem Verkaufsraum (v.l.): Kerstin Ahrens, Hanns-Peter Ahrens und Heike Heinrich
3 Über Kundenzuspruch kann sich das Geschäft im Blautalcenter nicht beschweren, wie dieses Bild eindrucksvoll belegt.
4 Auch Ruhezonen und Verkaufstheken haben die Inhaber bewusst ins Innenraumkonzept integriert.
5 Das komplette Team von Gold Heinrich in Ulm: Insgesamt zehn Mitarbeiter und die drei Inhaber sorgen dafür, dass der Laden läuft und die Kunden zufrieden sind
6 Jedes verkaufte Stück, das über die Theke geht, wird direkt von WaWi U.J.S. verbucht. Das Geschäft möchte das Warenwirtschaftssystem nicht mehr missen.

an klassischem Gold- und Silberschmuck von »A« wie Anhänger bis »Z« wie Zuchtperle.

Doch nicht nur das Sortiment sorgt bei Gold Heinrich für zufriedene Kunden. Großen Wert legt das Inhaberteam auf die Service- und Aftersales-Dienstleistungen. Vom Ohrlochstechen über Schmuckreparaturen, Altgoldankauf, Anfertigen und Umarbeiten von Schmuckstücken bis hin zum Batteriewechsel und Uhrenreparaturservice reicht hier das Dienstleistungsspektrum. »Die Arbeiten werden sofort bei uns im Hause erledigt oder von unserem im Auftrag arbeitenden Uhrmachermeister und Goldschmiedemeister ausgeführt«, erläutert Hanns-Peter Ahrens.

Das umfangreiche Angebot an Schmuck und Uhren sowie Dienstleistungen muss auch von einer gut funktionierenden Software im Geschäft verwaltet werden. Dies macht bei Gold Heinrich im Blautalcenter WaWi U.J.S. Wie es dazu gekommen ist, erzählt Hanns-Peter Ahrens: »Das bereits seit über 20 Jahren im Einsatz befindliche Warenwirtschaftssystem ist an seine Grenzen gestoßen, und daher stand die Anschaffung eines neuen leistungsfähigen und bezahlbaren Warenwirtschaftssystems auf der Agenda. Nach langen Recherchen sind wir dann auf WaWi U.J.S. gestoßen und nach einem ersten Treffen in Crailsheim bei Jürgen Grün stand fest, dass WaWi U.J.S. das neue Warenwirtschaftssystem für unser Geschäft genau das Richtige ist. Bei Herrn Grün merkte man sofort, dass hier jemand vom Fach bei der Entwicklung mitgemacht hat und nicht nur ein Programm programmiert wurde. Denn bei WaWi U.J.S. war es möglich, auch Waren zu verkaufen, die noch nicht im System aufgenommen sind. Und das Handling des Programms überfordert niemanden. Unsere Mitarbeiter haben sich sofort mit dem neuen Programm zurechtgefunden. Während der Anfangsphase stand uns das Team von R & G IT-Beratung immer sofort mit Rat und technischer Unterstützung zur Seite. Die vielen Möglichkeiten der Auswertungen von WaWi U.J.S. helfen uns sehr bei der Einkaufsplanung und allen anderen Geschäftsvorfällen. Bereits heute können wir uns den Geschäftsbetrieb ohne WaWi U.J.S. nicht mehr vorstellen.«

Doch damit das Warenwirtschaftssystem auch reichlich zu tun bekommt, müssen noch andere Faktoren beachtet werden, zum Beispiel Marketing und Werbung. Und auch in diesem Bereich weiß Gold Heinrich zu glänzen. »Sie wissen doch ... Gold Heinrich ... goldrichtig«, ist nicht nur ein Werbeslogan, den die Stammkunden seit über 30 Jahren kennen. Dieser Satz steht für individuelle und freundliche Beratung sowie ein breitgefächertes Angebot an Schmuck und Uhren für jeden Geldbeutel. Und das wissen die Kunden von Gold Heinrich auch und sie wissen es zu schätzen. Um diesem Werbeslogan auch gerecht zu werden und den Kunden individuell bestens zu beraten, sind derzeit 15 Angestellte in allen Altersgruppen im Team aktiv. »Alle Mitarbeiter sind mit Leib und Seele darum bemüht, jeden Kunden mit dem Gefühl ›hier ist der Kunde König‹ zu bedienen. Unser Credo lautet: Will man Schmuck in ungezwungener Atmosphäre zu fairen Preisen einkaufen, führen alle Wege zu Gold Heinrich«, erklärt Hanns-Peter Ahrens die Philosophie des Hauses.

Text: dik; Fotos: Gold Heinrich