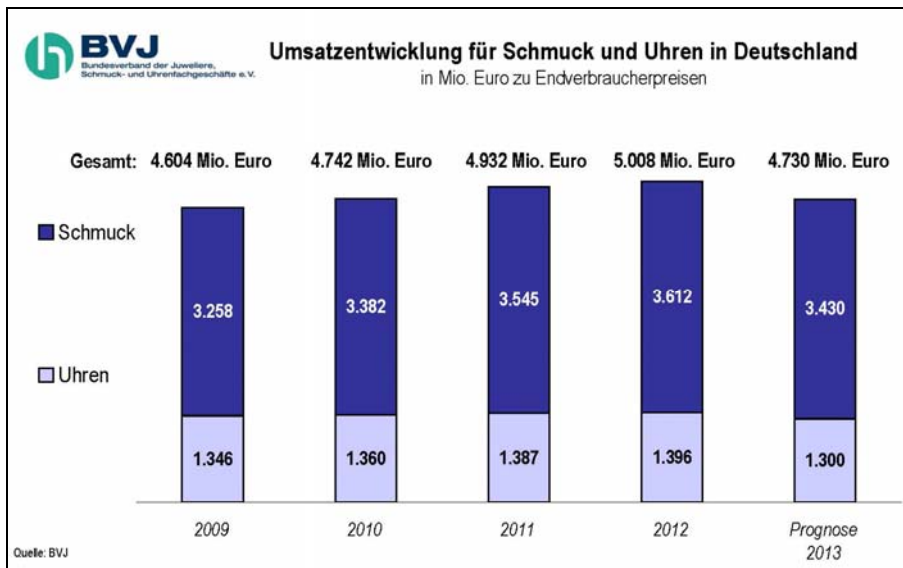


## Konsolidierung auf hohem Niveau

- Klassiker feiern Renaissance
- schlichte Eleganz schlägt Pomp
- Beratungskompetenz und Kundendienst kaufentscheidend

München/Köln, 14. Februar 2014

Die Branche konsolidiert sich auf hohem Niveau, zeigt jedoch deutliche Strukturverschiebungen. Diese Einschätzung gab der Bundesverband der Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V. (BVJ) zum Auftakt der **Inhorgenta Munich** am 14. Februar 2014 in München ab. Auch ohne die außergewöhnlichen Trend-Impulse der Vorjahre stehen die Juweliere bei den Kunden hoch im Kurs. Das Geschäft mit Uhren und Schmuck bleibt auch nach den Rekordjahren auf einem hohen Niveau. Mit einem Umsatz zu Endverbraucherpreisen inklusive MwSt. von **4,73 Milliarden Euro** in 2013 fällt die Branche jedoch laut BVJ-Hochrechnung insgesamt leicht (**minus 5,5 %**) gegenüber dem Vorjahr zurück (2012: 5 Milliarden Euro). Der gesunkene Goldpreis und fehlende Trendartikel schmälern zwar den Umsatz, jedoch nicht die Attraktivität der Branche, so der BVJ.



*Nach den Rekordjahren wieder auf „stabilem“ Niveau: Die Umsätze mit Uhren und Schmuck in Deutschland.*

PRESEMITTEILUNG

*„Der Einkaufsbummel wird immer mehr zum Freizeitvergnügen. Es geht nicht um Warenversorgung, sondern um Spaß, Genuss und Unterhaltung“, so BVJ-Präsident Stephan Lindner. Investitionen in Personal, Verkaufsraum und Werkstatt zahlen sich demnach aus. „Käufer von hochwertigen Uhren und Schmuck erwarten nicht nur ein angenehmes Ambiente, sondern hervorragende Fachberatung und exzellenten Service vor und nach dem Kauf. Ein guter Service wird honoriert, denn der Kunde ist bereit, für gute Leistung zu bezahlen.“ Ein deutlicher Anstieg der Reparaturumsätze und ein Trend zu individuellen Arbeiten unterstreicht die Entwicklung.*

Eine Polarisierung beobachtet der Kölner Verband in der regionalen Entwicklung. Während der ländliche Raum teilweise zweistellige Einbußen zu verzeichnen hatte, entwickelten sich die Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte in den Zentren der mittleren und großen Städte zum Teil sehr erfolgreich. *„Die Spannweite der Entwicklung ist sehr groß und eine strukturelle Verschiebung auch deutlich erkennbar“, so Lindner. „Was die erfolgreichen Betriebe jedoch auszeichnet ist für den Konsumenten klar erkennbare Kompetenz. Das Angebot von Uhrmacherdienstleistungen und Goldschmiedearbeiten in der eigenen Werkstatt ist für viele Kunden ein schlagendes Argument. Die eigenen Stärken erfolgreich zu kommunizieren ist für die Betriebe in 2014 für den Erfolg entscheidend.“*

### **Gold glänzt günstiger**

Der im vergangenen Jahr um ein Drittel gesunkene Goldpreis ist nicht ohne Auswirkungen auf die Branche geblieben. Die gesunkenen Materialkosten haben sich auf Verbraucherpreise niedergeschlagen und damit die Umsätze beeinflusst. Gleichzeitig ging der Goldankauf zurück, sodass die Frequenz in den Geschäften teilweise gesunken ist. Einzelne Trendmarken haben beim Verbraucher an Zugkraft verloren, sodass im Schmuckgeschäft Klassiker in Gold und Silber mit Edelsteinbesatz eine Renaissance feiern können. Im hochwertigen Segment dominiert nach wie vor die eher dezente, schlichere Eleganz. Insgesamt hat der Handel nach BVJ-Beobachtung seine Lagerhaltung im Schmuckbereich im vergangenen Jahr verschlankt. Das Orderverhalten war vor allem im zweiten Halbjahr auch aufgrund der unsicheren Goldpreisentwicklung auf Handelsseite von Vorsicht geprägt. Insgesamt gingen die Umsätze mit Schmuck um 5 % auf 3,43 Milliarden Euro zurück (EVP inkl. MwSt.).

### **Zeit für Neuorientierung**

Im Einstiegsbereich fiel bei Uhren im vergangenen Jahr vor allem das Geschäft mit einer im Vorjahr noch dominierenden Trendmarke radikal weg, Lagerbestände wurden im Handel zum Teil mit hohen Abschriften bereinigt. Die Nachfrage im hochwertigen, mechanischen Segment zeigt sich stabil und ist vor allem in den Tourismus-Lagen erfreulich hoch. Die veränderte Ver-

triebs- und Lizenzierungsstrategie großer Uhrenkonzerne hat jedoch zu einer deutlichen Strukturverschiebung in der Distribution geführt. Für einige Marken sieht der BVJ eine flächendeckende Distribution als nicht mehr gegeben an. Die Konzentration der Lieferanten auf 1A-Lagen der Großstädte sowie der zunehmende Verkauf über herstellereigene Outlets werde kurz- bis mittelfristig zu Verlagerungen in der Markenauswahl und Angebotsbreite des Handels führen, so der Verband. Insgesamt ging der Umsatz mit Uhren in Deutschland nach BVJ-Hochrechnung um 7 % auf 1,3 Milliarden Euro zurück (EVP inkl. MwSt.).

Der BVJ auf der **Inhorgenta Munich** vom 14. bis 17. Februar 2014:  
**Halle B2, Stand 402/501, Gang D/E**

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)

Tel. 02 21 / 2 71 66 – 0

bvj@einzelhandel.de