

Ausgabe Nr. U 29/21 | Düsseldorf, 20. Juli 2021 | 43. Jahrgang | ISSN 1431-3456

Eine aktuelle Untersuchung von Milestone Systems ergab: Bei Einkaufszentren verzeichnet Berlin den stärksten Besucherandrang, Restaurants sind durchschnittlich in Frankfurt am Main am vollsten und Cafés registrieren in Düsseldorf das höchste Besucheraufkommen. Werfen wir einen Blick auf die populärsten Themen der Uhren & Schmuck-Branche dieser Woche: ■ AEON 2022 ■ Garmin-Rekordjahr ■ IKGVO-Gewinnübergabe ■ Geneva Watch Days ■ Schmuckmuseum Pforzheim ■ Nordstil Hamburg findet statt ... – Zuerst, ein Trommelwirbel:

## Jahressieger 2020/21 – Die ersten Gewinner stehen fest: Der TOP-Männerschmuck-Lieferant heißt Carl Engelkemper Münster!

Die Spannung konnte kaum größer sein als bei der Auszählung der ersten Kategorie unserer aktuellen Jahressieger-Umfrage. Unsere Wahl, welche Produktgruppe wir als erste unter die Lupe nehmen, fiel auf den Männerschmuck. Warum? Männerschmuck hat in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen, er ist inzwischen zu einem umkämpften Warenssegment aufgestiegen. Umso interessanter war es für uns zu erfahren, mit welchem Lieferanten Sie besonders zufrieden sind. In diesem Jahr haben wir auch den Spieß umgedreht: Wir möchten Ihnen, unseren Lesern – also denjenigen, die sich die Zeit genommen haben, unsere Umfrage auszufüllen und ihre Erfahrungen mitzuteilen – den Vortritt lassen. Ihre Lieferanten werden also dieses Jahr nicht vorab, sondern zeitgleich mit Ihnen informiert, ob sie wieder ganz vorne mit dabei sind, oder diesmal in der schwierigen Covid-Zeit Federn lassen mussten. Unser großer Dank geht an alle Juweliere und Goldschmiede, die sich an der Umfrage beteiligt haben! Denn alle Marktteilnehmer profitieren davon, zu erfahren, welche Lieferanten beim Fachhandel derzeit besonders beliebt sind – und warum.

Länger wollen wir Sie aber nicht auf die Folter spannen. Der Lieferant, der in den letzten zwölf Monaten aus Sicht der Juweliere im deutschsprachigen Raum die beste Performance geliefert hat, heißt **Carl Engelkemper Münster!** Ja, genau! Vielleicht bringen Sie den Münsteraner Großhändler gedanklich nicht spontan mit Männerschmuck in Verbindung, doch gehört die Produktgruppe sehr wohl zu seinem

Sortiment, wie z. B. bei seiner Marke **CEM** die Silver & Steel Lounge zeigt. Offenbar sind die Einzelhändler mit der Kooperation sehr zufrieden. Schauen wir uns also die Stimmen der Juweliere an. Engelkemper wird besonders gelobt

für die „Top-Unterstützung während Covid“, „Top-Zusammenarbeit“, „Top-Produktqualität“, „Top realisierbare Handelsspanne“. Auch das „Preis-Leistungs-Verhältnis“ und die „Abverkaufsunterstützung“ wurden bei der Online-Umfrage häufig genannt. **Christian Burkhardt** von **Katrin's Schmucklädchen** in Jena hebt die gute Kalkulation bei Engelkemper besonders hervor. Und **Eveline** und **Monika Wrede** aus der **Goldschmiede-Juwelier Wrede** in Kerpen fassen ihre durchweg positive Wertung für Engelkemper so zusammen: „Alles

TOP!“ Nur was die Social Media-Aktivitäten angeht, darf der Lieferant laut seiner Kunden noch ein wenig zulegen.

Auf Platz 2 finden wir die Marke **s.Oliver!** Auch hier wurden viele der Optionen angekreuzt, besonders häufig überzeugte die Juweliere die „Top-Zusammenarbeit“ und „Top Produktqualität“. Die „Top-Unterstützung während Covid“, das „Preis-Leistungs-Verhältnis“ und die „Abverkaufsunterstützung“ wurden ebenfalls hervorgehoben. Nur bei der realisierbaren Handelsspanne ist laut Umfrageergebnis noch Spiel drin, hier gab es keine positive Nennung. Alles in allem ist aber auch die s.Oliver-Performance spitze! Tatsächlich war die Marke nämlich ganz dicht an den Fersen des Erstplatzierten und hat den Sieg nur knapp verpasst!

### Schmucklieferanten 2020/2021 Jahressieger: Männerschmuck

1. Carl Engelkemper Münster
2. s.Oliver
3. Festina/Max Fröhlich/Xenox



'markt intern' Uhren & Schmuck, Düsseldorf, unter Branchenexperten (Uhren/Schmuck-Facheinzelhändlern, Goldschmieden, Uhrmachern und Juwelieren).

Außerdem nominiert (in alphabetischer Reihenfolge): ■ Across ■ BEDRA ■ BOCCIA ■ DARKGEM ■ Fossil ■ Jörg Hammer ■ Joo! ■ Klaus Beyse ■ Koch ■ Landmesser ■ Leo Wittwer ■ Monomania ■ Patrick Meyer ■ Police ■ Quinn Scheurle ■ SAVE BRAVE ■ Son Of Noa ■ TeNo.

Ermittelt in einer bundesweiten Befragung des Informationsdienstes

Begeisterung gab es auch für drei weitere Lieferanten, die alle mit gleicher Punktzahl Platz 3 erreicht haben: **Festina**, **Max Fröhlich** und die Marke **XENOX**. Bei Festina wurde speziell die Marke **Lotus** genannt. Auszusetzen gab es wenig an diesem Lieferanten, vielmehr waren die Fans des spanischen Anbieters überzeugt von einer Top-Unterstützung während Covid, einer Top-Produktqualität, der guten Abverkaufsunterstützung, der realisierbaren Handelsspanne, einer Top-Vertriebspolitik und Zusammenarbeit. Auch die Social-Media-Aktivitäten/Unterstützung und die PoS-Unterstützung sowie das Preis-Leistungsverhältnis werden positiv gesehen. **Frank Baumgartl/Juwelier Frank Baumgartl** in Zeit scheint rundherum glücklich mit dem Lieferanten von (u. a.) Männerschmuck. Sein Gesamturteil lautet: „Ausgezeichnet“. Bei Max Fröhlich sieht es ganz ähnlich aus. In ganz weiten Teilen zeigt sich hier große Zufriedenheit mit dem Partner und das in so gut wie allen Kategorien. Allein bei den Aktivitäten rund um das Thema Social Media wünschen sich die Partner offenbar noch mehr Unterstützung; da gab es keine Positivnennung. Bei XENOX hatten die Freunde der Marke ganz überwiegend offline abgestimmt und keine speziellen Aspekte hervorgehoben, sodass wir davon ausgehen, dass die Marke insgesamt eine Top-Zusammenarbeit bietet.

Einige Händler im Uhren & Schmuck-Markt sind auch von anderen Lieferanten und Marken begeistert und haben diese

als ihre 'Jahressieger' genannt. Nennen möchten wir hier (alphabetisch geordnet): **Across**, **BEDRA**, **BOCCIA**, **DARKGEM**, **Fossil**, **Jörg Hammer**, **Joop!**, **Klaus Beyse**, **Koch**, **Landmesser**, **Leo Wittwer**, **Monomania**, **Patrick Meyer**, **Police**, **Quinn Scheurle**, **SAVE BRAVE**, **Son of Noa**, **TeNo**.

Im Vergleich zur letzten Umfrage zu Männerschmuck-Lieferanten fällt auf, dass **Fossil** nicht mehr auf dem Treppchen der Sieger steht. 2017 hatte die Marke noch gemeinsam mit s.Oliver Platz 2 erreicht. Auch Police hat den 5. Rang (damals gemeinsam mit XENOX) nicht mehr geschafft. Diesen Marken empfehlen wir, in Zukunft ihre Kooperation zum Fachhandel wieder zu verbessern und ihre Unterstützung zu verstärken. Das gleiche gilt selbstverständlich für alle Nicht-Platzierten. CEM war auch in 2017 schon Ihr TOP-Favorit und kann sich nun verdienstermaßen mit neuen Federn schmücken.

Wir gratulieren allen Lieferanten, die es auf die ersten Ränge in dem Kampf um den begehrten Titel des Top-Männerschmuck-Lieferanten geschafft haben ganz herzlich und freuen uns darauf zu erfahren, wie Sie Ihren Erfolg bei unserer Umfrage sehen. Außerdem möchten wir allen weiteren von Uhren & Schmuck-Händlern als 'Jahressieger' bezeichneten Firmen heute auch ein kräftiges Lob aussprechen und sie beglückwünschen!

## Neue Plattform AEON startet 2022

Die Vorbereitungen liefen bereits auf Hochtouren, doch nun hat sich der Veranstalter **Christoph Keilmann** dazu entschlossen, das Premierenevent der AEON auf das nächste Jahr zu verschieben. Diese Entscheidung hat er vor allem auch im Sinne der bereits angemeldeten Aussteller getroffen und vor dem Hintergrund, dass das Event auf Networking, Socializing und Kommunikation ausgelegt ist und ein umfangreiches Rahmenprogramm bieten soll. Keilmann dazu: „Mit einschränkenden Maßnahmen ist die Idee der AEON nicht erfolgreich für die Teilnehmer umsetzbar, denn hier geht es um eine ungezwungene Event-Atmosphäre, die von persönlichen Begegnungen und einem umfangreichen Rahmenprogramm lebt. Dies haben wir ehrlich mit unseren Ausstellern besprochen und uns gemeinsam darauf geeinigt, in 2022 mit voller Kraft zu starten.“ Die Verschiebung des Auftaktevents ins nächste Jahr ist für den Organisator schmerzhaft. Allerdings ist das unternehmerische Risiko für Aussteller und Veranstalter durch die Corona-Delta-Variante und die damit möglicherweise bevorstehenden Maßnahmen zu groß geworden.



Christoph Keilmann  
© Gemworld Munich

Das Konzept der AEON hat der Geschäftsführer der **Münchner Mineralientage Fachmesse GmbH** basierend auf einer umfangreichen Markt-Analyse entwickelt. Es soll den starken Veränderungen in unserem Markt Rechnung tragen, wie er uns in einem Gespräch erklärt: „Die AEON berücksichtigt die Relevanz der neuen Kommunikationskanäle. Heutzutage ist es für die Manufakturen essenziell, auch beim Endverbraucher als Marke sichtbar zu werden. Starke Marken ziehen die Kunden in das Juweliergeschäft bzw. den Fachhandel. Insofern profitieren nicht nur die Hersteller, sondern insbesondere auch der Handel von der Strahlkraft eines Kommunikationsevents wie der AEON.“

Die Resonanz auf das neue innovative Konzept der AEON, deren griechische Bezeichnung auf die Ewigkeit verweist, ist, wie wir erfahren, enorm. Der Geschäftsführer informiert uns, dass Top-Marken bereits zugesagt hatten, dabei zu sein. Verständlicherweise möchte der Veranstalter die erste Edition des neuen Kommunikationsevents aber nicht halbherzig bzw. mit Einschränkungen starten. Im nächsten Jahr wird die Planung höchst wahrscheinlich deutlich einfacher sein und mehr finanzielle Sicherheit für alle Beteiligten bieten. „Die Renaissance-Zeit nach der Pandemie ist der ideale Zeitpunkt, um unsere Plattform zu starten“, erfahren wir vom Veranstalter aus München. Keilmann wird das gut einschätzen können, denn er bringt viel Erfahrung mit. Sein