

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

The Show: Neues Eventformat für Schmuckmanufakturen

Vom 6. bis zum 9. September feiert mit „The Show“ ein neues Eventformat Premiere. In der Fischauktionshalle Hamburg präsentieren sich 20 Top-Schmuckmanufakturen. Dem Veranstalter geht es um Neuheiten und den lange vermissten persönlichen Austausch innerhalb der Branche. Mit dabei sind unter anderem Tamara Comolli, Niessing, Krieger, Al Coro, Heinz Mayer, Richard Hans Becker, Capolavoro und Artur Scholl. Die Registrierung für Juweliere ist ab sofort möglich. Ihnen und ihren Kunden bietet das neuartige Konzept die Chance auf einen besonderen Kontakt zu den Herstellern inklusive medialer Unterstützung. Neben zahlreichen digitalen Services bietet „The Show“ eine Mediazone für Presse, Blogger und Influencer, in der Schmuck live an Models gefilmt und fotografiert werden kann. Juweliere erhalten das Material gratis für ihre Website und Social-Media-Kanäle und dürfen ausgewählte Endkunden mitbringen. Juweliere können sich hier für das Event registrieren: <https://the-show.app.rsvpify.com>

<https://the-show.online>

Richemont: Europa-Umsatz bricht um 59 Prozent ein

Der Luxusgüterkonzern Richemont berichtet für das abgelaufene Quartal (April-Juni) starke Auswirkungen von Covid-19 auf das Geschäft und einen Umsatzrückgang um 47 %. In Europa sei der Umsatz sogar um 59 %, in Amerika um 60 % und Japan um 62 % gesunken – während sich in China eine deutliche Erholung abzeichnet. Dabei seien alle Regionen, Vertriebswege und Geschäftsbereiche des Unternehmens gleichermaßen von hohen zweistelligen Einbrüchen betroffen. Die Schmuckmarken von Richemont mit minus 41 % (Buccellati, Cartier und Van Cleef & Arpels) und die Online-Kanäle (Net-A-Porter, Mr Porter, Yoox, The Outnet und Watchfinder & Co.) hätten sich überdurchschnittlich entwickelt. Die Uhren-Marken (A. Lange & Söhne, Baume & Mercier, IWC, Jaeger-LeCoultre, Panerai, Piaget, Roger Dubuis und Vacheron Constantin) ver-

<https://www.richemont.com>



loren um 56 % Umsatz gegenüber Vorjahr. Der Umsatz der konzerneigenen Geschäfte entwickelte sich mit minus 43 % verhältnismäßig besser, als das Großhandelsgeschäft – also der Absatz über den Einzelhandel (minus 65 %).

Swatch Group: Nach weltweitem Einbruch Hoffnung auf China

Der Nettoumsatz der Swatch Group ist im 1. Halbjahr 2020 um 43,4 % auf 2,2 Mrd. Schweizer Franken (CHF) eingebrochen. Neben der staatlich verordneten Schließung von zeitweise bis zu 80 % der Distributionskanäle macht dem Konzern auch der starke Schweizer Franken zu schaffen, der den Umsatz um 113 Mio. CHF oder auch -4.9 % drückt. Nach einem Betriebsgewinn von über einer halben Milliarde im Vorjahreszeitraum fuhr der Konzern in den ersten 6 Monaten 2020 einen Betriebsverlust von 327 Mio. CHF ein. Der Konzernverlust lag bei 308 Mio. Euro – der erste Verlust der Firmengeschichte. Für die zweite Jahreshälfte rechnet die Swatch Group mit einer deutlichen Erholung der Nachfrage. Schon in den Monaten Mai und Juni habe man beispielsweise in Mainland China ein zweistelliges Wachstum gegenüber dem Vorjahr erzielt. Somit erwarte man sowohl für das 2. Halbjahr als auch das Gesamtjahr ein positives Betriebsergebnis.

<https://www.swatchgroup.com>

Bijou Brigitte: Corona halbiert Halbjahresumsatz

Gerade die Impulskäufe haben in der Corona-Zeit stark gelitten. Durch die Geschäftsschließung, aber auch die geringe Frequenz und gedämpfte Shopping-Laune der Konsumenten nach der Wiedereröffnung wurde auch der Modeschmuckbereich hart getroffen. Der Filialist Bijou Brigitte verzeichnet im ersten Halbjahr 2020 demzufolge nur einen Umsatz von 82,9 Mio. Euro. Dies ist ein Rückgang gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 44,5 %. Der Konzern verweist auf die getroffenen Maßnahmen der Regierungen gegen die Ausbreitung des Coronavirus als Ursache. Das Filialnetz hat sich in den letzten 6 Monaten um 14 Filialen verkleinert. Der Konzern reagiert auf die Umsatzflaute mit einer Sale-Aktion. Auf Ketten, Ohrringe und Accessoires werden Preisnachlässe von bis zu 50 % angeboten.

<https://www.bijou-brigitte.com>

Elysee: Preissenkung und Lagerwertausgleich für Ingersoll

Die Elysee Group hat die Preise und Preisempfehlungen für Uhren der Marke Ingersoll erheblich gesenkt. Die Senkung des Mehrwertsteuersatzes nehme man zum Anlass, für höherpreisige Uhren einen „wirklichen Kaufanreiz“ auszulösen. Ab sofort würden die Preise für Ingersoll-Uhren deshalb um ca. 20 % gesenkt. Diese Preissenkung gelte nicht nur bis

<https://www.elyseegroup.de>



zum Jahresende, sondern dauerhaft. Die Elysee Group wolle den Fachhandel dadurch in die Lage versetzen, „hochwertige Automatikuhren“ zu noch attraktiveren Preisen anzubieten. Für die bestehenden Lagerbestände der Fachhandelspartner werde eine „optimale Gutschriftlösung“ gefunden, nachdem die Bestände durch die Repräsentanten des Unternehmens erfasst wurden.

Inhorgenta Munich: Offener Brief an die Branche

In einem "Offenen Brief" bekennen sich Schmuck-, Uhren- und Edelsteincommunity sowie Fach- und Lifestyle-Medien zur nachhaltigen Positionierung der Inhorgenta. Als Europas führende Plattform fördert die Messe in München durch Kompetenz und Innovation den Geschäftserfolg sowie den Austausch der gesamten Branche. Unterzeichnet wurde das Schreiben des Inhorgenta-Managements durch zahlreiche namhafte Branchen- und Medienvertreter. Die nächste Inhorgenta Munich findet vom 19.-22. Februar 2021 in München statt. Den offenen Brief finden Sie hier als PDF-Datei:

https://www.bv-juweliere.de/PDF/Presse/2020-07-13_NHORGENTA_Offener_Brief.pdf

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

IEG: Neues Format „Voice“ statt Messe „Vicenza Oro“

Der Veranstalter Italian Exhibition Group (IEG) will mit dem neuen Format „Voice“ dem Goldschmuck-Sektor die Möglichkeit zum Neustart bieten. Vom 12. bis 24. September sollen über 300 Aussteller in Vicenza neue Produkte unter höchsten Sicherheitsstandards präsentieren können. Das Format beinhaltet neben der Ausstellung auch Konferenzen, Schulungen sowie eine Content-Plattform. Die Voice, an der laut IEG auch die Hersteller Damiani, Roberto Coin, Crivelli, Fope und Unoerre teilnehmen, soll die aufgrund der Pandemie abgesagte Fachmesse Vicenza Oro ersetzen. Neben italienischen und spanischen Schmuckherstellern sollen auch Uhrenmarken wie Corum, Victorinox und Junghans präsent sein.

<https://www.vicenzaoro.com/it/voice>

EHI: Rechnungskauf bleibt beliebteste Zahlungsart online

Laut der EHI-Studie „Online-Payment 2020“ wollen deutsche Online-Shopper den Kauf schnell abschließen und bequem bezahlen – am liebsten mit der erst später fälligen Rechnung. 32,8 % aller Online-Käufe werden per Rechnung bezahlt, 1,5 Prozentpunkte mehr als noch im Vorjahr. Unter anderem E-Commerce-Riese Amazon.de hatte für diese Zahlungsart im Payment-Mix aktiv bei seiner Kundschaft geworben. PayPal belegt Platz zwei der umsatzstärksten Zahlungsarten und steuert mit 20,2 % (+0,7 Prozentpunkte) zum Gesamtmarkt bei. Auf dem dritten Platz befindet sich das Lastschriftverfahren mit einem Umsatzanteil von 18,3 %.

<https://www.ehi.org>



Dahinter folgen Kreditkarten (10,5 %), Ratenkauf/Finanzierung (3,9 %), Überweisung/Vorkasse (3,9 %) und Zahlung bei Abholung (3,1 %). Sofortüberweisung mit 1,8 % und Nachnahme mit 1,1 % spielen eine untergeordnete Rolle. Das Zahlverfahren Amazon Pay wird nur in 1,2 % aller Online-Käufe eingesetzt.

MCH: Ex-Baselworld-Veranstalter mit neuem Großaktionär

Corona-Krise und Baselworld-Absage haben dem Veranstalter MCH Group zugesetzt. Zur Stärkung von Kapitalstruktur und Liquidität holt sich die Messegesellschaft einen neuen Großaktionär ins Boot. Eine außerordentliche Generalversammlung am 3. August 2020 soll beschließen, das über eine Kapitalerhöhung in Höhe von 104,5 Mio. Schweizer Franken die Lupa Systems neuer Ankeraktionär wird. Lupa Systems und die öffentlich-rechtlichen Körperschaften sollen künftig je rund einen Drittel der Aktien halten. Die MCH Group soll als Ganzes erhalten bleiben, ohne Verkäufe von Vermögensteilen. CEO und Gründer von Lupa Systems ist James Murdoch, Sohn des Medienmoguls Rupert Murdoch. Zu neuen Plänen der Baseler im Bereich Uhren und Schmuck machte die Messe noch keine Angaben.

<https://www.mch-group.com>

Bain: Verunsicherung bremst private Nachfrage in China

Der chinesische Konsum ist im 1. Quartal Corona-bedingt eingebrochen. Der Umsatz der Einzelhändler fiel laut dem „China Shopper Report 2020“ der Unternehmensberatung Bain & Company um 19 %. Laut Bain wächst die Gefahr, dass aufgrund verringertem Handelsüberschuss, hoher Staatsverschuldung, Inflationsdruck und nicht zuletzt der Angst vor einem Wiederaufflammen der Pandemie der Konsum längere Zeit stagniert. Zudem hat sich die finanzielle Lage der Chinesen verschlechtert. Im ersten Quartal 2020 büßten sie 3,9 % ihres verfügbaren Einkommens ein und rund 5 Mio. Menschen verloren allein im Januar und Februar ihren Arbeitsplatz. Das Konsumverhalten ändert sich: Bislang griffen die Chinesen mit steigendem Wohlstand zu immer höherwertigeren Produkten und viele ausländische Labels haben an Popularität gewonnen. Doch durch die Corona-Pandemie hat sich das Konsumverhalten laut Bain zum Teil radikal verändert: Die Kunden haben sich wieder mehr den vertrauten heimischen Anbietern zugewandt.

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

Gemworld: Umfangreiches Schutz- und Hygienekonzept

Rund 250 Aussteller haben sich für die Gemworld Munich vom 30. Oktober bis 1. November angekündigt. Mit einem umfangreichen Schutz- und Hygienekonzept, größeren Abständen und breiteren Gängen wollen die

<https://www.gemworldmunich.com>



Veranstalter einen sicheren Besuch der Messe bieten. Zu den bereits vertretenen Ausstellern wie Karl Faller, Paul Wild, Ekkehard F. Schneider und Kreis Jewellery kommen in diesem Jahr mit Engel & Co und Herbert Stephan weitere bekannte Namen hinzu. Im exklusiven Bereich der „Gemworld Professional“, zu dem ausschließlich registrierte Fachbesucher Zutritt haben, präsentieren sich dieses Jahr Aussteller wie Hermann Grimm, Marlene Uecker Zuchtperlen, Campur, Pink City, Iran Türkis, Antwerp Diamond Partners und Singhanian & Sohn.

Christ: Valmano expandiert international

Die Christ-Tochter Valmano setzt ihre Internationalisierungsstrategie weiter fort. Nachdem das Unternehmen bereits im November vergangenen Jahres in Frankreich gestartet ist, hat jetzt auch ein Onlineshop in den Niederlanden eröffnet. Christ hatte den Onlinehändler Valmano vor gut einem Jahr übernommen. Erklärtes Ziel war es, die digitalen Kanäle von Christ auszubauen und mittelfristig über ein Viertel der Umsätze des Unternehmens online zu erzielen. Valmano war 2013 als Start-up von ProSiebenSat.1 gestartet und mit starker medialer Begleitung durch die TV-Kanäle der Muttergesellschaft in den Markt eingeführt worden.

<https://www.valmano.nl>

BVJ: Aufschub für Kassennachrüstung nicht flächendeckend

Der Handelsverband Juweliere (BVJ) weist nach zahlreichen Anfragen aus den Mitgliederzeilen darauf hin, dass die Fristverlängerung für die Kassennachrüstung nicht überall in Deutschland gilt. Zudem ist der Aufschub an bestimmte Anforderungen geknüpft. Das Bundesministerium der Finanzen hatte erneut klargestellt, dass es keine Notwendigkeit zur Verlängerung der aktuell geltenden Nichtbeanstandungsregelung (30.09.2020) sieht. Damit läuft die Frist für die Nachrüstung von Kassen mit einer Technischen Sicherheitseinrichtung bzw. die Anschaffung neuer gesetzekonformer Kassen grundsätzlich in gut 2 Monaten aus. Mehrere Bundesländer reagieren auf die Belastungen der Betriebe im Zuge der Corona-Krise, indem eine stillschweigende Fristverlängerung (Nichtbeanstandungsregelung) zur Aufrüstung der Kassen mit einer zertifizierten technischen Sicherheitseinrichtung (TSE) bis längstens zum 31. März 2021 gewährt wird. Konkret sind dies bislang:

<https://www.bv-juweliere.de>

- Baden-Württemberg
- Bayern
- Hamburg
- Hessen
- Niedersachsen
- Nordrhein-Westfalen
- Schleswig-Holstein



Diese Länder fordern jedoch, dass bis spätestens 30. September 2020 ein Kassenfachhändler, ein Kassenhersteller oder ein anderer Dienstleister im Kassensbereich mit dem fristgerechten Einbau bzw. der Einbindung einer TSE nachweislich beauftragt worden ist oder der Einbau einer cloud-basierten TSE vorgesehen ist, diese jedoch nachweislich noch nicht verfügbar ist. Andernfalls ist eine weitere Fristverlängerung nur nach genehmigtem Ausnahmeantrag möglich. Eine Formulierungshilfe und Hinweise zum Antrag erhalten Mitglieder beim örtlichen Einzelhandelsverband oder direkt beim BVJ.

HDE: Nicht-Lebensmittelhandel verliert 40 Milliarden

Nach den Daten des Handelsverbands Deutschland (HDE) wird der Einzelhandel mit Nicht-Lebensmittelhandel in diesem Jahr einen Umsatz in Höhe von 40 Mrd. Euro verlieren - vorausgesetzt es kommt keine zweite Pandemiewelle. Für die Händler, die fünf Wochen komplett schließen mussten, errechnet der HDE ein durchschnittliches Umsatzminus für das Gesamtjahr von rund 22 %. Da die Frequenz in den Geschäften immer noch weit unter dem normalen Niveau liege, seien auch die aktuellen Umsätze dementsprechend. Im Einzelhandel mit Uhren und Schmuck sind die nominalen Umsätze laut HDE im März um 31,8 % gegenüber Vorjahr gesunken, im April lag das Minus bei 56 %. Das Jahr werde das mit dem stärksten Wirtschaftsrückgang in der Geschichte des Einzelhandels seit dem zweiten Weltkrieg.

<https://einzelhandel.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 bj@einzelhandel-ev.de

Internet www.bv-juweliere.de

[BVJ Chef-Info abbestellen](#)

[Informationen zum Datenschutz](#)