

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

Messe München: Inhorgenta Munich wird in April verlegt

Die Inhorgenta Munich 2021 wird vom ursprünglich geplanten Termin im Februar auf den 15. bis 19. April verlegt. Gleichzeitig wird die Messelaufzeit um einen auf jetzt 5 Tage verlängert (Donnerstag bis Montag). Durch die frühzeitige Entscheidung wollen die Messemacher den Ausstellern und Besuchern rechtzeitig Planungssicherheit geben. Die Verlegung ist in enger Absprache mit Partnern und dem Fachbeirat der Inhorgenta Munich beschlossen worden. Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München, sieht mit dem neuen Termin und der um einen Tag verlängerten Laufzeit neben hervorragenden Rahmenbedingungen auch mehr Sicherheit aufgrund einer Entzerrung des Besucherstroms. Laut den Verbänden der Branche trägt die einmalige Terminverlegung dem Pandemiegeschehen Rechnung. Der Kölner Handelsverband Juweliere (BVJ), der Pforzheimer Bundesverband Schmuck, Uhren, Silberwaren und verwandte Industrien sowie der Bundesverband der Edelstein und Diamantindustrie aus Idar-Oberstein unterstützen die Entscheidung.

<https://www.inhorgenta.com>

BVJ: Neuerungen bei Batterieentsorgung

Zum 1. Januar 2021 tritt das neue Batteriegesetz und damit neue Regeln für die Batterieentsorgung in Kraft. Nachdem das bisher gemeinsame Rücknahmesystem für Gerätealtbatterien der Stiftung GRS eingestellt wurde, herrscht künftig Wettbewerb zwischen verschiedenen Hersteller-Rücknahmesystemen. Für Juweliere und Uhren-Fachhändler bleibt jedoch eine kostenfreie Entsorgung bestehen. Auch bei geringen Batteriemengen bleibt für Händler in Zukunft die kostenlose Abholung mindestens einmal im Jahr gesichert. Was Händler künftig beachten müssen, welche Pflichten auch für Online-Händler gelten und Formulierungsvorschläge für Hinweisschilder enthält der aktuelle BVJ-Serviceletter zur Batterieentsorgung. Mitglieder können diesen direkt unter bvj@einzelhandel-ev.de anfordern (Bitte Anschrift und Mitgliedsnummer angeben).

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



Richemont: Partnerschaft mit Alibaba Group bei Farfetch

Der Luxusgüterkonzern Richemont und die chinesische Alibaba Group kooperieren bei der Onlinevermarktung von Luxusgütern. Beide Unternehmen investieren je 300 Millionen US-Dollar in die Online-Plattform Farfetch und weitere 250 Millionen Dollar in Farfetch China. Das gemeinsame Ziel der globalen strategischen Partnerschaft ist es, Luxusmarken einen besseren Zugang zum chinesischen Markt zu schaffen. Man wolle die Digitalisierung der Industrie weiter beschleunigen. Farfetch soll Luxus-Einkaufskanäle auf den Plattformen Tmall Luxury Pavilion und Luxury Soho von Alibaba sowie auf dem grenzüberschreitenden Marktplatz Tmall Global starten. Alibaba und Richemont prüfen laut den Unternehmen weitere Möglichkeiten einer engen Zusammenarbeit mit Farfetch, um Dienstleistungen für Luxusmarken anzubieten.

<https://www.richemont.com>

Pandora: Jeder fünfte Umsatz-Euro online erzielt

Der dänische Schmuckkonzern Pandora hat im 3. Quartal des laufenden Geschäftsjahres jeden fünften Euro Umsatz (21 %) online erzielt. Das E-Commerce-Volumen stieg laut Unternehmen gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 89 %. Insgesamt gingen die Quartalsumsätze um 2 % zurück, bereinigt sogar um 5 %. Vor allem das zweistellige Wachstum im abgelaufenen Quartal in den USA und Großbritannien wertet Alexander Lacik, Präsident und CEO von Pandora, als Kehrtwende. Für die aktuelle Periode mit weiteren Lockdowns in unterschiedlichen Ländern sieht man sich finanziell gewappnet.

<http://www.pandoragroup.com>

LVMH: Kaufpreis für Tiffany fällt niedriger aus

Der Luxusgüterkonzern LVMH und der US-Juwelier Tiffany legen ihre Streitigkeiten rund um die geplante Übernahme bei. Die Unternehmen einigten sich auf einen Kaufpreis von rund 15,6 Mrd. US-Dollar. LVMH zahlt damit 425 Mio. Dollar weniger, als ursprünglich vereinbart. Die anhängigen Rechtsstreitigkeiten sollen beigelegt werden. Alle erforderlichen Genehmigungen von behördlicher Seite liegen laut den Unternehmen vor. Die Übernahme soll gemäß des „Merger Agreement“ vollzogen werden.

<https://www.lvmh.com>

HDE: Milliardenumsätze an „Black Friday“

Laut Prognose des Handelsverband Deutschland (HDE) werden in diesem Jahr zu den „importierten Feiertagen“ Black Friday (27.11.) und Cyber Monday (30.11.) in Deutschland 3,7 Milliarden Euro umgesetzt. Das entspricht einem Plus im Vergleich zum Vorjahr von 18 %.

<https://einzelhandel.de>



Die beiden Aktionstage beschränken sich nicht auf einzelne Sortimente und ziehen das Weihnachtsgeschäft massiv vor. Laut HDE werden im Rahmen der beiden Aktionen in diesem Jahr Weihnachtseinkäufe im Wert von 1,2 Milliarden Euro getätigt. Vor allem bei den Online-Shoppern sind die Aktionstage bekannt: 95 % der Internet-Käufer kennen Black Friday, immerhin 80 % den Cyber Monday. Mehr als ein Drittel der Online-Shopper plant Black Friday-Käufe, ein Fünftel Einkäufe zum Cyber-Monday.

EHI: Bargeldzahlung behält hohen Stellenwert

Über zwei Drittel aller Bezahlvorgänge im stationären Handel finden 2020 nach wie vor bar statt. Allerdings liegt der Umsatzanteil nur noch bei 41 % - Tendenz in Corona-Zeiten stark fallend. Dies zeigt eine aktuelle EHI-Studie, die laut des Instituts eine nachhaltige Veränderung beim Bezahlen im stationären Einzelhandel belegt. Infolge der Corona-Krise wird der Transaktionsanteil des Bargelds an den deutschen Einzelhandelskassen nach Berechnungen des EHI in diesem Jahr um 5 Prozentpunkte und der Umsatzanteil sogar um 5,3 Prozentpunkte zurückgehen. Entsprechend zulegen können in diesem Jahr die verschiedenen Varianten der Kartenzahlung. Der Umsatzanteil der Girocard steigt laut EHI von 33,6 auf 40,2 %, das unterschriftbasierte Lastschriftverfahren verliert auf 5,8 %. Der Anteil der Kreditkarten erhöht sich von 7,6 auf 8,4 %.

<https://www.ehi.org>

Fossil: Digitale Kanäle wachsen, Gesamtumsatz schrumpft

Die Fossil Group hat im dritten Quartal 2020 ein Umsatzminus von 19 % auf 435 Mio. US-Dollar hinnehmen müssen. Wechselkursbereinigt lag der Rückgang sogar bei 20 %. Das Geschäft sei im stationären Handel Covid-19-bedingt sowohl in den eigenen Geschäften als auch über den mehrstufigen Vertrieb – also die Einzelhandelspartner – gleichermaßen zurückgegangen. Lediglich die stationären Umsätze in China seien wieder erfreulich angezogen. Der Umsatz auf den konzerneigenen Webseiten stieg im dritten Quartal gegenüber Vorjahr um 66 %, der Umsatz über externe Marktplätze um 44 %.

<https://www.fossilgroup.com>

Inhorgenta Munich: Erfolgreiche Trendfactory „#ReInspire“

Mit rund 500 Teilnehmern aus 30 Ländern feierte die Inhorgenta Trendfactory „#ReInspire“ laut der Messe München eine gelungene Premiere. Das digitale Veranstaltungsformat für die Schmuck-, Uhren und Edelsteinbranche habe sich „als führende digitale Plattform der Branche“ etabliert. Die Teilnehmenden nutzten die Trendplattform am 22. Oktober 2020 für interdisziplinären Wissenstransfer, intensiven Austausch und

<https://www.inhorgenta.com>



zum Netzwerken. 31 Rednerinnen und Redner sprachen in insgesamt vier Stunden im Rahmen von Keynotes, Interviews und Diskussionen.

CIMA / HDE: Gros der Weihnachtsmärkte fällt aus

Die meisten Weihnachtsmärkte in Deutschland fallen in diesem Jahr aus. Dies wird teils massive negative Auswirkungen auf die Handelsumsätze in Innenstädten haben, weil die Events ein wichtiger Faktor für die Belebung von Fußgängerzonen, Einkaufsstraßen und Zentren sind. Zwei Drittel aller Befragten rechnen deshalb mit einer Verschlechterung des Weihnachtsgeschäfts im örtlichen Einzelhandel. Fast 80 % der meist innerstädtischen Märkte sind bereits abgesagt. Nur rund 7 % der Weihnachtsmärkte sollen – Stand Mitte November – stattfinden, bei weiteren 13 % ist ein Stattfinden noch unklar. Das zeigt eine aktuelle Umfrage, die der Handelsverband Deutschland (HDE) mit Unterstützung der Beratungsfirma cima und der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd) unter gut 1400 Vertretern aus Stadtverwaltungen, Standortinitiativen, sowie Vereinen und Handel durchgeführt hat.

<https://www.cima.de>

Zentralverband Uhrmacher: Geschäftsstelle zieht nach Köln

Die Delegierten des Zentralverbandes für Uhren, Schmuck und Zeitmesstechnik, Bundesinnungsverband des Uhrmacherhandwerks, haben den Umzug der Geschäftsstelle zum 1. Januar 2021 nach Köln beschlossen. Dies teilte der in Northeim ansässige Verband nach seiner pandemiebedingt im schriftlichen Umlaufverfahren durchgeführten Formalien der Jahrestagung mit. Der amtierende Geschäftsführer Horst Eberhardt (70) wechselt zum Jahresende in den Ruhestand. Der ZV-Präsident Albert Fischer: „Wir alle danken meinem Freund Horst Eberhardt für seinen unermüdlichen Einsatz für unser wunderschönes Handwerk und sein über 40jähriges Engagement für den Zentralverband. Die Uhrmacher in Deutschland sind ihm zu großem Dank verpflichtet und wir wünschen ihm für seinen Unruhestand von ganzem Herzen alles erdenklich Gute.“

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

Landgericht München: Hohe Mietminderung wegen Lockdown

Ein noch nicht rechtskräftiges, aber möglicherweise wegweisendes Urteil hat das LG München getroffen. Im Urteil vom 22.09.2020 (AZ 30 4495/2020) hat das Landgericht München I entschieden, dass ein Einzelhändler aufgrund des behördlich angeordneten Lockdowns die Miete um bis zu 80 % mindern darf. Ein Händler hatte auf höhere Gewalt und Mietminderung um 100 % geklagt, der Vermieter hatte Gegenklage eingereicht. Laut dem Landgericht ist die Corona-bedingte Schließung des Geschäftes als Mietmangel anzuerkennen. Eine Mietminderung von bis zu

<https://www.justiz.bayern.de>



80 % sei gerechtfertigt, weil der Mietzweck nicht mehr eingehalten werden konnte. Dies falle nicht in den Risikobereich des Mieters, so die Richter. Für den Zeitraum der Schließung im April sind laut dem Gericht 80 % Mietminderung angemessen, ab Mai mit Öffnung auf begrenzter Fläche sei eine Minderung um 50 % statthaft. Im Juni war die Flächenbegrenzung aufgehoben, dennoch sah das Gericht eine erhebliche Einschränkung für den Händler und damit eine gerechtfertigte Mietminderung um 15 %. Gegen das Urteil wurde Berufung eingelegt.

Planet: Brexit macht Briten zu Tax Free-Kunden

Ab dem 1. Januar 2021 sind die Einwohner von Großbritannien – aller Voraussicht nach – in der Lage, in der Europäischen Union zollfrei einzukaufen. Mit über 67 Millionen Besuchen von Briten in EU-Ländern im Jahr 2019 entsteht damit ein großes Potenzial auch für die deutschen Juweliere. Darauf weist der Anbieter von Tax Free-Shopping-Lösungen und BVJ-Partner Planet Payment hin. Mit dem Austritt aus der EU sollten sich nicht nur Großstadt-Juwelier auf die Kundengruppe vorbereiten. Im Unterschied zu anderen Tax Free-Kunden sind die Hürden für den Einkauf bei Bewohnern von Großbritannien sehr niedrig, da sie vermehrt auch per Auto, Bahn und Schiff einreisen. Es ist damit zu rechnen, dass die Briten zu den ersten internationalen Touristen zählen, die nach der Corona-Krise wieder nach Deutschland kommen. Planet bietet für das Tax Free-Geschäft maßgeschneiderte Lösungen für alle Unternehmensgrößen und Anforderungen – mit besonderen Konditionen für BVJ-Mitglieder.

<https://www.planetpayment.com>

ECC Köln: Trend zu Fernost-Marktplätzen

Die deutschen Konsumenten wollen auf Marktplätze wie Wish, AliExpress und Joom nicht mehr verzichten. Das geht aus einer aktuellen Studie des ECC Köln „Schnäppchen aus Fernost – Neue Marktplätze im Vergleich“ hervor. Trotz erheblicher Unterschiede zu Plattformen wie Amazon in puncto Sortiment und Serviceversprechen, treffen die Fernostmarktplätze die Bedürfnisse ihrer deutschen Zielgruppe. Insbesondere Artikel rund um die Themen „Hobby & Freizeit“ sowie Geschenke werden vermehrt auf den neuen Marktplätzen gesucht und erworben, weil sie preisgünstig und exklusiv erscheinen. Höherpreisige Produkte oder jene mit höherem Qualitätsanspruch werden laut der ECC-Studie hingegen eher auf etablierten Marktplätzen wie Amazon, Zalando oder eBay geshoppt. Dies gilt insbesondere für Elektrogeräte, aber auch für Kosmetikartikel. Während für Kunden aller Fernost-Marktplätze einzigartige bzw. schwer erhältliche Produkte im Fokus stehen, genießen Wish-Käufer insbesondere die Inspiration und das Stöbern (74 %). Für Joom-Käufer hingegen zählen auch Convenience-Aspekte, die 79 % mit einfachen Bestell- und Lieferprozessen auf den neuen Marktplätzen erfüllt sehen. Während Joom-Kunden mit

<https://www.ecckoeln.de>



ihren Bestellungen bei den neuen Marktplätzen insgesamt am zufriedensten sind (88,2 %) und eine hohe Wiederkauftrate haben (84,7 %), scheinen Wish-Käufer bei ihren Bestellungen vermehrt schlechte Erfahrungen zu machen.

HDE-Trendumfrage: Existenzgefahr für Innenstadthandel

Laut einer aktuellen HDE-Trendumfrage unter mehr als 500 Unternehmen sehen sich knapp 60 % der befragten Innenstadthändler in Existenznöten. Sinkende Umsätze und geringe Kundenzahlen bringen immer mehr Händler in finanzielle Schieflage. Auch in der zweiten Novemberwoche lagen die Umsätze in den Stadtzentren weit unter den Vorjahreswerten. Das Umsatzminus liegt laut Umfrage durchschnittlich – trotz Ladenöffnung – bei mehr als einem Drittel. Bei den Kundenfrequenzen liegen die Werte im Schnitt um 43 % unter denen von 2019. Die Umsätze im Bereich Uhren und Schmuck lagen bereits in der ersten Novemberwoche 22 % unter Vorjahr, die Frequenz ging im gleichen Zeitraum sogar 39 % gegenüber dem Vergleichszeitraum zurück.

<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 bjv@einzelhandel-ev.de
Internet www.bv-juweliere.de

[BVJ Chef-Info abbestellen](#)

[Informationen zum Datenschutz](#)