

Statistik gibt Auskunft über Umsatzverteilung

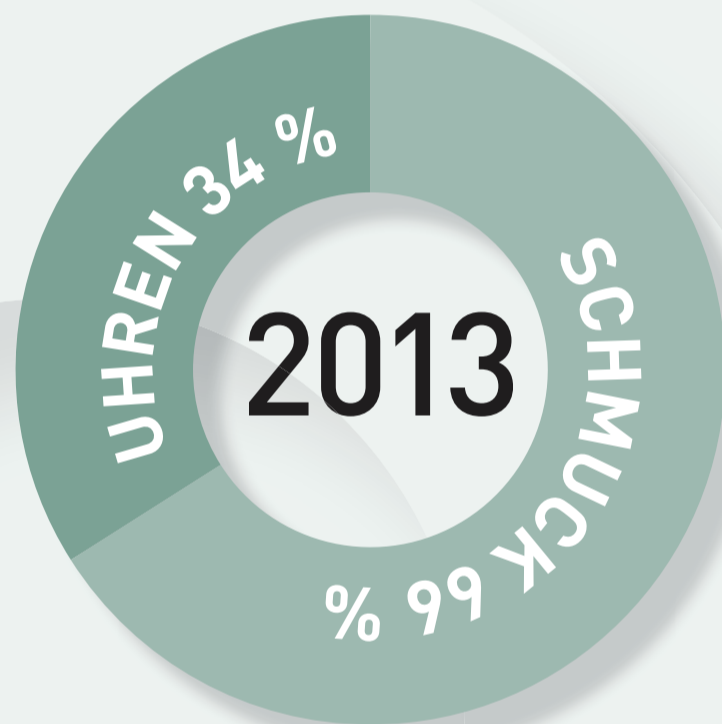
Wo das Geld verdient wird

Schmuck vor Uhren. Auch im Dreijahresvergleich wird deutlich, was Ihre Kunden wollen. In erster Linie geht es um Schmuck, nicht um Uhren. Somit dürfen sich diejenigen Händler bestärkt fühlen, die den Eindruck haben, dass mit Uhren immer weniger Geld verdient wird.

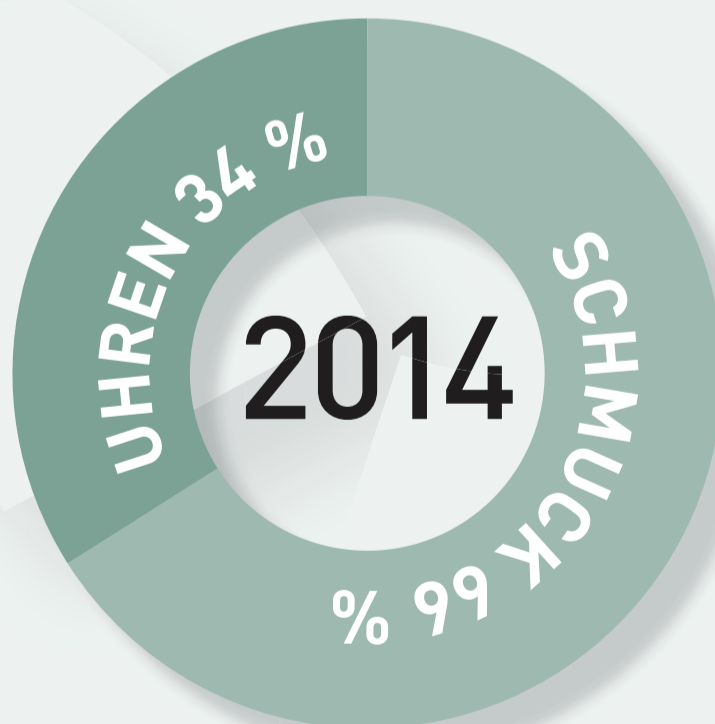
SCHMUCK- UND UHRENUMSATZ 2012-2014



2012: In den ersten fünf Monaten des Jahres 2012 gab es „noch“ ein 60:40 Verhältnis beim Schmuck- und Uhrenumsatz



2013: Im Vergleichszeitraum (Januar bis Mai) des Folgejahres machte das Verhältnis von Schmuck- und Uhrenumsatz bereits zwei Drittel zu einem Drittel aus.



2014: Trotz teils fundamentaler Umsatzveränderungen einiger Marken ist das Verhältnis von Schmuck- und Uhrenumsatz 2014 bislang gleichgeblieben.

Statistik des Vorteilsclub bestätigt Anstieg beim Schmuckumsatz

Alle Kraft dem Schmuck

Eindeutig. Auch wenn einige Schmuckmarken derzeit Schwierigkeiten haben, zeigt die aktuelle Auswertung des Vorteilsclubs doch deutlich, dass sich Schmuck mehr denn je lohnt. Denn Uhren haben in den vergangenen Jahren mehr Federn gelassen.

Man kann sich lange über schwächelnde Trendschmuckmarken aufregen. Unterm Strich zählt nun doch die Bilanz. Und diese ist eindeutig. Der Schmuck wird immer wichtiger! Die aktuelle Auswertung des Vorteilsclubs der Juweliere zeigt eindeutig, dass die teilnehmenden Juweliere mit Schmuck weit aus mehr Umsatz erzielt haben als mit Uhren – Tendenz steigend.

Noch in den ersten fünf Monaten des Jahres 2012 lag das Verhältnis von Schmuck zu Uhrenumsatz bei 61 zu 39 %. Schon allein diese Zahlen rechtfertigen meist nicht den eingeräumten Platz im Schaufenster für Uhren, geschweige denn den meist noch größeren administrativen Aufwand der Händler mit Uhrenfirmen.

Schon im Folgejahr hat sich dieses Verhältnis verschoben. In den ersten fünf Monaten 2013 haben die teilnehmenden Juweliere 66 % des Umsatzes mit Schmuck und 34 % des Umsatzes mit Uhren gemacht (die sonstigen Einnahmequellen, wie beispielsweise Reparatur, herausgerechnet).

In diesem Jahr hat sich dieser Wert im Vergleichszeitraum gehalten. Sprich: Auch wenn es Umsatzrückgänge beispielsweise bei Ice-Watch gegeben hat, hat das an der Gesamtsituation im deutschen Facheinzelhandel nichts geändert. Noch immer wird mit Schmuck der eindeutig größere Umsatzanteil gemacht.

Fazit: Christ und Wempe realisieren immerhin ein 50:50-Verhältnis von Schmuck und Uhren im Schaufenster. Dies ist lobenswert – aber spiegelt noch immer nicht die Umsatz-, geschweige denn die Rohertagssituation wider.



Anzeige

KONTAKT

Nicole Henkel
 Tel.: +49/5201/66 27-7600
 E-Mail: info@vorteils-club.net
 Internet: www.vorteils-club.net

