

# Ferien- und Schulanfangs-Kampagne zum Thema Ohrlochstechen

Mit einer Fachhandelsaktion möchte **Studex**, in der Branche bekannt als weltweit führender Hersteller von Ohrlochstechsystemen, seine Juwelier-Partner im Sommer unterstützen. Denn gerade in der Ferienzeit bietet das Ohrlochstechen ein schönes Potenzial für mehr Umsatz. Wie der Europa-Geschäftsführer **Juergen Weiss** berichtet, wird in den Urlaubsmonaten diese Dienstleistung besonders häufig bei Juwelieren nachgefragt.



„An erster Stelle stehen hier die Monate Juli und August, gefolgt von Dezember und März bzw. April. Dies liegt daran, dass Eltern oft die Ferien nutzen, um ihren Kindern Ohrlöcher machen zu lassen. Gerade zum Schulanfang sind erste Ohrringe ein beliebtes Geschenk“, verrät er der 'markt intern'-Redaktion.

Die wichtigste Zielgruppe für Ohrlochstechen – Eltern mit Kindern im Kindergarten- oder Schulalter – ist besonders qualitätsbewusst und wenig preissensitiv. Das kommt den Juwelieren sehr zugute. Juergen Weiss sieht vor diesem Hintergrund folgende Vorteile: ① Das Marktpotenzial ist groß und die Nachfrage steigt in den letzten Jahren stetig ② Die Margen für den Fachhandel sind beim Ohrlochstechen zum Teil deutlich höher als bei anderen Produkten ③ Das Angebot dieser Dienstleistung führt unweigerlich neue Kunden ins Geschäft. Diese Kunden möchten vielleicht zunächst nur Ohrlöcher erhalten, werden später aber für das Folgegeschäft interessant, weil sie dann auch häufig anderen Schmuck kaufen.

Um den Effekt zu verstärken, unterstützt Studex derzeit Juweliere mit einer Gewinnspielaktion. Im Rahmen dieser Promotion bietet der Hersteller den Händlern spezielle Werbemittel, wie z. B. Stundenpläne und Display-Einleger mit Schulanfangsmotiven. Über die Webseite [ohrlochstechen.info](http://ohrlochstechen.info)

werden Verbraucher nach Anfrage gezielt zu den Studex-Partnern in deren Postleitzahlengebiet geführt. Auch in sozialen Medien macht der Hersteller auf die Aktion aufmerksam, was den Juwelieren zugute kommt. Gerade im Hinblick auf den Schulanfang rät Juergen Weiss Inhabern von Schmuck-Fachgeschäften, auf ein neues Ohrlochstechsystem umzusatteln: „Sehr viele Eltern suchen heute gezielt Juweliere, die diese Dienstleistung mit einem modernen Instrument wie Studex System 75 anbieten, weil das sanft und leise ist und daher viel angenehmer für Kinder. Wer noch ein älteres System einsetzt, sollte also unbedingt einen Wechsel planen.“

Darüber hinaus erklärt der Studex Europa-Geschäftsführer, dass jeder Studex-Partner einen persönlichen Ansprechpartner im Außendienst hat: „Unsere Außendienstmitarbeiter schulen vor Ort in der Handhabung des Systems, erarbeiten auf Wunsch

ein individuelles Marketing-Konzept mit dem Partner, inklusive Werbematerialien wie Poster, Fens-  
teraufkleber, Displays oder Broschüren. Und sie



© Studex

beraten bei der Auswahl aus unserem Sortiment. Besonders beliebt ist unser 'Peggy'-Display mit 18 gut gehenden Ohrstecker-Motiven. Es enthält herausnehmbare transparente Kunststoffträger, an deren Ende ein Muster-Ohrstecker für Studex System 75 sitzt. Kunden können sich damit Ohrringe ans Ohr halten, was den Verkauf richtig ankurbelt.“

**Wir halten fest:** Gerade im 'Sommerloch' können zusätzliche Einnahmen die Kasse des Juweliergeschäfts aufbessern

■ Ein seriöser Partner mit einem qualitativ hochwertigen Ohrlochstechsystem ist hier sehr hilfreich ■ Die umfangreiche Marketing-Unterstützung, die die potenziellen Kunden auf das Angebot aufmerksam macht und Begehrlichkeiten schafft, kann hier besonders zielführend sein ■ Einem Be-

such im Geschäft sollte bei grundlegendem Interesse dann nichts mehr im Wege stehen ■ Viele Infos finden Sie auf der Webseite für Fachhändler [www.studex.de](http://www.studex.de) und weitere tolle Tipps zum 'Weitergeben' an Ihre Kunden auf der Seite für Verbraucher [www.ohrlochstechen.info](http://www.ohrlochstechen.info).