



PRESSEMITTEILUNG

Deutsche Schmuck- und Uhrenindustrie erhofft sich starke Impulse auf der INHORGENTA MUNICH

Pforzheim/ München. Die deutsche Schmuck- und Uhrenindustrie blickt mit positiven Erwartungen auf die INHORGENTA MUNICH Messe vom 16. bis 19. Februar 2018. Die meisten Akteure sind sich sicher, dass die in den letzten Jahren so erfreulich wiedererstarke INHORGENTA als Jahresauftaktmesse in Deutschland neue Impulse und erfolgversprechende Perspektiven generieren wird. „Hier in München eröffnen sich für kreative und innovative Hersteller echte neue Chancen, vor allem solange sich die Binnenkonjunktur noch so wachstumsorientiert zeigt wie derzeit“, betont der Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Schmuck und Uhren, Dr. Guido Grohmann, zum Auftakt des ersten Highlights der Branche für 2018. „Für leistungsstarke Unternehmen wird sich die Inhorgenta als willkommene Plattform erweisen.“

Im Rückblick auf 2017 hatte sich aus Sicht der Hersteller die Stimmung im deutschen Einzelhandel im zweiten Halbjahr ein wenig verschlechtert. Auch das Weihnachtsgeschäft bot nicht an allen Stellen Anlass zur Freude. Gleichwohl lief es bei Uhrenfachhändlern, die Smart - und Connected Watches im Angebot haben, erfreulich in diesem Segment. Dieser Trend wird von einer aktuellen Verbraucherumfrage der Inhorgenta bestätigt, nach der bereits jeder zweite deutsche Verbraucher Smartwatches zu den wichtigsten Zukunftstrends der Uhrenbranche zählt.

Etliche etablierte Uhrenmarken haben mit neuen Modellen ihr Angebot erweitert. Einige zusätzliche neue Marken aus der Elektronikindustrie beleben das inzwischen breite Marktgeschehen und sorgen somit für Umsatzzuwachs. Klassische Uhrenhersteller, die dieses noch junge Marktsegment nicht bedienen wollen, werden in den entsprechenden Preislagen unter Druck kommen. Zusätzlich wird der Markt belastet durch robuste Rabattverkäufe, vornehmlich durch große Kaufhäuser und nicht zuletzt durch zweifelhafte Verkaufsförderungs-Aktivitäten wie den sogenannten Black Friday. Zu alledem wird die Konkurrenz über das Internet immer massiver. „Früher kam der Kunde durch die Tür des Geschäfts rein, heute vermehrt auch durch das Netz“, umschreibt der Chef eines namhaften Herstellers die aktuelle Situation. Deshalb nutzen diesen neuen zusätzlichen Vertriebsweg immer mehr führende Hersteller.

Dem entgegen steht der Trend bei Standardwaren im Goldbereich. Ketten, Anhänger und ähnliche Produkte verzeichnen Zuwächse, vor allem im niedrig legierten Bereich. „Das Exportgeschäft läuft für die Hersteller der Schmuckbranche sehr zufriedenstellend“, so Uwe Staib, Präsident der BV Schmuck und Uhren, „insbesondere der nordamerikanische und asiatische Markt entwickeln sich gut.“ Die Auftragslage beschreiben die meisten Unternehmen als zufriedenstellend. Auch aus dem Edelmetallhandel inkl.

Recycling und Halbzeuge kommen positive Rückmeldungen. Die Industrieunternehmen sind zufrieden. Deshalb sind Edelmetalle auch gut nachgefragt.

Um einen möglichst realitätsnahen Überblick der Branchenentwicklung zu gewinnen, hat der Bundesverband Schmuck und Uhren im Rahmen seiner aktuellen Firmen-Umfrage aussagefähige Kerndaten ermittelt, die ein detailliertes Bild vom zweiten Halbjahr 2017 und zu den Aussichten für das neue Jahr 2018 abgeben. Daraus ergibt sich in der Summe, dass knapp drei Viertel der befragten Firmen von einem leicht erhöhten bis gleichbleibenden Umsatz im zweiten Halbjahr 2017 berichten.

Exportserwartungen gestiegen

Für das aktuelle erste Halbjahr 2018 erwarten 40 % der Unternehmen eine günstigere Umsatzentwicklung und mehr als die Hälfte eine gleichbleibende Entwicklung, wobei die günstigeren Exporterwartungen mit mehr als 40 % deutlich über den inländischen mit nur ca. 20 % liegen. Bei der Personalentwicklung möchte knapp jedes vierte Unternehmen in 2018 neue Mitarbeiter einstellen, sofern der weitgehend leer gefegte Arbeitsmarkt für Handwerkskräfte dies noch hergibt. Bei den eingesetzten Materialien steht Gold unverändert mit 57 % an der Spitze vor Silber, Stahl und Platin.

„Aber“, so Präsident Uwe Staib, „noch mehr als die Zahlen zu den Umsatzerwartungen beschäftigen uns derzeit die auffälligen Veränderungen auf den Märkten für Uhren und Schmuck, die ebenso Veränderungen in der internationalen Messelandschaft nach sich ziehen.“ So z.B. werde das Thema Direktverkauf immer bedeutender. Die Bedeutung des B2B Handels bzw. des klassischen Handelskonzepts für Marken über Distributoren und Fachhändler werde auf den Prüfstand gestellt. Somit werden Messen immer stärker als Marketing- und Kommunikationsplattform genutzt und weniger als Verkaufsplattform. Letztlich seien es mehrere Faktoren, die auch eine starke Verschiebung der Messelandschaft nach sich ziehen.

Als krasses Beispiel führt Guido Grohmann die weltweite Leitmesse Baselworld an, die nicht unerheblich an Bedeutung verloren habe, während nahezu alle anderen Messeveranstaltungen auf der Welt Zulauf bei Ausstellern und Besuchern zu verzeichnen haben. Als bestes Beispiel hierfür steht das Wachstum der Inhorgenta in München. „Die Verantwortlichen der Messe München haben in den letzten Jahren ganz hervorragend gearbeitet. Die wesentlich attraktiver gewordene Inhorgenta schwimmt auf einer Welle des Erfolgs. Davon profitierten auch und gerade die deutschen Aussteller, die ihrer deutsche Leitmesse mit Optimismus entgegenblicken.“

BV Schmuck + Uhren

16. Februar 2018

Der Bundesverband Schmuck und Uhren (BVSU) wurde 1947 in Pforzheim gegründet. Er ist die Interessenvertretung von über 170 Mitgliedsunternehmen der vorwiegend mittelständisch strukturierten Bereiche Schmuck, Uhren, Silberwaren und verwandte Industrien. Er nimmt auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene die Interessen der Mitgliedsunternehmen wahr. Ihm obliegt die Federführung über die Vereinigung der Bundesverbände des deutschen Schmuck- und Silberwarengewerbes. Somit ist er auch eingebunden in die internationale Interessenvertretung durch den Weltschmuckverband, CIBJO (Confédération internationale de la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie, des Diamants, Perles et Pierres). Zudem vertritt der BVSU auf europäischer Ebene die Interessen der deutschen Uhrenindustrie in der europäischen Uhrenvereinigung Comité Permanent de l'Horlogerie Européenne (CPHE).