



s.Oliver Time überzeugt die junge Kundschaft mit trendigen Designs und moderaten Endverbraucherpreisen.

Marken und Produkten zu haben. Dazu gehört auch das unternehmerische Geschick, neue Trends zu erkennen und der Mut, sich von Herstellern und Marken trennen zu können, deren Zeit abgelaufen ist oder sich dem heutigen schnellen Wandel verschließen. Ein dritter Punkt ist das persönliche Engagement über die Ladengrenze hinaus. Wir kümmern uns um Vereine und sponsern diese, werben in Schulen, unterstützen regionale Veranstaltungen und so weiter. Wir sind präsent bei der Jugend. Auf der Lieferantenseite besteht ein großes Problem darin, dass die meisten auf Global Player machen, ihr ganzes Budget in Mega-Events stecken oder bundesweite Werbung schalten und die gezielten Werbeunterstützungen am Point of Sale vernachlässigen. Sie sollten ihr Werbebudget besser splitten, um die aktiven Händler vor Ort zu unterstützen, bei deren Eigeninitiative und Weitergabe der Werbebotschaft direkt an die Zielgruppe. Wenn man Unterstützungsanfragen stellt, bekommt man leider meistens eine Absage oder wertfreie Give-aways in zu kleiner Stückzahl.«

*Gold Heinrich*

Hanns-Peter Ahrens: »Bei der Ansprache junger Kunden stehen natürlich Trends an erster Stelle. Wir sind sehr bemüht, jedem Kunden – vor allem auch den Kleinen – seine Wünsche zu erfüllen und ein seinen Vorstellungen entsprechendes Produkt zu finden. Das heißt, wir nehmen unsere kleinen Kunden genauso ernst wie die großen, egal wie groß die Kaufkraft ist. Von Lieferantenseite wird nur vereinzelt etwas Werbematerial angeboten, vor allem für die Gruppe der Elf- bis 17-Jährigen ist nur wenig dabei. Das bedauern wir sehr, da wir gerade hier ein großes Potenzial sehen.«

*Text: hee; Fotos: Diverse*

Juwelier Horn

»Haribo Bijoux begeistert«

Heidi Horn, Juwelier Horn, Westerland/Sylt: »Die Haribo-Bijoux-Kollektion fasziniert und begeistert. Das Produkt findet man einfach süß – es ist ein perfektes Accessoire und Mitbringsel – einfach zum Anbeißen! Gerade für die Sommerzeit, besonders bei uns auf Sylt, ist Haribo Bijoux das passende Extra für den Strand und auch für den Abend. Viele

Kunden bleiben vor dem Schaufenster stehen, denn die farbenfrohen Modelle von Haribo Bijoux sind ideal für den Aha-Effekt und locken so die Kunden zu uns ins Geschäft. Wir waren von der Kollektion von Anfang an begeistert und der Erfolg bestätigt uns in unserer Entscheidung. Schauen Sie sich unsere Auslagen an, obwohl die Hochsaison noch

nicht begonnen hat, sind wir nach der Osterwoche bereits wieder stark absorbiert und warten dringend auf eine Nachlieferung. Es macht Freude, diese Kollektion von Beginn an wachsen zu sehen. Und besonders mit dem Testimonial Fernanda Brandao von DSDS wird die Haribo-Schmuckkollektion bestens in Szene gesetzt!«



Heidi Horn und ihre Mitarbeiterin sind begeistert von Haribo Bijoux.

