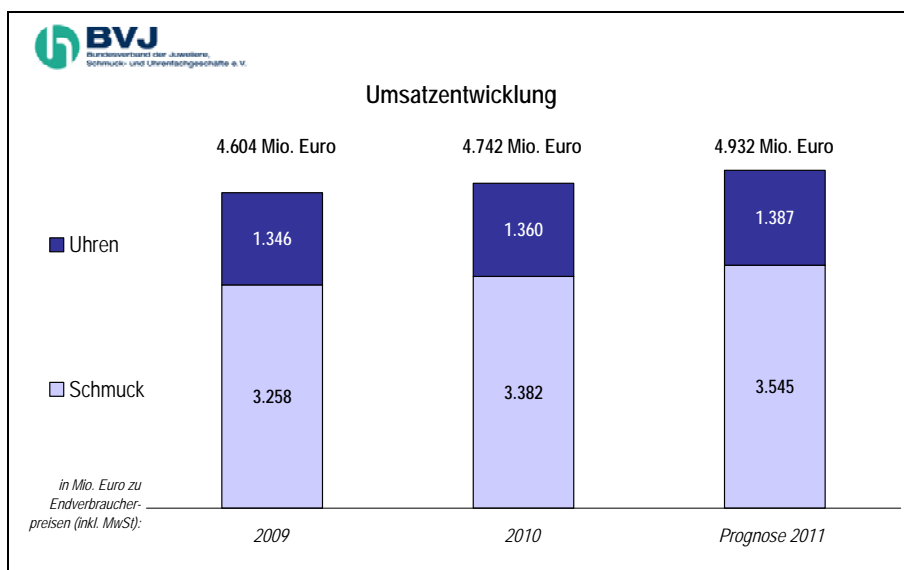


# Werthaltigkeit und Wertbeständigkeit bestimmen Marktentwicklung bei Uhren und Schmuck

Köln/München, 10. Februar 2012

Die Konsumenten investierten im Jahr 2011 fast 5 Milliarden Euro in Uhren und Schmuck. Der Eurokrise zum Trotz konnten die deutschen Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte nach aktuellen Hochrechnungen im vergangenen Jahr ein Umsatzwachstum von mindestens 4 % erreichen. Dies teilte der **Bundesverband der Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V. (BVJ)** anlässlich der Inhorgenta Munich 2012 in München mit. Die Verbandsmitglieder berichten von einer wachsenden Nachfrage bei hochwertigem Schmuck. Preissteigerungen aufgrund der Goldpreisentwicklung schaden der Branche bislang nicht, sondern wecken Begehrlichkeit. Das Geschäft in den Ballungsgebieten und Innenstadtlagen der Metropolen entwickelt sich nach BVJ-Umfrage tendenziell besser als der ländliche Raum.

Der Fachhandel der Branche konnte das gute Vorjahresergebnis noch einmal übertreffen. Der Umsatz stieg nach vorläufigen Erhebungen des BVJ um mindestens 4 %. Hierbei handelt es sich laut dem Branchenfachverband um eine konservative Prognose. *„Unsere Umfrage und erste Zahlen aus dem Handel deuten darauf hin, dass sich das Geschäft in den Innenstädten tendenziell sogar noch besser entwickelt hat“*, so **BVJ-Präsident Karl-Eugen Friedrich**. *„Bei der anhaltenden Diskussion um Währungsentwicklung und Zinsen setzen die Kunden auf nachhaltige Werte. Uhren und Schmuck sind keine Geldanlage, aber immer eine gute Investition.“* Die Branche sei dabei weniger von der tatsächlichen konjunkturellen Situation als vielmehr der Stimmungslage der Konsumenten beeinflusst.



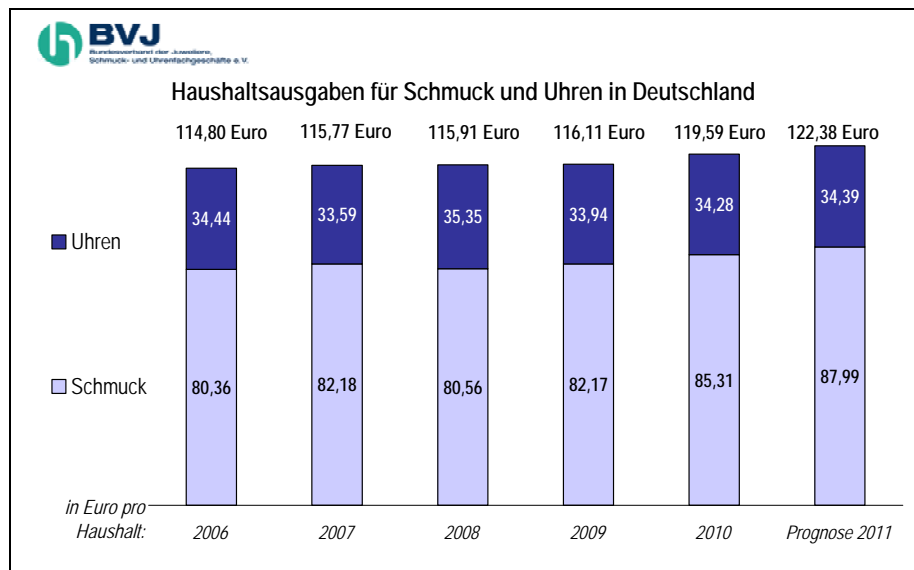
PRESS  
EMIT  
TEIL  
UNG

### **Goldpreis stimuliert Absatz**

Vor allem das gehobene Schmucksegment entwickelte sich in 2011 sehr stabil. Moderate Preissteigerungen, die aufgrund höherer Beschaffungskosten insbesondere bei Gold und Diamanten erforderlich waren, wurden laut Berichten aus dem Handel vom Konsumenten akzeptiert, weil der Gegenwert erkannt wird. Die Ausgaben für Schmuck stiegen nach derzeitigen Hochrechnungen insgesamt deutlich um rund 5 % auf 3,55 Mrd. Euro. Dies entspricht einer jährlichen Ausgabe von durchschnittlich 88 Euro pro Haushalt. Die Ausgaben für Uhren stiegen moderater um rund 2 % auf 1,39 Mrd. Euro oder gut 34 Euro pro Haushalt. Mangelnde Lieferfähigkeit insbesondere von Uhrenlieferanten aus der Schweiz und eine zum Teil deutliche Reduzierung der Vertriebspartner im Handel haben ein höheres Ergebnis verhindert. Bereits im Vorjahr konnte die Uhren- und Schmuck-Branche ein Wachstum von rund 3 % verzeichnen. Vom deutschen Gesamtmarkt für Schmuck und Uhren entfallen damit 72 % auf Schmuck, 28 % auf Uhren.

### **Umsatzprognose 2012**

Der Handel der Branche zeigt sich zum Jahresauftakt robust. Wenn sich Beschäftigungszahlen, Kaufkraft und Konsumlaune der Deutschen nicht nachhaltig verschlechtern, erwartet der BVJ trotz des zunehmenden Wettbewerbs auch in 2012 eine positive Marktentwicklung.



### **Fachvertrieb dominiert**

Der Vertrieb von Uhren und Schmuck wird vom mittelständischen Handel und Handwerk dominiert. Weit mehr als die Hälfte der Branchenumsätze entfällt laut BVJ-Hochrechnung nach wie vor auf diesen Vertriebsweg. Fachhandel, filialisierender Fachhandel und Filialisten erreichten zusammen in 2011 wiederum einen wertmäßigen Anteil am Gesamtmarkt von über 70 %. Innerhalb dieser Gruppe entwickeln sich größere Handelsstrukturen in 1A-Lagen der Innenstädte tendenziell besser. Der Fernabsatz über TV-Kanäle und das Internet verzeichnet zwar verhältnismäßig hohe Steigerungsraten, spielt jedoch nur im unteren und mittleren Preisbereich eine nennenswerte Rolle. Der

wertmäßige Marktanteil der Versender insgesamt (TV/Katalog/Internet) liegt nach BVJ-Einschätzung bei rund 10 %. Einen stark wachsenden Anteil hiervon bestreiten so genannte „hybride Händler“, stationäre Handelsunternehmen, die ihren Verkauf um den Vertriebsweg Internet erweitert haben. Die entstehende Markttransparenz fördert vor allem im Uhrenmarkt sowie bei Schmuck die Wettbewerbsintensität. *„Schmuck- und Uhrenkauf ist vor allem im hochwertigen Segment nach wie vor Vertrauenssache“, so Friedrich. „Kompetente Fachberatung und das Erleben von Material und Verarbeitung kann kein noch so schöner Internet-Shop nachbilden.“*

### ***Impulsgeber Inhorgenta Munich***

*„Der größte Teil der Kaufentscheidungen für Uhren und Schmuck wird vor den Schaufenstern und in den Geschäften der Juweliere getroffen“, so der BVJ-Präsident. Umso wichtiger sei es, das Sortiment auf die jeweiligen Kundenwünsche auszurichten und aktuelle Trends aufzunehmen. Wichtigste Orientierungshilfe sind für die über 9.000 deutschen Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte der Branche die Fachmessen wie die Inhorgenta Munich. Friedrich: „Gerade die Inhorgenta hat sich einen Namen darin gemacht, im hochwertigen und designorientierten Schmuckmarkt internationale Trends zu setzen. Wer sein Sortiment topaktuell ausrichten und sich und seine Mitarbeiter auf den Stand der Dinge bringen will, kommt an einem Besuch in München nicht vorbei.“*

BVJ auf der Inhorgenta: Halle B 2, Stand 441, Gang D

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 Dünkemann (Geschäftsführer)  
bvj@einzelhandel.de

Tel. 02 21 / 2 71 66 – 0