

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

Inhorgenta: Plus bei internationalen Ausstellern

Um mehr als 7 % wächst die Zahl der internationalen Aussteller zur Inhorgenta Munich 2020. Von Australien über Usbekistan und Zypern bis Thailand reicht das Spektrum, Gemeinschaftsstände gibt es aus Spanien, Hong Kong, Großbritannien, Mauritius und China. Die Uhrenhalle A1 ist einer der Wachstumsbereiche der Messe: Unter den Neuzugängen befinden sich Erwin Sattler, Festina Group, Fortis, Jacques Lemans und Parmigiani. Daneben werden auch Casio, Citizen, Garmin, Junghans, Maurice Lacroix, Seiko und viele weitere Marken mit neuen Modellen zur Messe anreisen. Die Halle B1 „Fine Jewelry“ ist komplett ausgebucht. Um 22 % wächst hier die Ausstellerzahl. Mit dabei sind Autore, Frey Wille, Chimento und Staurino Fratelli. Auch in der Edelstein-Halle C1 „Carat“ sind alle Standplätze vergeben. Den Gemeinschaftsstand von der **GZ Goldschmiede Zeitung** des Hamburger Untitled Verlags, dem **Handelsverband Juweliere (BVJ)** und dem Pforzheimer **Bundesverband Schmuck + Uhren** finden Sie im Eingang West mit der Standnummer **EWE.01**.

www.inhorgenta.de

Responsio: Solitär mit Abstand attraktivster Verlobungsring

Eine Verlobung ohne Ring ist für drei Viertel der Verliebten unvorstellbar. Während die Deutschen für ein Geschenk vom Juwelier durchschnittlich 564 Euro ausgeben, darf der Verlobungsring laut einer Studie von der Unternehmensberatung Responsio und dem Sinus-Institut auch mehr kosten. Laut dem „Schmuck-Monitor 2019“ inspiriert der Valentinstag am 14. Februar viele Verliebte zu einem Heiratsantrag. Derzeit glauben 22 % derjenigen, die in einer Beziehung leben und heiraten könnten, dass ihnen der/die Partner/in in nächster Zeit einen Antrag machen wird. Für 78 % derjenigen, die einen Antrag planen, gehört der Verlobungsring einfach dazu. Der Solitär ist laut der Umfrage der mit Abstand attraktivste Verlobungsring: Die Top 6 der beliebtesten Verlobungsringe fallen aus-

www.responsio.de



nahmslos in die Kategorie der Solitäre, also klassische Ringe mit einem einzelnen Diamanten im Brillantschliff in einer Krappenfassung. Nur ein Drittel der Männer glaubt, dass sie den Geschmack ihrer Partnerin in Bezug auf Ringe sehr gut einschätzen können. Bei Ketten trauen sich das 28 %, bei Armbändern nur 23 % der männlichen Befragten zu. Durchschnittlich gibt ein Kunde laut aktuellem Schmuck-Monitor 564 Euro für ein Geschenk vom Juwelier aus.

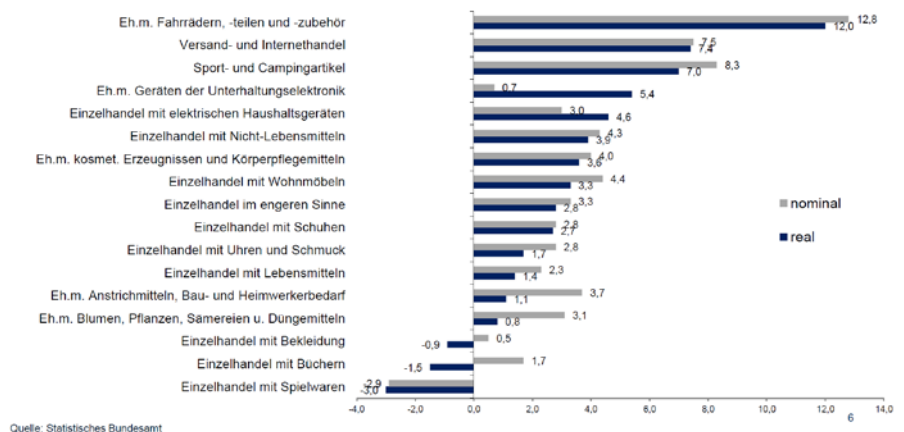
HDE: Weiteres Umsatzplus in für 2020 erwartet

Die Umsätze im Einzelhandel in Deutschland werden laut Handelsverband Deutschland (HDE) 2020 das elfte Jahr in Folge wachsen. Der Verband prognostiziert für das laufende Jahr ein Umsatzplus von 2,5 % auf dann rund 557 Mrd. Euro. Dazu trägt der Online-Handel 63 Mrd. Euro bei und steigert seine Umsätze überdurchschnittlich um rund 9 %. Laut dem Statistischen Bundesamt lagen die Umsätze des Einzelhandels (im engeren Sinne) von Januar bis November nominal 3,3 % über dem Vorjahreszeitraum, real (preisbereinigt) immerhin noch 2,8 %. Der Einzelhandel mit Uhren und Schmuck legte im gleichen Zeitraum gegenüber dem Vorjahr 2,8 % zu (preisbereinigt 1,7 %).

www.einzelhandel.de

Gewinner und Verlierer nach Branchen

Einzelhandelsumsatz 2019 (Jan-Nov)
nominale/ reale Veränderung zu Vorjahr in %



HKTDC: Verschiebung von Schmuck- und Edelsteinmessen

In Übereinstimmung mit der Regierung von Hong Kong hat das Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) aufgrund der Ausbreitung des Corona-Virus verschiedene Veranstaltungen verschoben. So sollen die ursprünglich für den 2. bis 6. März geplante HKTDC Hong Kong International Diamond, Gem & Pearl Show sowie die für den 4. bis 8. März geplante HKTDC Hong Kong International Jewellery Show auf den 18. bis 21. Mai dieses Jahres verschoben werden. Die beiden normalerweise auf den beiden Messegeländen in der Stadt und am Flughafen veranstalteten Messen sollen dann nur auf dem Gelände der AsiaWorld-Expo am Flughafen stattfinden. Die beiden deutschen Ausstellerverbände Bundesverband der Edelstein- und Diamantindustrie sowie der Bundesverband

www.hktdc.com



Schmuck und Uhren sprachen sich bereits dafür aus, die Messe(n) von Veranstalterseite lieber ausfallen zu lassen, als im engen Messekalendar mit anderen Veranstaltung in Konflikt zu kommen. Das HKTDC sah sich aufgrund der rasanten Corona-Verbreitung zu der Verschiebung zum Schutz der Gesundheit und Sicherheit von Ausstellern und Besuchern veranlasst.

Swatch Group: Absage der Hausmesse in Zürich

Die Swatch Group hat ihre Hausmesse „Time to Move“ abgesagt. Die für Anfang März geplante Neuheitenpräsentation wird aufgrund der Ausbreitung des Corona-Virus nicht stattfinden. Die Händler wurden über die Absage der Hausmesse in einem Rundschreiben informiert. Ein Ersatztermin wurde nicht kommuniziert, stattdessen soll es regionale Veranstaltungen geben. Die Swatch Group hatte nach der Absage der Beteiligung an der Baselworld bereits im letzten Jahr eine eigene Präsentation ihrer „Prestigemarken“ durchgeführt.

www.swatchgroup.com

LVMH: Tiffany-Anteilseigner stimmen Übernahme zu

Die Anteilseigner von Tiffany & Co. haben in einer außerordentlichen Sitzung den bereits kommunizierten Plänen zu einer Übernahme durch LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton zugestimmt. Die Zustimmungquote lag bei 99,3 %. Vorbehaltlich der Zustimmung der Behörden soll die Übernahme Mitte 2020 vollzogen werden. Tiffany hat im Jahr 2018 mit seinen weltweit rund 300 Geschäften und mehr als 14.000 Mitarbeitern einen Umsatz von 4,4 Mrd. US-Dollar erzielt. LVMH zahlt für Tiffany umgerechnet fast 15 Mrd. Euro. Die Uhren- und Schmucksparte von LVMH, zu der unter anderem die Marken Bulgari, Chaumet, Hublot, Tag Heuer und Zenith gehören, betreibt selbst 428 Geschäfte und erwirtschaftete 2019 einen Umsatz von 4,4 Mrd. Euro. Der Luxusgüterkonzern LVMH macht insgesamt mit 156.000 Mitarbeitern 53,7 Mrd. Euro Umsatz.

www.tiffany.com

BMF: Zoll beschlagnahmt gefälschte Luxusuhren

Nach Angaben des österreichischen Bundesministeriums für Finanzen hat der örtliche Zoll die Einfuhr von 1,5 Tonnen gefälschter Produkte verhindert. Die Sendung einer chinesischen Handelsfirma, die als „Sporttaschen“ deklariert war, enthielt Plagiate von Uhren, Schuhen, Handtaschen sowie Trainingsanzügen 17 verschiedener Luxusmarken. 869 der rund 2.400 beschlagnahmten Plagiate waren gefälschte Luxusuhren im Originalwert von 15 Mio. Euro. Dies war bislang der größte Aufgriff an gefälschten Luxusuhren, den es bis jetzt in Österreich gab. Die chinesische Frachtsendung sollte von einem Frachtführer aus Hong Kong über

www.bmf.gv.at



Taiwan und Österreich nach Bratislava in der Slowakei gelangen. Gegen die Hintermänner wird derzeit ermittelt. Der österreichische Zoll hat in im vergangenen Jahr insgesamt 400.000 Plagiate und damit 10-mal mal so viel sichergestellt wie in 2018.

Swatch Group: Geschäft in Hong Kong drückt Jahresbilanz

Die Swatch Group musste aufgrund des drastischen Einbruchs der Geschäfte in Hong Kong in 2019 deutliche Umsatz- und Ergebnisrückgänge verzeichnen. Der Nettoumsatz des Konzerns sank um 2,7 % auf 8,24 Mrd. Schweizer Franken (CHF), zu konstanten Wechselkursen um 1,8 %. Die operative Marge ging von 13,6 % im Vorjahr auf 12,4 % zurück. Das Betriebsergebnis sank um 11,4 % auf 1,02 Mrd. CHF. Die Nettomarge sank von 10,2 auf von 9,1 %. Außerhalb von Hong Kong habe man in allen Märkten Wachstum verzeichnen können, so der Hersteller. In Hong Kong ging der Umsatz allein im 2. Halbjahr um 200 Mio. CHF zurück. Die Swatch Group betreibt dort mehr als 90 eigene Geschäfte. Unter Ausklammerung von Hong Kong stieg der Konzernumsatz im 2. Halbjahr 2019 um 5 % zu konstanten Wechselkursen und das Betriebsergebnis um 6 % (im Uhren & Schmuck Segment, ohne Produktion, sogar um über 20 %). Die Zahlen des Konzerns zeigen eine relevante Abhängigkeit vom Geschäft in Hong Kong. Für alle anderen Märkte erwartet man in 2020 ein „gesundes Wachstum“.

www.swatchgroup.com

Inhorgenta Munich: Podiumsdiskussion zu „Neo Luxury“

Auf der diesjährigen Inhorgenta beschäftigen sich Experten mit den Ergebnissen einer aktuellen Studie zu „Neo Luxury 2025“ und den Möglichkeiten, die sich daraus für Industrie und Handel ergeben. Demnach soll sich aus „Mass Customization“ eine Möglichkeit ergeben, Erlöse und Margen zu steigern. Die Studie der Beratungsunternehmen Keylens und Inlux zeigt auf, wie sich die Verbrauchereinstellung zu Luxusgütern, gerade die der jüngeren Generation, verändert. Die Präsentation der Studie sowie eine anschließende Podiumsdiskussion finden unter dem Thema „Neo-Luxus – Wie vier Megatrends die Schmuckbranche revolutionieren und Wachstumschancen für Umsatz und Marge eröffnen“ am 15. und 16. Februar jeweils um 09:30 Uhr in der Halle C2 (Trend Factory) statt.

www.inhorgenta.de

GfK: Bayern Spitzenreiter bei der Kaufkraft

Im Jahr 2020 beträgt die Kaufkraft der Deutschen 23.766 Euro pro Kopf und damit 2,9 % mehr als im Vorjahr. Das geht aus der neuesten GfK-Kaufkraftstudie hervor, die für Deutschland insgesamt eine Kaufkraftsumme von 1.973 Mrd. Euro für Konsumausgaben, Wohnen, Freizeit

www.gfk.com



oder Sparen prognostiziert. Auf Ebene der Bundesländer hat Bayern mit einer Pro-Kopf-Kaufkraft von 25.982 Euro die Spitze des Rankings von Hamburg übernommen. Wie in den Vorjahren führt der bayerische Landkreis Starnberg das Ranking der 401 deutschen Stadt- und Landkreise an: 33.977 Euro und damit 43 % mehr als dem Bundesdurchschnitt stehen den Starnbergern pro Kopf für ihre Ausgaben zur Verfügung. Einziger Stadtkreis in den Top 10 ist der Stadtkreis München, der mit einer Pro-Kopf-Kaufkraft von 31.979 Euro knapp 37 % über dem deutschen Durchschnitt und damit deutschlandweit auf dem vierten Platz liegt. Den letzten Platz des Kreisrankings belegt der sächsische Landkreis Görlitz mit einer Pro-Kopf-Kaufkraft von 18.613 Euro, was in etwa 78 % des Bundesdurchschnitts entspricht.

Untitled Verlag: Geschäftsführer übernimmt alle Anteile

Der Gründungsgeschäftsführer des Untitled Verlags Dr. Christian Jürgens ist jetzt alleiniger Gesellschafter des Hamburger Verlags und der Agentur. Die bisherigen Mit-Gesellschafter sind einvernehmlich ausgeschieden. Der GZ-Anzeigenleiter Alexander Steffl hält eine stille Beteiligung. Der Untitled Verlag gibt die GZ Goldschmiede Zeitung und das Endkundenmagazin Magic Moments heraus. Als Agentur betreut Untitled zahlreiche Hersteller und Juweliere aus dem Schmuck- und Uhrenbereich rund um Print- und Online-Kommunikation. In den letzten Jahren hat Untitled neben Corporate Publishing einen Schwerpunkt auf die Entwicklung innovativer digitaler Services wie Chatbots, Apps und Augmented Reality gelegt.

www.untitled-verlag.de

eBay: Luxus-Uhren Report 2020 veröffentlicht

Der Plattformbetreiber eBay hat den „2020: Luxury Watch Report“ veröffentlicht. Die Erhebung soll die bestverkauften Marken für den Wiederverkauf sowie die datenbasierten Trends für das laufende Jahr transparent machen. Laut dem Report war die teuerste auf eBay offerierte Uhr eine Patek Philippe Grand Complication für 535.000 US-Dollar, gefolgt von einer Richard Mille RM11 Flyback Chronograph in Roségold für 148.000 Dollar und einer Audemars Piguet Millenary MC12 Tourbillon in Platin für 145.000 Dollar. Beim Verkauf gebrauchter Uhren führt laut der Studie Rolex mit einem Anteil von 25 %, angeführt von Stahlmodellen der Submariner und GMT Master. eBay beziffert den Markt für gebrauchte Uhren weltweit auf ein Volumen von 5 Mrd. Euro. Der Report steht zum [kostenlosen Download](#) zur Verfügung.

www.ebay.com



Baselworld: Dolce&Gabbana gibt Debut in Basel

Die Dolce&Gabbana Group gibt auf der Baselworld 2020 ihr Debut. Der italienische Hersteller wird in Halle 1.0 seine neue Schmuck- und Uhrenkollektion vorstellen. Nach Jahren der Marktforschung und technischer Entwicklung will die Designmarke einzigartige Entwürfe von Alta Gioielleria und Alta Orologeria präsentieren. Nach Absagen anderer Aussteller kann die Messe Schweiz mit dem Mode- und Luxusgüter-Konzern einen prominenten Neuzugang vermelden. Als Marke war Dolce&Gabbana schon einmal durch Lizenznehmer in Basel präsent, jetzt stellt der Anbieter selbst auf der Messe aus.

www.baselworld.com

GfK: Verbraucherstimmung wieder optimistischer

Laut den Ergebnissen der GfK-Konsumklimastudie kehrt der Konsumoptimismus in Deutschland zurück. Sowohl die Konjunktur- und Einkommenserwartung als auch die Anschaffungsneigung gewinnen hinzu. Für das gesamte Jahr 2020 prognostiziert GfK einen realen Zuwachs der privaten Konsumausgaben in Deutschland in Höhe von 1 %. Vor allem der Anstieg der Einkommenserwartung und der Anschaffungsneigung zu Beginn dieses Jahres sorgt dafür, dass das Konsumklima wieder zulegen kann. Allerdings wird die Wachstumsrate des Bruttoinlandsproduktes in diesem Jahr mit etwa einem Prozent moderat sein, aber etwas höher ausfallen als letztes Jahr. Für 2019 wird das Wirtschaftswachstum auf 0,6 Prozent geschätzt. Von steigendem Konjunktur- und Einkommensoptimismus profitiert auch die Anschaffungsneigung. Der Indikator klettert nach einem Plus von 3,3 Zählern auf 55,5 Punkte. Das ist der höchste Wert seit einem Jahr.

www.gfk.com

Bijou Brigitte: Umsatzwachstum über den Erwartungen

Der Konzernumsatz von Bijou Brigitte lag im Geschäftsjahr 2019 bei 334 Mio. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies eine Steigerung des Hamburger Modeschmuck-Filialisten um 3,7 %. Die noch im Oktober 2019 aktualisierte Umsatzprognose wurde somit leicht übertroffen. Das Filialnetz verkleinerte sich im Geschäftsjahr 2019 um 8 Standorte auf 1.042 Filialen. Bereinigt um die geschlossenen Standorte erzielten laut Unternehmen alle Segmente ein Umsatzplus.

www.bijou-brigitte.com

De Beers: Neues Store-Konzept für Forevermark

Die De Beers Group hat in Zusammenarbeit mit Caibai Jewelry in Peking das erste Geschäft nach dem neuen Store-Konzept für die Diamant-

www.debeersgroup.com



Schmuck-Marke Forevermark eröffnet. Das Handelskonzept der „nächsten Generation“ soll auf 100 m² Verkaufsfläche mit dem traditionellen „über-den-Tresen“ Prinzip brechen. Man wolle für den Verbraucher ein immenseres, interaktives und informatives Einkaufserlebnis schaffen, so De Beers. Das Konzept beinhaltet eine Reihe digitaler Neuheiten, die die Welt von Diamantschmuck und der Gewinnung und Verarbeitung von Diamanten interaktiv erleben lassen.

Richemont: Gutes Weihnachtsgeschäft in Europa

Im dritten Quartal des laufenden Geschäftsjahres (Oktober bis Dezember) hat der Luxusgüterkonzern Richemont ein Umsatzplus von 6 % erzielt. Hierbei sei vor allem das Geschäft in Europa mit plus 9 % und den USA (plus 5 %) gut verlaufen. Die Juweliere Cartier, Van Cleef & Arpels und Buccellati haben sich laut Richemont mit Ausnahmen von Hong Kong und Japan gut entwickelt und konnten gegenüber dem Vorjahreszeitraum insgesamt um 6 % Umsatz zulegen. Die Uhrenmarken des Konzerns steigerten den Umsatz nur leicht, was auch auf ein anhaltend schwaches Geschäft in Hong Kong zurückzuführen ist. Seit 2018 gehören auch die Online-Anbieter Yoox Net-a-porter und Watchfinder & Co. zu Richemont.

www.richemont.com

Watchpeople: Distribution von Esprit Uhren und Schmuck

Die TMS Group und Watchpeople haben einen Distributionsvertrag für Esprit-Uhren und Echtschmuck in Deutschland geschlossen. Watchpeople soll den Vertrieb der Marke mit der Frühjahr/Sommerkollektion 2020 starten. Die neue Kollektion aus Esprit-Uhren und Sterling Silver soll bereits auf der Inhorgenta Munich präsentiert werden. TMS ist seit 2017 Lizenznehmer von Esprit. Laut Watchpeople-Geschäftsführer Ralf Barthelmeß werden eine „qualitative Fachhandelsdistribution“ und eine „durchgehend preisstabile Positionierung im Markt“ angestrebt.

www.watchpeople.com

HDE: Valentinstag bringt Milliardenumsatz

Der Valentinstag am 14. Februar sorgt im Einzelhandel in Deutschland für zusätzliche Umsätze in Höhe von 1 Mrd. Euro. Knapp 17 % der Verbraucher planen in diesem Jahr zum Tag der Verliebten gezielte Einkäufe. Das zeigt eine aktuelle Umfrage im Auftrag des Handelsverband Deutschland (HDE). Die meisten Kunden greifen dabei bei Blumen (52 %) zu. Oft fließen aber auch Ausgaben in die Gastronomie (50 %) oder in Lebensmittel (47,2 %) zum Verschenken. Ebenfalls gefragt sind Gutscheine (27,3 %), Uhren und Schmuck (20,6 %) sowie Dekorationsartikel. Anders als lange Jahre üblich, werden mittlerweile auch immer mehr Männer beschenkt. Im vergangenen Jahr kauften knapp 20 % der Verbraucher in

www.einzelhandel.de



Deutschland gezielt zum Valentinstag ein, davon 44 % Frauen. Insgesamt steigen die Ausgaben im Vorjahresvergleich zum Tag der Liebe an: Nur rund 5 % der Verbraucher wollen ihre Ausgaben zu diesem Anlass reduzieren, während knapp 11 % Mehrausgaben einplanen. Mehr Infos zur Umfrage unter www.einzelhandel.de/Valentinstag.

Red Dot: Jean-Claude Biver erhält Personality Prize

Jean-Claude Biver wird in diesem Jahr mit dem erstmals vergebenen Red Dot: Personality Prize ausgezeichnet. Mit innovativen Ideen und geistreichen Konzepten habe der Schweiz-Luxemburger die Uhrenindustrie „so nachhaltig geprägt wie kein anderer“, so die Red Dot-Jury. Als Impulsgeber habe Biver Marken wie Blancpain, Hublot und Tag Heuer ein neues Gesicht gegeben und es damit geschafft, den Markt für Zeitmesser „auf ein gänzlich neues Niveau zu bringen“. Im Rahmen der Preisverleihung am 22. Juni 2020 in Essen wird Biver für diese Leistung geehrt.

www.red-dot.org

WDC: Daguzan neuer Executive Director

Elodie Daguzan ist seit dem 1. Februar neuer Executive Director des World Diamond Council (WDC). Die gebürtige Französin hatte bereits eine Reihe von Positionen innerhalb der Branche inne. Die letzten 8 Jahre war Daguzan als Head of Communications and Industry Relations beim Pariser Diamanthändler Rubel & Ménasché. Seit 2017 hatte die Gemmologin das Unternehmen im WDC vertreten und war unter anderem aktives Mitglied der Kimberley Process Task Force. Daguzan ist Nachfolgerin von Marie-Chantal Kaninda, die zum Jahresende 2019 aus der Organisation ausgeschieden ist.

www.worlddiamondcouncil.org

BVJ Chef-Info

Redaktion: Joachim Dünkelmann
Bundesverband der Juweliere,
Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V.
An Lyskirchen 14 – 50676 Köln
Tel +49 221 27166-0
Fax +49 221 27166-20
E-Mail bvj@einzelhandel-ev.de
Internet www.bv-juweliere.de

[BVJ Chef-Info abbestellen](#)

[Informationen zum Datenschutz](#)