

BBE

IFH KÖLN
Erfolgreich im Handeln

BRANCHENFOKUS SCHMUCK & UHREN

Jahrgang 2023

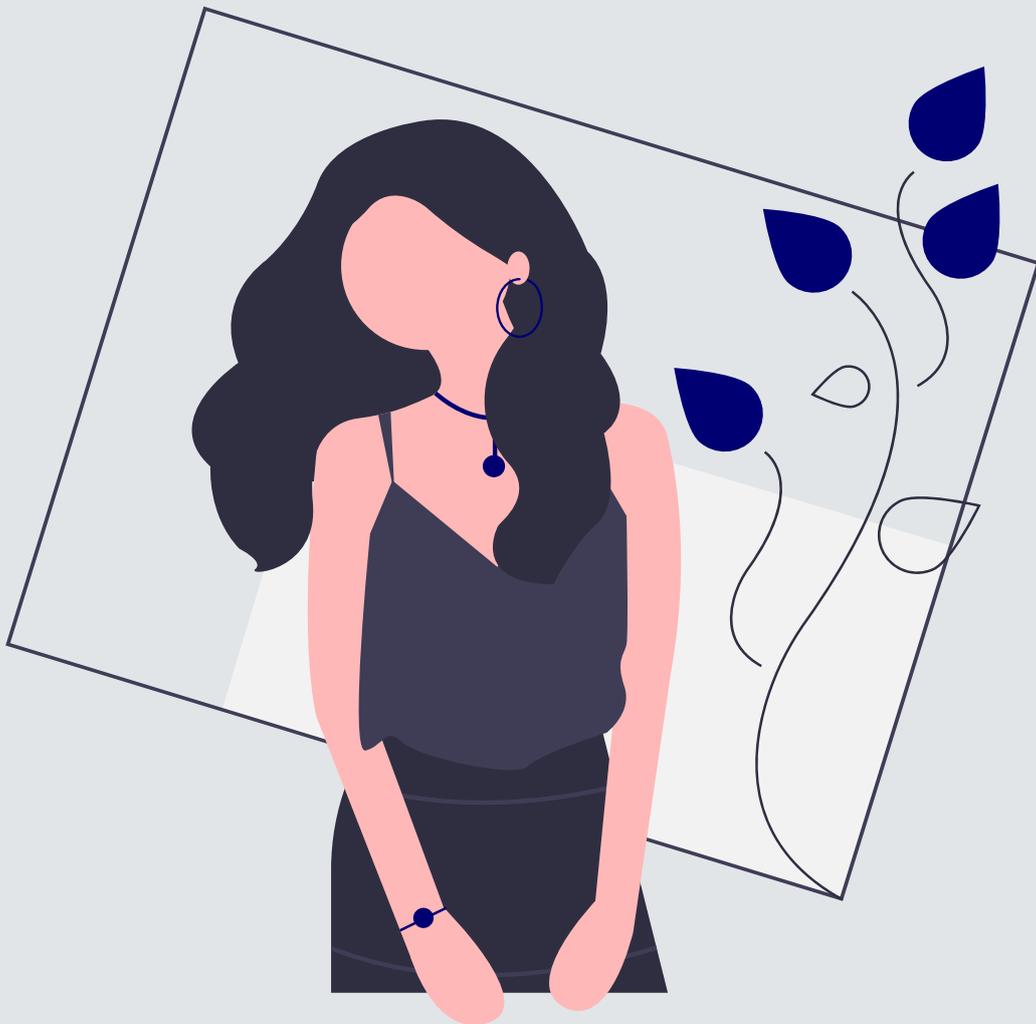


Inhaltsverzeichnis

1	Management Summary	4
2	Schmuck & Uhren in Deutschland	8
	2.1 Entwicklungsdaten	8
	2.2 Betrachtung der Warengruppen Schmuck & Uhren	12
	2.3 Preisentwicklung	14
3	Vertriebsstruktur	21
	3.1 Stationärer Handel	21
	3.2 Onlinehandel	24
4	Trends im Markt	29
	4.1 Männerschmuck	29
	4.2 Nachhaltigkeit & Second-Hand	32
5	Einkaufserlebnisse durch neue Ansätze	36
	5.1 Social Media	36
	5.2 Live-Shopping & Influencer Marketing	37
	5.3 Weitere Konzepte	39
6	Marktprognosen	42
7	Anhang (Methodik, Abbildungsverzeichnis)	47

01

MANAGEMENT SUMMARY



1. MANAGEMENT SUMMARY

Die letzten Jahre prägten die Handelslandschaft mit vielen Einflüssen. Nicht nur die Coronapandemie oder der Ukrainekrieg sorgten für neue Herausforderungen, auch Verbrauchertrends, die steigende Bedeutung des Online-Handels sowie neue Wünsche von Einkaufserlebnissen seitens Konsument:innen dürfen nicht mehr außer Acht gelassen werden. Der Markt für Schmuck & Uhren verzeichnete seit der Coronapandemie deutliche Umsatzrückgänge von -11,7 % im Jahr 2020. Trotz aller Herausforderungen konnte der Markt 2022 enorm an Umsatz gewinnen. Doch die Hoffnung auf Erholung der Umsätze zu Pandemiezeiten hält nicht lange an: Ein inflationär geprägtes Jahr 2023 mit Preissteigerungen für Produkte des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel, Gas oder Benzin steht vor der Tür. Für Konsument:innen wird das Leben teurer, was sich auf das Ausgabeverhalten auf anderen Märkten auswirkt und so weitere Einbußen induziert. Trotz der aktuellen Geschehnisse verläuft das Geschäft mit echtem Schmuck und Luxusuhren gut, da diese Produktkategorien als Investitionen in Wertanlagen gesehen werden.

Jedoch dürfen Konsument:innen wieder ohne hinderliche Hygienemaßnahmen

einkaufen und gerade in Innenstädten ihre Konsumlust ausleben. Nun gilt es, dieses Potenzial zu nutzen und entsprechende Konzepte anzubieten, um den stationären Handel wieder attraktiv werden zu lassen. Zusätzlich muß sich das Warenangebot an veränderte Bedürfnisse anpassen. Verbrauchertrends wie Nachhaltigkeit & Second-Hand bestimmen immer mehr das Angebot und Händler sind nun gezwungen entsprechend zu reagieren. Besonders jetzt, wo andere Branchen wie z.B. Fashion schon längst Gebrauchsgüter und das Ausleihen von Produkten anbieten.

Wie können diese ganzen Einflüsse nun aufgefangen werden und welche Konzepte helfen Händlern dabei, der Zielgruppe gerecht zu werden?

Dieser Branchenfokus integriert Auswertungen zu verschiedenen Themen auf Basis des SEO-Tools Similarweb¹.

Carina Stäbisch, Uwe Krüger

¹ IT-Unternehmen, welches Dienstleistungen im Bereich Online-Analysen anbietet

7.2. Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: GESAMTMARKTVOLUMEN SCHMUCK- UND UHRENMARKT 2018-2023 IN MIO. EURO	9	ABBILDUNG 19: ONLINE-WACHSTUM DER SORTIMENTSBEREICHE 2022, PROGNOSE IN DREI MÖGLICHEN VARIANTEN	27
ABBILDUNG 2: ENTWICKLUNGSVERGLEICH SCHMUCK & UHREN MIT FASHION & ACCESSOIRES 2018-2023 (INDEX).....	10	ABBILDUNG 20: ONLINE-GESCHLECHTERVERTEILUNG DER TOP ONLINE-PLAYER SCHMUCK & UHREN 2022 IN %	30
ABBILDUNG 3: UMSATZANTEIL SCHMUCK & UHREN MIT DEN WARENGRUPPEN FASHION & ACCESSOIRES 2022 IN %	11	ABBILDUNG 21: ONLINE-GESCHLECHTERVERTEILUNG DER TOP ONLINE-PLAYER SCHMUCK & UHREN JANUAR BIS JUNI 2022 IN %.....	31
ABBILDUNG 4: ENTWICKLUNGSVERGLEICH SCHMUCK & UHREN MIT DEN MÄRKTEN FASHION & ACCESSOIRES 2018-2023 IN MIO. EURO	12	ABBILDUNG 22: ONLINE-GESCHLECHTERVERTEILUNG DER TOP ONLINE-PLAYER SCHMUCK & UHREN JULI BIS DEZEMBER 2022 IN %.....	32
ABBILDUNG 5: MARKTVOLUMEN DER WARENGRUPPEN SCHMUCK & UHREN IN MILLIONEN EURO 2018-2023	13	ABBILDUNG 23: NUTZUNG VON SOCIAL-MEDIA-KANÄLEN 2021-2022.....	36
ABBILDUNG 6: ANTEIL DER WARENGRUPPEN SCHMUCK & UHREN IN % (2018 BIS 2023).....	14	ABBILDUNG 24: AKTIVITÄTEN DURCH SOZIALE NETZWERKE ANHAND DER TOP ONLINE-PLAYER SCHMUCK & UHREN 2022.....	37
ABBILDUNG 7: EINSCHRÄNKUNG VON AUSGABEN SEITENS KONSUMENT:INNEN NACH BEREICHEN, BEFRAGUNGSERGEBNISSE 2022.....	15	ABBILDUNG 25: BEDEUTUNG VON INFLUENCER-MARKETING 2022.....	38
ABBILDUNG 8: PREISENTWICKLUNG FÜR SCHMUCK & UHREN 2018-2023	16	ABBILDUNG 26: GESAMTMARKTVOLUMEN IM SCHMUCK- UND UHRENMARKT 2019-2027 IN MIO. EURO	42
ABBILDUNG 9: INLANDSMARKTVERSORGUNG SCHMUCK 2018-2022 IN MIO. EURO	17	ABBILDUNG 27: ENTWICKLUNGSVERGLEICH SCHMUCK & UHREN MIT FASHION & ACCESSOIRES 2019-2027 (INDEX)	43
ABBILDUNG 10: INLANDSMARKTVERSORGUNG UHREN 2018-2022 IN MIO. EURO	17	ABBILDUNG 28: ENTWICKLUNGSVERGLEICH SCHMUCK & UHREN MIT DEN WARENGRUPPEN FASHION & ACCESSOIRES 2023-2027 IN MIO. EURO	44
ABBILDUNG 11: VERGLEICH PRODUKTIONS,- IMPORT,- UND EXPORTINDEX DES SCHMUCKMARKTES 2018-2022 ..	18	ABBILDUNG 29: MARKTVOLUMEN DER WARENGRUPPEN SCHMUCK & UHREN IN 2023-2027 IN MIO. EURO..	44
ABBILDUNG 12: VERGLEICH PRODUKTIONS,- IMPORT,- UND EXPORTINDEX DES UHRENMARKTES 2018-2022	18	ABBILDUNG 30: PREISENTWICKLUNG FÜR SCHMUCK & UHREN 2023-2027.....	45
ABBILDUNG 13: BEDEUTUNG VON SCHMUCK ALS GELDANLAGE 2018 BIS 2022	19	ABBILDUNG 31: ENTWICKLUNG DER VERTRIEBSWEGE SCHMUCK & UHREN 2023-2027 IN %	46
ABBILDUNG 14: HÄUFIGKEIT DES STATIONÄREN GESCHÄFTSBESUCHS 2021 UND 2022.....	22		
ABBILDUNG 15: MARKTANTEILE DER VERTRIEBSWEGE SCHMUCK & UHREN 2022	23		
ABBILDUNG 16: ENTWICKLUNG DER VERTRIEBSWEGE SCHMUCK & UHREN 2018-2023 IN %.....	24		
ABBILDUNG 17: ANTEIL DES ONLINE-HANDELS AM UMSATZ DES EINZELHANDELS 2018-2022 IN %	25		
ABBILDUNG 18: ONLINE-WACHSTUM DER SORTIMENTSBEREICHE 2021 IN %.....	26		

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

IFH Köln GmbH

Dürener Str. 401b / D-50858 Köln

Telefon +49(0)221 943607-68

Telefax +49(0)221 943607-64

info@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de

BBE Handelsberatung GmbH

Brienner Str. 45 / D-80333 München

Telefon +49(0)89 55118-145

Telefax +49(0)89 55118-153

info@bbe.de

www.bbe.de

KONTAKT

Carina Stäbisch

IFH KÖLN

Telefon +49(0)221 943607-38

c.staebisch@ifhkoeln.de

Uwe Krüger

IFH Köln

Telefon +49(0)221 943607-63

u.krueger@ifhkoeln.de

COPYRIGHT

Die Vervielfältigung, der Verleih, die Vermietung sowie jede sonstige Form der Verbreitung oder Veröffentlichung auch auszugsweise bedarf der ausdrücklichen Zustimmung der **IFH Köln GmbH**. Dieses Projekt wurde nach bestem Wissen und Gewissen, mit aller gebotenen Sorgfalt, jedoch ohne Gewähr erstellt.

IFH KÖLN - WER WIR SIND

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Knowhow-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

#verstehen #planen #machen #teilen

