

STEUER-CHECK ZUM JAHRESENDE TIPPS UND MASSNAHMEN FÜR IHR UNTERNEHMEN

» **Jetzt informieren!**



Generationen gehen hier immer neue Wege

Seit 1948 gibt es Juwelier Schützlhoffer in Villach. Mit dem Start der Übergabe an die vierte Generation begann das Unternehmen erfolgreich neue Marketing-Wege zu gehen.

Birgit Sacherer

21.10.2021, 9:46



© PETER JUST

Seniorchef Gerald Schützlhoffer und sein Sohn Paul, dieser wird demnächst das Unternehmen in vierter Generation übernehmen.

Vor mehr als 70 Jahren spielten die wenigsten mit dem Gedanken, sich ein Schmuckstück zu kaufen. Zu groß waren damals die Nachkriegswirren, die finanziellen Möglichkeiten reichten meist nur für das Nötigste. Franz Schützlhoffer aber war bereits zu jener Zeit ein Andersdenkender und erkannte, dass Schmuck einen unschätzbaren Wert hat. Nach der Berufsbefähigung zum Uhrmacher begann er mit Reparaturarbeiten und legte später den Grundstein zum Schmuckgeschäft, das sich seit 1958 in der Widmannngasse 42 befindet.

Die zweite Generation konnte bereits die Früchte des Wirtschaftsaufschwunges ernten. Der Kundenstock wuchs, die Produktvielfalt ebenso. 2002 hat Gerald Schützlhoffer in dritter Generation den Betrieb seines Vaters übernommen, davor beschritt er andere Wege. Er bereiste, obwohl er mit einem Geschäftspartner die Goldschmiede in Villach betrieb, als selbstständiger Handelsreisender viele Länder und kam so mit dem größten arabischen Juwelier in Kontakt. Aber auch Begegnungen mit Nelson Mandela oder Mitgliedern der Königsfamilie in Kuwait prägten ihn sehr. Diese und andere Geschäftspartner vertrauten seinem Handwerk und viele von ihnen legten ihm so manche Schiene. „Ich wusste aber immer, dass ich einmal in Villach sesshaft und den Betrieb meines Vaters übernehmen werde.“ Noch heute erinnert sich Gerald Schützlhoffer an den letzten Arbeitstag seines Vaters. „Ich habe alle seine Sachen in eine Schachtel gepackt und ihm diese mitgegeben. Er hatte großes Verständnis dafür, dass ich meine eigene Geschäftsidee verwirklichen möchte. Mein Ziel war es, ein reines Juweliergeschäft zu führen.“ Und das ist dem findigen Unternehmer auch gelungen. Neben dem Hauptgeschäft in der Widmangasse betreibt der Juwelier in Villach und in Graz auch eine Trauring-Lounge. Der Juwelier ist aber nicht nur Uhren- und Schmuckliebhabern, sondern auch Einbrechern ein Begriff. Bereits 14 Mal wurde die Geschäftsfläche in der Widmangasse von Einbrechern aufgesucht.

Nun steht die Übernahme der nächsten Generation bevor. Sohn Paul übernimmt Schritt für Schritt an der Seite seines Vaters die Geschäftsbereiche und setzt dabei auf Altbewährtes, aber auch auf Neues. „Jahrzehntelange Erfahrung, unendliche Leidenschaft, Qualität auf hohem Niveau und bestens ausgebildete Mitarbeiter, all das macht uns zu einem guten Vertrauten im schmucken Business“, unterstreicht Paul Schützlhoffer. In der hauseigenen Uhrmacherwerkstatt wird großer Wert auf handwerkliche Perfektion gelegt. Neben anspruchsvollen Reparaturen oder Grundüberholungen zählen auch kleine Servicearbeiten zum Komplettangebot. „Durch unsere eigene Produktionswerkstatt fertigen wir auch individuell gestaltete Schmuckstücke.“

Durch TikTok zu mehr Umsatz

Der 21-Jährige hat neue Wege im Marketing beschritten und so das Traditionshaus und die deutsche Rap-Szene zusammengebracht. Das alles ist einem Video geschuldet, das in den Geschäftsräumen aufgenommen wurde. „Ich wollte auf TikTok testen, wie man als Juwelier mit einem Video ankommt. Die Videos richten sich an alle, die sich für das Thema Uhren und Schmuck interessieren.“ Und bald darauf begann sich das „Diamantenkarussell“ zu bewegen und Schmuckträume vieler Rapper wurden verwirklicht. „Das war der Start, dann ging es schnell“, erzählt der Juniorchef. In kürzester Zeit vervielfachten sich nicht nur die Instagram-Follower, sondern auch die ausgefallenen Kundenwünsche. „Auf TikTok haben wir mittlerweile über 100.000 Follower. Unsere Videos erreichen bis zu drei Millionen Aufrufe und bis zu 300.000 Likes“, erzählt er. In nur zwei Jahren konnte der Umsatz mit Social-Media-Auftritten um 30 Prozent erhöht werden, bis Ende 2021 sollen es an die 50 Prozent sein.

Aktuell wird kräftig investiert. Auf 50 Quadratmetern wird im ehemaligen Lifestyle-Shop demnächst Österreichs erster Flagship-Store der Luxusmarke Breitling eröffnet. Villach stand nicht an erster Stelle des Schweizer Luxusuhrenherstellers. Doch die digitale Vermarktungsstrategie, die Paul Schützlhoffer in den vergangenen Monaten für den Familienbetrieb hochgefahren hat, war es, die die Schweizer auf das schmucke Traditionsunternehmen aus der Draustadt aufmerksam gemacht hat.

Dieser Artikel erschien in Ausgabe 20 der "Kärntner Wirtschaft":

Das könnte Sie auch interessieren



Mobilität und Qualität untrennbar verbunden

Am 1. Oktober feierte Sepin Orthopädietechnik das 50-Jahr-Jubiläum und Firmengründer Bruno Sepin seinen 92. Geburtstag. Heute zählt der Betrieb zu den führenden Orthopädieproduzenten des Landes.

[➤ mehr](#)



Von Sportlern für Sportler

Das Jungunternehmen „Keenon Sports“ hat die Produktneuheit „Back-Zip“ auf den Markt gebracht, der das Leben von Sportlern erleichtern soll. [➤ mehr](#)



In vierter Generation zurück zu den Wurzeln

95 Jahre nach ihrer Gründung geht die Villacher Fleischerei Hartl zurück zu ihren Wurzeln in die Untere Fellach und legt dort Produktion und Verkaufsstandort zusammen. [➤ mehr](#)