

Dezember | 2020

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

Lockdown I: Mehr Hilfgelder für Händler gefordert

Die Handelsverbände, allen voran der Handelsverband Deutschland (HDE), fordern im Lockdown mehr Hilfgelder für Händler und Innenstädte. Für den Dezember wird eine Gleichbehandlung mit der Gastronomie und die Aufnahme der Branche in die Dezemberhilfen gefordert. Ab Januar müsse dann eine neue Form der Finanzhilfe gefunden werden. Die Überbrückungshilfen alleine reichten nicht aus, um die betroffenen Handelsunternehmen zu retten. Die bisher geplanten Hilfsprogramme für Einzelhändler reichen nicht aus, so HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth: „Wenn jetzt Geschäftsschließungen als notwendig angesehen werden, darf die Bundesregierung die Branche nicht im Regen stehen lassen. Dass viele Händler jetzt mitten im Weihnachtsgeschäft, der umsatzstärksten Zeit des Jahres, zusperren müssen, trifft die Branche und die Innenstädte hart. Das werden viele Unternehmen ohne entsprechende Staatshilfen nicht überstehen.“ Der betroffene Nonfood-Handel wird nach HDE-Einschätzung bei einem bundesweiten Lockdown ab Mittwoch in einem Bereich von Minus 60 Prozent für den Monat Dezember landen. Im Vorjahresvergleich würden so zwölf Milliarden Euro Umsatz für die Händler verloren gehen. Der Lockdown trifft knapp 200.000 Handelsunternehmen, 99 Prozent von ihnen sind kleine und mittelständische Unternehmen. Der Innenstadteinzelhandel steht für bis zu 600.000 Beschäftigte, von denen durch den Lockdown bis zu 250.000 Jobs verloren gehen könnten.

<http://www.einzelhandel.de>

Lockdown II: „Click & Collect“ muss möglich bleiben

Der Handelsverband Juweliere (BVJ) setzt sich zusammen mit seinen Partnerverbänden für die Aufrechterhaltung der kontaktlosen Warenabholung am Geschäft ein. Dies gelte vor allem für bereits vorbestellte Ware. Aber auch bei Bestellungen per Telefon, E-Mail oder Internet (Click & Collect) müsse die Abholung am Geschäftsstandort unter Einhaltung der

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



Hygienevorschriften möglich bleiben. Der Handel habe schon im ersten Lockdown bewiesen, dass seine Konzepte größtmögliche Sicherheit für Kunden und Mitarbeiter sicherstellen können. Die entsprechenden Verordnungen sollten möglichst bundesweit einheitlich erlassen werden, um keine zusätzliche Verunsicherung der Kunden und damit weitere Geschäftsschädigung für die Juweliere zu erzeugen.

Lockdown III: Dienstleistungen auch bei geschlossenen Läden

Handwerkliche Tätigkeiten und Dienstleistungen sollen auch im zweiten Lockdown für Juweliere, Goldschmiede und Uhrmacher weiterhin möglich bleiben. Da hier die Regelungskompetenz bei den Bundesländern liegt, bleiben die Vorschriften hierfür noch abzuwarten. Die Verbände aus Handel und Handwerk appellieren an die Länder, eine unbürokratische Lösung für die Umsetzung zu finden. Die Hygienekonzepte für größtmögliche Sicherheit und kontaktlose Realisierung auf Seiten der Unternehmen haben sich bereits in Vergangenheit bewährt.

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

Lockdown IV: Viele Händler mit verlängerten Öffnungszeiten

Zahlreiche Schmuck- und Uhrengeschäfte haben auf den Beschluss zum Lockdown nach BVJ-Beobachtung mit verlängerten Ladenöffnungszeiten reagiert. An den beiden verbleibenden Verkaufstagen vor der zwangsweisen Geschäftsschließung wurde vielfach die Ladenöffnung erweitert. Vor allem bei innerstädtischen Händlern wird häufig eine verlängerte Öffnung bis 22 Uhr kommuniziert. In Newslettern, auf Facebook, Instagram und den Internetseiten weisen zahlreiche Juweliere auf die verlängerten Öffnungszeiten und die Möglichkeit zur Terminabsprache hin.

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

BVJ: Plattform für Lockdown-Beschlüsse und -Hilfen

Der Handelsverband Juweliere (BVJ) hat bereits kurz nach den Beschlüssen zum Lockdown im Internet eine Sammlung von Informationen und Links veröffentlicht. Auf der Sonderseite werden Dokumente und Verweise zu den handelsrelevanten Fakten angeboten. Das Informationsangebot wird sukzessive erweitert. Weitere Informationen unter: <https://www.bv-juweliere.de/Lockdown.php>

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

Dr. E. Wirth & Co.: Risiko von Cyber-Angriffen und -Betrug

Die Gefahr von Beeinträchtigungen und Schäden durch Cyber-Kriminalität und Betrugsversuche im E-Commerce nimmt auch bei Juwe-

<https://drwirth.de>



lieren kontinuierlich zu. Angriffe und Erpressungsversuche bei namhaften Handelsunternehmen haben für verstärkte Aufmerksamkeit für das Thema in der Branche gesorgt. Mit der zunehmenden Digitalisierung im Schmuck- und Uhrenhandel wächst auch die Zahl der Betrugsversuche im E-Commerce. Der BVJ-Partner und Versicherungsmakler Dr. E. Wirth & Co. bietet verschiedene Versicherungslösungen für mögliche Schäden an. So können Eigenschäden, Betriebsunterbrechung, Erpressung, Kreditkartenschäden und Vertrauensschäden ebenso abgedeckt werden wie Haftpflichtschäden aus Datenschutzverletzung. Versicherungsschutz wird für die Beschädigung, Zerstörung, Veränderung, Blockierung oder den Missbrauch der IT-Systeme, Programme oder elektronischen Daten infolge eines Hacker-Einbruchs, einer Denial of Service (DoS) Attacke oder einer Infektion des IT-Systems durch Schadsoftware (Viren, Trojaner) angeboten. Die Versicherung gegen Cyber-Risiken ist sowohl im Rahmen eines Gesamt-Versicherungspakets als auch als Einzelversicherung möglich. Weitere Informationen und Kontaktmöglichkeiten auch auf der BVJ-Partnerseite https://www.bv-juweliere.de/Partner/Dr_E_Wirth.php

Bain: Luxusgütermarken stürzen ab

Die Luxusgüterindustrie hat laut der Unternehmensberatung Bain & Company besonders stark mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie zu kämpfen. Die Hersteller persönlicher Luxusgüter, zu denen unter anderem hochwertige Kleidung, Schuhe, Lederwaren, Parfüm und Schmuck zählen, büßen 2020 voraussichtlich 23 % ihres Umsatzes ein. Das Marktvolumen schrumpft signifikant und liegt klar unter den 281 Milliarden Euro des Vorjahrs. Tatsächlich erreicht es mit 217 Milliarden Euro gerade mal das Niveau von 2014. Einen solchen Einbruch hat es in den 19 Jahren, in denen Bain gemeinsam mit dem italienischen Luxusgüterverband Fondazione Altagamma die „Luxury Goods Worldwide Market Study“ erstellt, noch nie gegeben. Erholen wird sich die Luxusgüterindustrie laut Bain nur langsam. Frühestens Ende 2022, wahrscheinlich aber erst im Lauf des Jahres 2023 wird sich der Umsatz der Branche wieder auf dem Niveau von 2019 bewegen.

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

Deloitte: Studie zu „Luxury Goods“ erhältlich

Die Unternehmensberatung Deloitte hat einen neuen Report „Global Powers of Luxury Goods 2020“ vorgestellt. Demnach versuchen Luxusgütermarken mehr denn je, sich direkt mit den Verbrauchern zu vernetzen. Nachhaltigkeit werde nach der Corona-Krise eine Schlüsselrolle in der Mode- und Luxusgüterbranche einnehmen. Die globalen Konzerne haben laut Deloitte signifikant in „grüne“ Technologien und den Kohlendioxid-Ausstoß investiert, um den ökologischen Fußabdruck und damit die Aus-

www2.deloitte.com



wirkungen auf den Klimawandel zu verkleinern. Die Studie (in englischer Sprache) ist kostenlos als Download erhältlich.

Messe Frankfurt: Winter-Nordstil 2021 abgesagt

Als Reaktion auf die aktuellen Corona-Beschlüsse von Bund und Ländern wurde entschieden, die Winter-Nordstil im Januar 2021 abzusagen. „Mit Blick auf diese Entscheidung und der fortwährend lokalen wie globalen Maßnahmen zur Eindämmung des weltweiten Infektionsgeschehens sehen wir uns gegenüber unseren Ausstellern und Besuchern dazu verpflichtet, die Nordstil Mitte Januar abzusagen“, so Philipp Ferger, Bereichsleiter Konsumgütermessen Nordstil und Tendence. Die Sommer-Nordstil findet vom 24. bis 26. Juli 2021 statt.

<https://nordstil.messefrankfurt.com>

Ambiente-Ersatz: Gut gebuchte Consumer Goods Show

Über 2.000 Aussteller aus 63 Ländern haben sich bereits zur International Consumer Goods Show vom 17. bis 20.4.2021 in Frankfurt am Main angemeldet. Die Fachmesse wird einmalig die Produktgruppen der Ambiente, Christmasworld und Paperworld vereinen. Belegt wird nahezu das komplette Westgelände in neuer Aufplanung der Hallen 8 bis 12. Ergänzt wird das Angebot durch die Digital Days, hier finden sich auch die rein digitalen Inhalte der Creativeworld wieder. Das neue, hybride Konzept ermöglicht es den internationalen Besuchern sowohl in Frankfurt als auch vom Arbeitsplatz oder Homeoffice aus, bestehende und neue Kunden zu treffen, sich inspirieren zu lassen und zu ordern.

<https://consumergoodsshow.messefrankfurt.com>

QVC: Studie zu „kleinen Freuden“ in der Krise

Die Studie „JOY“ im Auftrag des digitalen Handelsunternehmens QVC hat die Frage untersucht, was Frauen in der Pandemie Freude bringt. 46 % der deutschen Frauen sind dankbar für ihre aktuelle Lebenssituation. Damit bewerten sie diese im Vergleich zu den anderen befragten Nationen (Großbritannien, Japan und Italien) am höchsten. Hierzulande vermissen zwei von drei Frauen (65 %) spontane Treffen in Cafés und Restaurants – Partys fehlen hingegen nur knapp jeder Fünften (22 %). Es seien vor allem die kleinen Freuden im Alltag, die 2020 wichtiger geworden sind – darüber sind sich 53 % der deutschen Frauen einig. Online einkaufen ist 43 % der Befragten als „kleine Freude“ wichtig. Nahezu jede Dritte (31%) kauft sich selbst gern etwas, um sich den Tag schöner zu gestalten. 38 % shoppen zur Belohnung, etwa nach einem langen Tag im Homeoffice.

<https://unternehmen.qvc.de>



Watches & Wonders: Rein digitale Messe in 2021

Der ehemalige Genfer Uhrensalon SIHH wird auch unter dem neuen Namen „Watches and Wonders Geneva“ in 2021 nicht körperlich stattfinden. Das Aussteller Komitee hat sich dazu entschlossen, den Salon in rein digitaler Form durchzuführen. Ursprünglich war die Messe mit Richemont-Marken und weiteren namhaften Ausstellern für den 7.-13. April 2021 geplant. Veranstaltungen von Rolex und Patek Philippe sollten zeitgleich zur Messe in Genf stattfinden, wurden jedoch ebenfalls abgesagt. Die Baselworld-Nachfolgerin HourUniverse wollte sich ursprünglich an die Watches & Wonders anlehnen. Über eine mögliche Verschiebung oder Absage wurde von Seiten der MCH Group jedoch noch nichts bekannt.

<https://www.watchesandwonders.com>

Bijou Brigitte: Verlust zwischen 30 und 40 Millionen Euro

Der Modeschmuck-Filialist Bijou Brigitte rechnet für das Geschäftsjahr 2020 mit einem vorläufigen Verlust in Höhe von 30 bis 40 Mio. Euro vor Ertragssteuern. Im Geschäftsjahr 2019 konnte noch ein Gewinn von 37,4 Mio. Euro erzielt werden. Der Geschäftsverlauf sei im laufenden Jahr maßgeblich von den im Rahmen der Corona-Pandemie ergriffenen Maßnahmen der europäischen Regierungen geprägt gewesen. Das im Halbjahresfinanzbericht skizzierte Szenario, dass sich die Erholungstendenzen des Sommers fortsetzen und es zu keinen neuen Einschränkungen kommt, habe sich im Herbst nicht erfüllt. Aufgrund dieser Entwicklung passt Bijou Brigitte die Umsatzprognose an und rechnet für das Geschäftsjahr 2020 nunmehr mit einem Umsatz zwischen 200 und 210 Mio. Euro – nach 334 Mio. Euro Umsatz im Vorjahr.

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

Deloitte: Sparkurs der Kunden zu Weihnachten

Laut der Deloitte Christmas Survey 2020 haben die Konsumenten in diesem Jahr einen Sparkurs fürs Fest: Das geplante Weihnachtsbudget reduziert sich im Vergleich zum Vorjahr fast um die Hälfte. Aufgrund der derzeitigen Abstriche bei Reisen, Freizeitaktivitäten und Restaurantbesuchen hat sich der Kostenrahmen mit 343 Euro im Vergleich zum Vorjahr (642 Euro) fast halbiert. Auch beim Kauf von Geschenken wird gespart: Die Befragten wollen statt 194 (2019) dieses Jahr nur noch 168 Euro ausgeben. Insgesamt wollen 57 % der Deutschen weniger Geld ausgeben. Als Grund für den Sparkurs gaben 46 % die pandemiebedingten Einschränkungen und 30 % die wirtschaftliche Unsicherheit an. Als weitere Faktoren wurden allgemeines Sparen und ein geringeres verfügbares Einkommen genannt. Trotz Sparkurs möchten die Verbraucher in Deutschland nicht gänzlich auf die Bescherung verzichten. Ein Drittel der Kinder und Jugendlichen kann sich auf Spiele, Bücher oder Puppen freuen. Viele von ihnen werden auch Geld (28 %), Bekleidung (18%), elek-

<https://www2.deloitte.com/de>



tronische Gadgets (11 %) oder Kosmetikartikel (9 %) unter dem Weihnachtsbaum finden. Bei den Befragten bevorzugen in diesem Jahr selbst 44 % der weiblichen und 37 % der männlichen Studienteilnehmer Geldgeschenke. Bei den Frauen stehen zudem Drogerieartikel (31 %), Bekleidung (29 %), Kulinarisches (19 %) und Wellness (19 %) hoch im Kurs. Den ersten Platz bei den Männern belegen elektronische Gadgets (19 %), dicht gefolgt von kulinarischen Produkten (18 %), Bekleidung (15 %) und Reisen bzw. Freizeitunternehmungen (14 %).

Acrotec: Übernahme durch US-Finanzinvestor

Die schweizerisch Acrotec Gruppe, im Besitz von Castik Capital, wird voraussichtlich noch im 1. Quartal 2021 durch den global tätigen Finanzinvestor Carlyle Group übernommen. Acrotec mit Sitz in Develier beschäftigt rund 1.200 Mitarbeiter und ist ein Zulieferer unter anderem für die Schweizer Uhrenindustrie. Beliefert werden unter anderem Marken wie Rolex und Patek Philippe.

<https://www.acrotec.ch>

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](#)