

**BRANCHENFOKUS  
SCHMUCK & UHREN**

JAHRGANG 2016



**UWE KRÜGER**

EINE GEMEINSCHAFTSSTUDIE VON  
IFH KÖLN UND BBE HANDELSBERATUNG GMBH



## IMPRESSUM

### HERAUSGEBER

**IFH RETAIL CONSULTANTS 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

Uwe Krüger  
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 RETAIL CONSULTANTS GmbH**, Köln.  
Dieses Projekt wurde nach bestem Wissen und Gewissen, mit aller gebotenen Sorgfalt, jedoch ohne Gewähr erstellt.

Titelfoto: Fotolia.com

**Eine Gemeinschaftsstudie von IFH Köln und BBE Handelsberatung GmbH**

## Inhaltsverzeichnis

	Seite
Inhaltsverzeichnis	I
Tabellenverzeichnis	IV
Übersichtenverzeichnis	V
Editorial	9
Kapitel I	
Der deutsche Markt für Schmuck & Uhren: Zahlen, Fakten, Zeitreihen	13
A Die Herstellerebene	15
1 Produktion, Import, Export, Inlandsmarktvorsorgung (zu Herstellerabgabepreisen)	15
2 Die Anbieter – Strukturen und Mainplayer	25
B Das Marktvolumen auf Endverbraucherebene 2011 bis 2015/16	32
1 Die Gesamtmarktentwicklung	32
2 Die Warengruppen	38
3 Die Wachstumstreiber – Gewinner-/Verlierer- Warengruppen	46
C Die Vertriebsebene	48
1 Vertriebswegeprofile	49
2 Die Vertriebsstrukturen 2011 bis 2015 mit den Formaten ...	53
3 Die Wachstumstreiber – Gewinner-/Verlierer- Vertriebswege	61
4 Die Anbieter – Strukturen und Mainplayer	62

Kapitel II	Der deutsche Markt für Schmuck & Uhren: Prognose bis 2020	68
A	Die wichtigsten Einflussfaktoren	68
1	Gesamtwirtschaftliche Situation	69
2	Branchenspezifische Determinanten und Rahmen- bedingungen	75
3	Branchenspezifische Annahmen	80
4	Branchenpositionierung von Schmuck & Uhren im Geschäftsfeld Recreation & Others bis 2020	84
5	Schmuck & Uhren im Vergleich zur langlebigen Gebrauchsgüternachfrage	86
6	Preisentwicklung für Schmuck & Uhren bis 2020	87
B	Prognose-Ergebnisse im Detail von 2016 bis 2020	88
1	Umsatzentwicklung des Schmuck & Uhrenmarktes bis 2020 Gesamtmarkt und Teilmärkte im Detail	89
2	Der Markt im Zehnjahreszeitfenster von 2011 bis 2020, Entwicklung in Mio. Euro / Indexvergleich mit Recreation & Others	91
3	Marktstruktur nach Teilmärkten 2011/ 2014 / 2015 / 2020 in Mio. Euro / in Prozent	92
4	Vertriebswege für Schmuck & Uhren 2014 bis 2020 Marktanteile im Detail in Prozent und Mio. Euro	93
5	Vertriebswegesituation für Schmuck & Uhren 2015 / 2020 im Vergleich: Marktanteilsgewinner / -verlierer	95
6	Vertriebswegesituation für Schmuck & Uhren 2020 in Prozent / Indexentwicklung 2015 / 2020	96

## Tabellenverzeichnis

	Seite
Tabelle 1: Struktur der Edtschmuckindustrie in der Einteilung nach Mittelstand, Klein-, und Großbetriebe 2014 (Unternehmensanzahl, Umsatz in Mio. Euro, Anteile in Prozent)	28
Tabelle 2: Struktur der Phantasieschmuckindustrie in der Einteilung nach Mittelstand, Klein-, und Großbetriebe 2014 (Unternehmensanzahl, Umsatz in Mio. Euro, Anteile in Prozent)	29
Tabelle 3: Struktur der Uhrenindustrie in der Einteilung nach Mittelstand, Klein-, und Großbetriebe 2014 (Unternehmensanzahl, Umsatz in Mio. Euro, Anteile in Prozent)	30
Tabelle 4: Hersteller und Produktportfolio	31
Tabelle 5: Das Marktvolumen für Schmuck & Uhren insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2011 bis 2015/16 (in Mio. Euro zu Endverbraucherpreisen)	36
Tabelle 6: Das Marktvolumen für Schmuck & Uhren insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2011 bis 2015/16 (Index 2011=100)	37
Tabelle 7: Struktur des Schmuck & Uhrenfachhandels in der Einteilung nach Mittelstand, Klein- und Großbetrieben 2014 (Unternehmensanzahl, Umsatz in Mio. Euro, Anteile in %)	66
Tabelle 8: Händler und Sortimente	67
Tabelle 9: Das Marktvolumen für Schmuck & Uhren insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten bis 2020 (in Mio. Euro zu Endverbraucherpreisen)	89
Tabelle 10: Das Marktvolumen für Schmuck & Uhren insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2015 bis 2020 (Index 2015=100)	90
Tabelle 11: Schmuck & Uhren: Marktanteile der Vertriebswege 2014 bis 2020 (in Prozent)	93

Tabelle 12:	Schmuck & Uhren: Marktanteile der Vertriebswege 2014 bis 2020 (in Mio. Euro)	94
-------------	---	----

## Übersichtenverzeichnis

	Seite
Übersicht 1: Strategischer Branchenüberblick: Schmuck & Uhren im Geschäftsfeld Recreation & Others	14
Übersicht 2: Inlandsmarktversorgung mit Schmuck, 2011 - 2015 in Mio. Euro zu HAP	19
Übersicht 3: Inlandsmarktversorgung mit Goldschmuck, 2011 - 2015 in Mio. Euro zu HAP	20
Übersicht 4: Inlandsmarktversorgung mit Phantasieschmuck, 2011 - 2015 in Mio. Euro zu HAP	21
Übersicht 5: Inlandsmarktversorgung mit Uhren, 2011 - 2015 in Mio. Euro zu HAP	22
Übersicht 6: Inlandsmarktversorgung mit Armbanduhren mit Edelmetallgehäuse, 2011 - 2015 in Mio. Euro zu HAP	23
Übersicht 7: Inlandsmarktversorgung mit Anderen Armbanduhren, 2011 - 2015 in Mio. Euro zu HAP	24
Übersicht 8: Umsatzgrößenstruktur der echtschmuckhersteller vs. Verarbeitendes Gewerbe im Lorenzkurvenvergleich 2014	28
Übersicht 9: Umsatzgrößenstruktur der Phantasieschmuckhersteller vs. Verarbeitendes Gewerbe im Lorenzkurvenvergleich 2014	29
Übersicht 10: Umsatzgrößenstruktur der Uhrenhersteller vs. Verarbeitendes Gewerbe im Lorenzkurvenvergleich 2014	30
Übersicht 11: Schmuck-/Uhrenmarkt Langfristentwicklung, 1990 bis 2020 in Mio. Euro	33
Übersicht 12: Schmuckkategorien, Marktstruktur 1995 bis 2020 in Prozent vom Schmuckumsatz	35
Übersicht 13: Uhrenkategorien, Marktstruktur 1995 bis 2020 in Prozent vom Uhrenumsatz	35
Übersicht 14: Gold-/Platinschmuck: Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2011-2015 Durchschnittswachstum 2000/11 - 2015/20 in Prozent	40

Übersicht 15:	Silberschmuck: Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2011-2015 Durchschnittswachstum 2000/11 - 2015/20 in Prozent	41
Übersicht 16:	Phantasieschmuck: Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2011-2015 Durchschnittswachstum 2000/11 - 2015/20 in Prozent	42
Übersicht 17:	Armbanduhren (Edelmetall): Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2011-2015 Durchschnittswachstum 2000/11 - 2015/20 in Prozent	43
Übersicht 18:	Andere Armbanduhren: Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2011-2015 Durchschnittswachstum 2000/11 - 2015/20 in Prozent	43
Übersicht 19:	Großuhren: Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2011- 2015 Durchschnittswachstum 2000/11 - 2015/20 in Prozent	45
Übersicht 20:	Umsatzentwicklung für Schmuck & Uhren insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten im Berichtsjahr 2015	46
Übersicht 21:	Die Marktentwicklung für Schmuck & Uhren insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten 2011 bis 2015 (Index 2011=100)	46
Übersicht 22:	Umsatzentwicklung für Schmuck & Uhren insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten erste Hochrechnung 2016	47
Übersicht 23:	Die Marktentwicklung für Schmuck & Uhren insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten 2011 bis 2015 (Index 2011=100)	47
Übersicht 24:	Die Marktanteile der Vertriebswege von Schmuck & Uhren in Langfristsicht 2005/2011-2015/2020 in Prozent	54
Übersicht 25:	Schmuck & Uhren: Online-Umsätze 2005/2012- 15/2020 in Mio. Euro; CAGR 2005/12 – 2015/20 in Prozent	55



Übersicht 26:	Schmuck & Uhren: Online/Offline-Marktanteile am Gesamtmarkt 2005/2012-2015/2020 in Prozent, CAGR 2005/12 – 2015/20 in %	55
Übersicht 27:	Schmuck & Uhren: Online-Marktanteile 2005/2012-15/2020 in Prozent vom Online-Umsatz	56
Übersicht 28:	Schmuck-/Uhrenfachhandel: Umsatzentwicklung 2011 bis 2015/20 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	57
Übersicht 29:	Schmuck-/Uhrenfilialisten: Umsatzentwicklung 2011 bis 2015/20 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	57
Übersicht 30:	Schmuck-/Uhrenfachhandel: Saisonverlauf in Prozent vom Jahresumsatz 2000/2015/2016	58
Übersicht 31:	Schmuck-/Uhrenfachhandel: Änderungsratenvergleich zwischen Kleinbetrieben/Filialisten 2016 bis 2020 in Prozent zum Vorjahr	58
Übersicht 32:	Kauf-/Warenhäuser: Schmuck-/Uhrenumsätze 2011 bis 2015/20 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	59
Übersicht 33:	Versender: Schmuck-/Uhrenumsätze 2011 bis 2015/20 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	59
Übersicht 34:	Internet-Pure-Player: Schmuck-/Uhrenumsätze 2011 bis 2015/20 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	60
Übersicht 35:	TV-Verkaufskanäle: Schmuck-/Uhrenumsätze 2011 bis 2015/20 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	60
Übersicht 36:	Schmuck & Uhren – Marktanteile der Vertriebswege im Berichtsjahr 2015	61
Übersicht 37:	Schmuck & Uhren – Entwicklung der Vertriebswege im Berichtsjahr 2015	61
Übersicht 35:	Umsatzgrößenstruktur des Schmuck & Uhrenfachhandels vs. Einzelhandel in der Lorenzkurve 2014	66
Übersicht 36:	Private Konsumausgaben, Ver- und Gebrauchsgüter, 2011 - 2020	72
Übersicht 37:	Private Konsumausgaben und ihre Verwendung, 2011 - 2020	73
Übersicht 38:	Einzelhandelsanteil an Konsumausgaben, 2011 - 2020	74

Übersicht 39:	Branchenrelevante Determinanten im Überblick	76
Übersicht 40:	Schmuck & Uhren: Märktedynamik im Geschäftsfeld Recreation & Others 2011/2015 und 2015/2020	85
Übersicht 41:	Schmuck & Uhren: Branchenmarktanteile und Entwicklung im Geschäftsfeld Recreation & Others 2011/2015/2020	85
Übersicht 42:	Schmuck & Uhren und langlebige Gebrauchsgüter bis 2020	86
Übersicht 43:	Die Preisentwicklung für Schmuck & Uhren bis 2020	87
Übersicht 44:	Das Marktvolumen für Schmuck & Uhren insgesamt 2011 bis 2020 in Mio. Euro und Veränderungsraten zum Vorjahr (in %)	91
Übersicht 45:	Marktentwicklung Schmuck & Uhren vs. Geschäftsfeld Recreation & Others 2011 bis 2020 (Index 2011=100)	91
Übersicht 46:	Marktvolumen Schmuck & Uhren nach Teilmärkten bis 2020 in Mio. Euro	92
Übersicht 47:	Marktvolumen Schmuck & Uhren nach Teilmärkten bis 2020 in Prozent	92
Übersicht 48:	Schmuck & Uhren: Marktanteile der Vertriebswege 2015 und 2020 (in Prozent)	95
Übersicht 49:	Schmuck & Uhren: Marktanteilsgewinner/-Verlierer 2015 vs. 2020 (Differenz in Prozentpunkten)	95
Übersicht 50:	Schmuck & Uhren: Marktanteile der Vertriebswege 2020	96
Übersicht 51:	Schmuck & Uhren: Indexentwicklung der Vertriebswege 2015 bis 2020 (Index 2015=100)	96
Übersicht 52a:	Schmuck & Uhren: Vertriebswegedynamik 2011/2015 - 2015/2020	97
Übersicht 52b:	Schmuck & Uhren: Vertriebswegedynamik 2011/2015 - 2015/2020	97