

Schmuck und Uhren: Solide Werte bleiben gefragt

- Deutsche sind keine Luxus-Muffel
- Touristengeschäft schmälert Branchenumsatz
- Markimpulse durch Inhorgenta-Neuheiten

Köln/München, 17. Februar 2017

Bei niedrigen Zinsen und hoher Konsumlaune stehen Edelmetalle und Edelsteine bei den Deutschen weiterhin hoch im Kurs. Der Markt für Uhren und Schmuck ging in 2016 nur leicht um 1,2 Prozent auf 4,73 Milliarden Euro zu Endverbraucherpreisen (inkl. MwSt.) zurück. Dies teilte der BVJ Handelsverband Juweliere nach aktueller Hochrechnung auf der Hauptpressekonferenz am 17. Februar in München im Vorfeld der deutschen Branchenleitmesse Inhorgenta Munich mit. Der Nachfragerückgang begründet sich überwiegend in einem schwächeren Touristengeschäft, so der Kölner Verband. *„Die inländische Nachfrage ist stabil und beim Geschäft mit hochwertigem Schmuck konnten die Juweliere sogar zulegen. Wir bleiben auf einem sehr hohen Niveau“*, so Stephan Lindner, Präsident des BVJ. Im Vorjahr konnte die Branche noch außergewöhnlich deutlich um 2,9 Prozent zulegen. *„Insgesamt können die Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte mit dem Jahr 2016 aber zufrieden sein. Die Einbrüche der Einkäufe chinesischer Touristen und die Verlagerung von Luxus-Käufen nach dem Brexit haben fast ausschließlich Juweliere in den 1A-Lagen der deutschen Metropolen getroffen – das sind relativ wenige, aber umsatzstarke Betriebe.“* Für das laufende Jahr rechnet der BVJ mit einer Stabilisierung der Umsätze auf hohem Niveau. Impulse werden vor allem für das Design- und Echt-schmucksegment von der Inhorgenta Munich vom 18. - 21. Februar 2017 in München erwartet.

Glänzend: Gold- und Diamantschmuck

Nach Hochrechnung des Verbandes war der Schmuckumsatz insgesamt mit 3,43 Mrd. Euro gegenüber dem Vorjahr stabil (minus 0,5 Prozent). Das Schmucksortiment erfährt derzeit ein Trading up: Hochwertiger Goldschmuck liegt im Trend, vor allem bei Rosé- und Rotgold verzeichnet der Handel erhöhte Nachfrage. Bei den Edelsteinen sorgte 2016 der Brillant-Schmuck an Hals, Hand und Ohr für Highlights. Neue Materialien und Fertigungsverfahren bescherten Absatzimpulse, aber Trend- und Sammelschmuck zeigten insgesamt eine verhaltene Nachfragetendenz. *„Die Kollegen, die sich ihre Kompetenz in den klassischen Sortimenten bewahrt und ausgebaut haben, konnten sich im vergangenen Jahr überdurchschnittlich entwickeln. Trauringe, Solitäre oder auch Perlschmuck bilden eine solide Basis und verzeichnen weiterhin steigende Durchschnittspreise“*, beschreibt Verbandspräsident Lindner den Trend. *„Insgesamt kaufen die Deutschen höherwertiger und investieren in werthaltigen Schmuck.“*

Taktstörung bei Uhren: Touristengeschäft und Brexit

Der Umsatzrückgang bei Uhren um 3 Prozent auf 1,3 Mrd. Euro wurde maßgeblich vom Touristengeschäft beeinflusst. Vor allem die großen Juweliere in den Metropolen

PRESSEREISMITTELUNG

und 1A-Lagen leiden unter dem Einbruch im Touristengeschäft, das dort einen erheblichen Umsatzanteil ausmacht. Vor allem das Ausbleiben chinesischer Käufer in Folge der Anti-Korruptionsgesetze und Einfuhrabgaben führte zu teils deutlichen Rückgängen. *„Die Terror- und Bedrohungslage im Jahresverlauf trägt sicherlich ihren Teil zum Geschäft mit ausländischen Besuchern bei“*, analysiert Lindner. *„Zudem verlagerten sich Luxuskäufe von Europa-Touristen aus Fernost und USA vom Euro-Raum in Richtung Großbritannien.“* Durch die Brexit-Entscheidung und folgende Währungsschwankungen waren bei Käufen in britischem Pfund Preisvorteile für Touristen erzielbar. *„Insgesamt berichten die Händler aber von stabilen Umsätzen im deutschen Fachhandel mit hochwertigen mechanischen Uhren. Vor allem einige deutsche Marken konnten hiervon überdurchschnittlich profitieren“*, so Lindner. Die verstärkten Direktvertriebsaktivitäten einiger Lieferanten beobachtet der Handel daher mit Unverständnis. *„Der Kunde sucht nach wie vor Einkaufserlebnis, Beratungs- und Servicekompetenz. Das bietet kein noch so schöner Onlineshop. Schaufenster und Auslage im Handel sind und bleiben die Referenz, wenn es um den Vergleich von Markenware geht.“*

Fachhandel bleibt erste Wahl

„Die rückläufige Frequenz in den Einzelhandelsgeschäften betrifft auch unsere Branche. Das veränderte Informationsverhalten der Kunden zwingt uns zu Investitionen“, konstatiert Lindner. *„Wir müssen emotionale Einkaufserlebnisse schaffen und mit individuellem Service den feinen Unterschied machen. Gleichzeitig steht die Digitalisierung des Handels weit oben auf unserer Agenda.“* Bei der Entwicklung der Vertriebswege gewinnt im deutschen Markt für Uhren und Schmuck derzeit der hybride Handel überproportional. Der Marktanteil der reinrassigen Internetanbieter ist mit 8 Prozent im Branchenvergleich nach wie vor sehr niedrig. Die Internetumsätze stationärer Händler über ihre Onlineshops sowie die Onlinebestellung/-reservierung und Abholung im Ladengeschäft nimmt mit einem Anteil von ca. 7 Prozent rasant zu. *„Bei einem so persönlichen und auch wertvollen Produkt stehen die Faktoren Sicherheit und Vertrauen bei den Kunden hoch im Kurs“*, so Lindner. *„Wenn schon online, dann bevorzugen die Kunden offensichtlich vermehrt das Beste aus zwei Welten: Die Bequemlichkeit der Onlineleistungen und die Sicherheit des Fachgeschäfts vor Ort in einem.“* Bei einem Marktanteil des Schmuck- und Uhrenfachhandels, der Filialisten des Fachhandels und der Fachabteilungen der Warenhäuser von insgesamt 82 Prozent ist der beratende Fachvertrieb in der Branche dominant (darin enthalten: 75 Prozent stationäre Umsätze und 7 % Online-Umsätze stationärer Händler).

Der **Bundesverband der Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V. (BVJ)** ist die berufspolitische und fachliche Interessenvertretung des Fachhandels der Branche in Deutschland. Der Verband vertritt die Interessen von über 9.000 Einzelhandelsunternehmen. Der BVJ gehört zum Fachbereich Technik der Einzelhandelsorganisation und ist dem Handelsverband Deutschland (HDE) angeschlossen.

Weitere Informationen bei:

**Bundesverband der Juweliere,
Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V. (BVJ)**

Joachim Dünkelmann (Geschäftsführer)

bvj@einzelhandel-ev.de

Tel. 02 21 / 2 71 66 – 0

