

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

Concardis/Nets: Kostenfreie Webinare zum E-Commerce

Der Zahlungs-Dienstleister und BVJ-Payment-Partner Concardis bietet für Händler kostenfreie Webinare rund um den E-Commerce an. 98 % der Verbraucher in der DACH-Region haben 2020 online eingekauft, wie eine Studie des europaweit tätigen Zahlungsdienstleisters Nets zeigt: Fast alles wird heute digital nachgefragt und E-Commerce hat sich branchenweit etabliert. Was das für Händler und ihren Vertrieb bedeutet und welche Faktoren ab sofort für den Erfolg im E-Commerce entscheidend sind, vermitteln die Nets-Experten Damir Leko und Jamal Febo. Interessenten können sich zu einem von 3 Webinaren im April kostenfrei anmelden. Die Termine:

- Dienstag, 13. April 2021 um 11:00 Uhr
- Mittwoch, 21. April 2021 um 13:00 Uhr
- Dienstag, 27. April 2021 um 13:00 Uhr

Anmeldung unter <https://www.concardis.com/ecom-webinare>

<https://www.concardis.com>

Dr. E. Wirth & Co.: Versicherungs-Check in Corona-Zeit

Die Auswirkungen der Pandemie-Maßnahmen beeinflussen nicht nur Einzelhandels-Standorte und Innenstädte, sondern auch die Bedeutung von Frequenz und Kundenbindung. Gleichzeitig werden Geschäftsmodelle und Kommunikation der Juweliere zunehmend digitaler. Vor diesem Hintergrund bietet der BVJ-Partner in Versicherungsfragen einen kostenfreien und unverbindlichen Versicherungs-Check an. Der mittelständische Versicherungsmakler Dr. E. Wirth & Co. prüft, ob der aktuelle Versicherungsschutz noch zu dem Unternehmen passt und ob die Beiträge risikogerecht und zeitgemäß sind. Bei der Betrachtung werden auch Themen wie Internet-Kriminalität, Cyber-Risiken und bargeldlose Zahlungsausfälle berücksichtigt. Interessenten für den Versicherungs-Check wenden sich an: Dr. E. Wirth & Co. Assekuranzkontor GmbH, Sven-Christian Dihle, Telefon 040 36 96 75-11, E-Mail dihle@drwirth.de. Vorab-

<https://drwirth.de>



information ist auf der BVJ-Partnerseite https://www.bvjuweliere.de/Partner/Dr_E_Wirth.php oder auch <https://drwirth.de> möglich.

The Show: Hamburger Event wächst und wird internationaler

Das Hamburger Eventformat „THE SHOW“ wird zur zweiten Edition, die vom 3. bis 5. Oktober im Schuppen 52 an der Elbe stattfindet, laut Veranstalter deutlich wachsen. „Wir bleiben klein und exklusiv, wollen uns aber auf 50 Aussteller verdoppeln“, erklärt Organisator Christian Jürgens, Untitled Verlag und Agentur. Zum einen soll „THE SHOW“ deutlich internationaler werden. So werden neben den deutschen Top-Marken auch führende Brands aus Italien, Spanien und Australien ausstellen. Zum anderen soll ein exklusives Uhrensegment mit internationalen Top-Marken, aber auch vielen unabhängigen Manufakturen, aufgebaut werden. Im Schmucksegment stellen unter anderem Autore, Pasquale Bruni, Tamara Comolli, Crivelli, Krieger, Meister, Cammilli, Serafino Consoli, Facet, Al Coro, Roberto Demeglio, Fabio Collection, Niessing, Scheffel, Schreiner und Gellner aus. Im Uhrensegment sind beispielsweise Parmigiani Fleurier, Ebel, Lang & Heyne, Baume et Mercier, Sinn und Meistersinger präsent. Man sei mit vielen weiteren Uhrenmarken im Gespräch, Ende April soll die finale Ausstellerliste präsentiert werden.

www.the-show.online

„AEON“: Neue Schmuck- und Uhrenmesse in München

Parallel zur Gemworld veranstaltet Christoph Keilmann vom 21. bis 24. Oktober in diesem Jahr erstmals eine neue Schmuck- und Uhrenmesse. Die „AEON“ verbindet die Vorzüge einer Premium-Messe im professionellen Ambiente des Münchener Messegeländes mit einem High-End-Event in der Münchener Innenstadt. Während die Veranstaltung auf der Praterinsel eine Kommunikationsplattform bietet, um Medienimpulse zu setzen und mit geladenen Endkunden ins Gespräch zu kommen, dreht sich auf der Messe alles um das Geschäft zwischen Ausstellern und Händlern. Der Besuch der „AEON“ steht auch den rund 6.000 Fachbesuchern der Gemworld offen, Juweliere haben die Möglichkeit, ihre Kunden auf das Event und die Messe einzuladen.

<https://munichshow.com>

Cibjo: Schweizer Uhrenindustrie-Verband FH neues Mitglied

Der Weltschmuckverband Cibjo hat ein neues Mitglied. Der Vorstand der „World Jewellery Confederation“ hat die Aufnahme des Verbandes der Schweizer Uhrenindustrie (FH) bestätigt. Cibjo-Präsident Gaetano Cavaliere sieht darin eine Bestätigung, dass Uhren-, Schmuck- und Edelstein-Industrie gleichgelagerte Interessen verfolgen. Allen gemein sei die Notwendigkeit, das Vertrauen der Verbraucher in die Produkte der Branche

<http://www.cibjo.org>



zu schützen und zu unterstützen. Der FH repräsentiert mit seinen rund 460 Mitgliedern mehr als 90 Prozent der Hersteller und Vertriebsfirmen der Schweizer Uhrenbranche. Cibjo repräsentiert über seine Mitglieder und nationalen Mitgliedsverbände nach eigenen Angaben einen weltweiten Umsatz von 250 Milliarden US-Dollar.

ZV Uhrmacher: Uhrmacherhandwerk ist Kulturerbe

Das Uhrmacherhandwerk ist in das bundesweite Verzeichnis des Immateriellen Kulturerbes aufgenommen worden. Dies teilten die Deutsche UNESCO-Kommission und die Kultusministerkonferenz dem Zentralverband für Uhren, Schmuck und Zeitmesstechnik als Antragsteller mit. Der Verband nimmt die Auszeichnung als Ansporn, die Bemühungen um die Rückkehr in die Anlage A der Handwerksordnung fortzusetzen. Der Zentralverband hatte nach umfangreicher Vorbereitung im Oktober 2019 den Antrag auf Aufnahme in das Verzeichnis gestellt. Das Uhrmacherhandwerk wird ab sofort im bundesweiten Verzeichnis Immaterielles Kulturerbe unter <http://www.unesco.de/ike> geführt.

(Direkter Link: <https://www.unesco.de/kultur-und-natur/immaterielles-kulturerbe/immaterielles-kulturerbe-deutschland/uhrmacherhandwerk>)

<https://www.zv-uhren.de>

Concardis/Nets: Kostenfreier E-Com-Report für DACH-Region

Der Payment-Dienstleister Concardis bietet einen umfangreichen Marktreport zu Zahlungs- und Verbraucherverhalten kostenlos zum Download an. Der E-Com-Report 2020 für die DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) zeigt im Detail, wie sich die Konsumenten im vergangenen Jahr verhalten haben – und worauf sich Händler und Dienstleister für die Zukunft einstellen können. Der Kauf von Waren und Dienstleistungen hat sich im vergangenen Jahr, bedingt durch staatliche Vorgaben, in kurzer Zeit ins Netz verlagert. Per App, Social Media oder im Online-Shop wurden 2020 aber nicht nur die bislang bekannten Konsumgüter wie Kleidung und Schuhe gekauft. In Deutschland, Österreich und der Schweiz wurden beispielsweise online auch Rekordzahlen bei Versicherungsabschlüssen erreicht. Der Report gibt wichtige Hinweise zur Digitalisierung des Handels, die Trends im Verbraucherverhalten und das Payment im E-Commerce. Zum Download: <https://www.concardis.com/ecom-report-2020>

<https://www.concardis.com>

Junghans: Partnerschaft zum Fachhandel zahlt sich aus

Der Umsatz der Uhrenfabrik Junghans GmbH & Co. KG sank in 2020 pandemiebedingt um 11,4 % auf 19,1 Mio. Euro. Trotzdem schreibt das Unternehmen nach eigenen Angaben im Geschäftsjahr 2020 schwarze

<https://www.junghans.de>



Zahlen. Insbesondere das tourismusbezogene Geschäft, etwa in Flughafenshops, auf Kreuzfahrtschiffen oder in frequentierten Innenstädten, war von Einbußen betroffen. Dennoch zahlte sich laut Junghans auch im Coronajahr die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit dem Fachhandel aus. Trotz monatelanger Ladenschließungen konnte im deutschen Einzelhandel ein leichtes Plus im Vergleich zum Vorjahr verbucht werden, während das internationale Geschäft mit Ausnahme der USA einbrach. Im April begeht die Uhrenfabrik ihr 160. Jubiläum. Gleichzeitig jährt sich die Zusammenarbeit mit Max Bill im Bereich der Armbanduhren zum 60. Mal. Eine Jubiläumskollektion soll im April präsentiert werden.

Planet Payment: Touristen-Geschäft im Sommer noch möglich

Die Innenstädte können noch auf eine Wiederkehr des Geschäfts mit Touristen im Sommer hoffen. Die Impfkampagnen und rückläufigen Infektions- und Sterblichkeitszahlen im Rahmen der Pandemie machen sich vor allem in einigen asiatischen Ländern zwischenzeitlich positiv bemerkbar. In Ländern wie Süd-Korea, China, Japan oder Singapur wirkt sich das niedrigere Risiko bereits sehr deutlich auf die Frequenz im Handel aus. Nach aktuellen Berechnungen im Planet Intelligence Report könnte die Reisetätigkeit bereits geimpfter Urlauber und Geschäftsleute zu einer ausgedehnten Sommer-Saison im Geschäft mit Touristen führen. Derzeit führt die Pandemie beim Geschäft mit Mehrwertsteuer-Rückerstattung jedoch noch zu einem drastischen Einbruch. Das Umsatzvolumen lag im Februar europaweit im Schnitt 95 % unter Vorjahr. Einzige Ausnahme bildet hier die Schweiz mit deutlich besseren Touristenumsätzen.

<https://www.planetpayment.com>

Tudor: Erste Monobrand-Boutique in Deutschland eröffnet

Die Rolex-Tochter Tudor hat in Köln ihre erste Monobrand-Boutique Deutschlands. Das neue Tudor Geschäft wurde gemeinsam mit dem altingesessenen Kölner Juwelier Gadebusch eröffnet. Das Farbkonzept orientiert sich an den Hausfarben von Tudor – Schwarz, Rot und Weiß. Das neue Geschäft bietet einen umfassenden Überblick über die Kollektion von Tudor. Der Service für Tudor-Modelle wird ebenfalls angeboten.

<https://juwelier-gadebusch.de>

Breitling: Uhren-Abonnement „BreitlingSelect“

Mit „BreitlingSelect“ bietet der Uhrenhersteller einen neuartigen Abonnementsservice für Breitling-Liebhaber an. Kunden können bis zu drei Uhren in einem Jahr zunächst ausprobieren und erst später entscheiden, welche Breitling sie sich wirklich wünschen. Die ausgewählte Uhr wird dann zum Sonderpreis angeboten. Der neue Service startete Anfang März in den USA, weitere Länder wie Deutschland sollen in Kürze folgen. Das „Abo“

<https://www.breitling.com>



für 12 Monate kostet eine einmalige Gebühr von 450 US-Dollar und anschließend 129 Dollar monatlich. Bei den Abo-Uhren handelt es sich um vollständig überarbeitete Uhren, nicht um Neu-Ware. Die Abwicklung erfolgt zunächst über den Online-Shop der Marke, später soll die Einbindung der Boutiquen und des Einzelhandels erfolgen. Breitling sieht sich mit dem Abonnement als digitaler Pionier der Branche.

Bain: Report zur globalen Diamantenindustrie

Laut dem aktuellen Bain-Report zur globalen Diamantenindustrie („The Global Diamond Industry 2020-21“) gaben die Diamantenverkäufe 2020 weltweit um 15 % nach, die Produktion ging sogar um 20 % zurück. Die Preise für rohe und geschliffene Steine sinken im Zuge der Pandemie um 11 % (Rohdiamanten) beziehungsweise 3 %. Mittlerweile zeichnet sich laut Bain ein Wiedererstarken der Branche ab. Die Verkäufe stiegen im vierten Quartal 2020 in den beiden wichtigsten Märkten USA (plus 10 %) und China (plus 20 %). Positiv verlief zudem der Start ins Jahr 2021. Die meisten Minenbetreiber meldeten für Januar um 5 bis 8 % höhere Preise und Umsätze. Laut Bain bevorzugen insgesamt 95 % der Kunden den stationären Handel für den Diamantenkauf. Ausschlaggebend dafür ist, dass die Schmuckstücke vor Ort betrachtet werden können. Hinzu kommt die persönliche Beratung.

<https://www.bain.com/de>

Messe Frankfurt: Führungswechsel bei Konsumgütermessen

Zum 01. Juni 2021 übernehmen Julia Uherek und Philipp Ferger bei der Messe Frankfurt die Leitung der Bereiche Consumer Goods Fairs und damit der Messen Ambiente, Christmasworld oder Paperworld sowie künftiger Messeformate und Plattformen. Nicolette Naumann, die das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlässt, wird der Messe Frankfurt noch bis 30. Juni 2021 beratend zur Verfügung stehen. Bereits seit 2017 verantwortet Julia Uherek als Bereichsleiterin Konsumgütermessen die strategische Ausrichtung der Messen Paperworld, Creativeworld, Christmasworld und Beautyworld. Philipp Ferger ist seit 2014 Leiter des Regionalmessekonzepts für das Geschäftsfeld Consumer Goods. 2016 übernahm er als Bereichsleiter auch die Verantwortung für die Tendence. Zum 1. Juni 2019 wurde er, neben Nicolaus Gedat, zum zweiten Geschäftsführer der nmedia GmbH berufen.

<https://www.messefrankfurt.com>

markt intern: Tansanit ist Farbedelstein des Jahres 2021

Eine achtköpfige Experten-Jury sowie Juweliere und Goldschmiede in ganz Deutschland haben den Tansanit zum „Farbedelstein des Jahres 2021“ gewählt. Die vom Düsseldorfer „markt intern“-Verlag initiierte Aktion

<http://www.farbedelstein-des-jahres.de>



soll Verbraucher auf aktuelle Edelstein- und Schmucktrends aufmerksam machen. In der Wertung der Experten-Jury habe der Tansanit mit Abstand gewonnen. So steht er – nach dem Aquamarin in 2019 und dem Grünen Turmalin in 2020 – in 2021 ganz oben auf der Siegertreppe. Jury-Mitglied Jörg Lindemann, Geschäftsführer Bundesverband der Edelstein- und Diamantindustrie e.V.: „Der Tansanit ist 1967 im Norden Tansanias entdeckt worden und wurde insbesondere durch den New Yorker Juwelier Tiffany sehr populär. Heute ist er aus den Schmuckkollektionen weltweit nicht mehr wegzudenken. Bekannt ist seine kräftige strahlende blauviolette Farbe. Aufgrund seiner attraktiven Farbe und hohen Brillanz gehört der Tansanit zu den begehrtesten und kostbarsten Farbedelsteinen und erfreut sich seit Jahrzehnten einer großen Beliebtheit und Nachfrage.“

Intergem: Termin vorverlegt, neues Konzept

Die Intergem 2021 in Idar-Oberstein wird auf den 24. bis 27. September vorverlegt, um im engen Messeherbst Terminüberschneidungen zu vermeiden. Der neue Geschäftsführer der Intergem Messe GmbH Mirko Arend und die Projektleiterin Selina Schmidt wollen mit innovativen Konzepten Ausstellern und Besuchern nicht nur ein angenehmes und hochwertiges Ambiente bieten, sondern für die Branche die optimalen Voraussetzungen für eine gelungene Verkaufs- und Marketingplattform schaffen. Beispielsweise wird es es an einem Tag der Intergem für Juweliere und Goldschmiede die Möglichkeit geben, zwei bis maximal drei ihrer Top-Endkunden mitzubringen.

<https://www.intergem.de>

BVJ Chef-Info

Redaktion + verantwortlich für den Inhalt: 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](#)