

Am Wochenende feiern wir bereits den 1. Advent und in vielen Haushalten wird schon weihnachtlich geschmückt. Da darf auch ein hübscher Tannenbaum nicht fehlen. In immer mehr Städten kann man Weihnachtsbäume nun auch mieten statt kaufen, so dass sie nach dem Fest wieder eingepflanzt werden können. Auf welche Ideen und Neuheiten unsere Branche diese Woche schaut, lesen Sie heute in 'mi': ■ Kooperation FLUME und DUGENA ■ Watches & Wonders wird digital ■ Rauschmayer unterstützt Partner ■ Fusion von CLARITY & SUCCESS und ROQQIO ... – Zuerst:

Klärt neues Themenpapier Verpackungseigenschaft von Etuis?

Seit das aktuelle Verpackungsgesetz am 1. Januar 2019 in Kraft trat, steht die Frage im Raum, ob edle Etuis für hochwertigen Schmuck und teure Uhren im Sinn des Gesetzes als Verpackung gelten oder nicht. Einige Etui-Hersteller argumentieren, dass die 'Hüllen' beim Endverbraucher nicht im Müll landen, sondern über viele Jahre hinweg zur Aufbewahrung und zum Schutz der Preziosen benutzt werden. Als wir kürzlich auf der Internetseite der **Stiftung Zentrale Stelle Verpackungsregister** auf das **Themenpapier zur Überprüfung, ob ein Gegenstand eine Verpackung oder eine Nicht-Verpackung ist** stießen, hofften wir, dass es nun endlich eine Antwort gibt, die allen Beteiligten Rechtssicherheit gibt. Leider wurden wir enttäuscht! Doch der Reihe nach:

Um die Grundfrage „Verpackung – Ja oder Nein?“ zu beantworten, formuliert die Zentrale Stelle fünf Kriterien: ■ Vorhandensein einer Verpackungsfunktion ■ Zusammenhang zur Ware ■ kein integraler Produktbestandteil ■ Produktbestimmung und -wert anstelle von 'Zweitnutzen' ■ Verpackungskomponenten und Zusatzelemente. Dass Etuis eine Verpackungsfunktion erfüllen, ist unstrittig: Schutz und Aufbewahrung sind Funktionen, die einem Schmuckstück oder einer Uhr ein Leben lang in guten Etuis geboten werden. Aber dann wird es schon komplizierter. Zum Kriterium 'kein integraler Produktbestandteil' lesen wir als Erläuterung, ein Prüfgegenstand – also hier ein Etui – sei „*nicht als Verpackung zu werten, sofern folgende Eigenschaften kumulativ erfüllt sind: Der Gegenstand wird zur Umschließung, Unterstützung oder Konservierung des Produkts/der Ware während seiner gesamten Lebensdauer benötigt und alle Komponenten des Prüfgegenstandes sind für die gemeinsame Verwendung, den gemeinsamen Verbrauch oder die gemeinsame Entsorgung bestimmt.*“

Lassen wir nun **Bernd Dahlinger**, Geschäftsführender Gesellschafter der **Ch. Dahlinger GmbH & Co KG**, zu Wort kommen, der dies aus der Sicht eines Etui-Herstellers beleuchtet: „Beide Anforderungen sind aus unserer Sicht gegeben. Des Weiteren leisten Etuis für Schmuckstücke und Uhren zudem einen wesentlichen Beitrag zum Werterhalt und

zur Authentizität der darin enthaltenen Preziosen. Denn es ist allgemein bekannt, dass Schmuckstücke und Uhren beim Wiederverkauf (Gebrauchtschmuck und -uhren) nur einen deutlich geringeren Preis erzielen, wenn sie nicht im Original etui angeboten werden. Das gilt in besonderem Maße für Etuis mit aufgedruckter Bildmarke des Herstellers oder des Einzelhändlers. Zudem sind die Etuis regelmäßig so gestaltet, dass originale Produktbeschreibungen, Garantiekarten, Rechnungsbelege oder Kaufanlassinformationen (z. B. Geburt eines Kindes) darin zusammen mit der Uhr oder dem Schmuck aufbewahrt werden können. Auch aus diesem Grund bewahren Endverbraucher die Etuis typischerweise auf.“



Bernd Dahlinger
© Ch. Dahlinger

Hochwertige Etuis 'begleiten' also das Schmuckstück, die Uhr oder das Schreibgerät während deren oft sehr langer Lebensdauer und sorgen so dafür, dass der Endverbraucher den Inhalt des Etuis während dieser gesamten Zeit angemessen und gut geschützt aufbewahren kann. Darauf sind Etuis von ihrer Konstruktion und Robustheit her ausgerichtet und alle Komponenten – Etui und Inhalt – sind für die gemeinsame Verwendung bestimmt.

Dahlinger weiter: „Das Zentralregister verweist bei Schmuck und Uhren auf eine nur zeitweise Umhüllung und den Gebrauch von alternativen Aufbewahrungsmöglichkeiten wie Schublade und Schmuckkästchen. Das sehen wir, welche die Schmuck & Uhren-Branche seit vielen Jahrzehnten bedienen und uns mit den Verbrauchergewohnheiten befassen, anders. Aus Gesprächen mit Juwelieren und Verbrauchern wissen wir, dass unsere Etuis zumeist bei den Produkten bleiben und die Alternativen wie Schmuckkästchen und Schublade deutlich die Minderheit bilden. Alle unsere Etuis sind aus hochwertig überzogenen Hartkartonagen, überzogenen Recyclingkunststoff- oder MDF-Körpern hergestellt, teilweise auch aus oder mit Echtleder oder Echtholz oder Kombinationen davon.

Diese Produkte sind von ihrer Machart für eine lange Lebensdauer ausgelegt.“

Nicht nachvollziehen können wir die Bewertung der Etuis durch die Zentrale Stelle anhand ihrer Produktbestimmung bzw. ihres Produktwertes. Unter den Anwendungsbeispielen finden wir „Leder-Schmuckrolle oder Zierschmuckkästchen, die in der Form auch ohne Schmuck zu dessen Aufbewahrung veräußert werden“ und deshalb nicht als Verpackung gelten. Andererseits zählen „Schmuckkästchen oder -säckchen aus Pappe/Pappe-Textil/Kunststoff/Textil im Wert unterhalb des enthaltenen Schmucks“ als Verpackungen. Mit dieser Argumentation werden billige Blisterverpackungen für Modeschmuck auf die gleiche Stufe gestellt wie edle Etuis für kostbaren Schmuck und teure Uhren, nur weil bei beiden der Wert der Hülle unter dem Wert des Inhalts liegt!

Bernd Dahlinger resümiert: „Wert ist keine objektive Messgröße, sondern abhängig von der Lebenssituation eines einzelnen Verbrauchers. Jedoch sind Wertigkeit und Langlebig-

keit Bestandteil der Produktkonzeption jedes unserer Etuis, um Schmuck oder Uhr lebenslang einen Schutz zu bieten. Unsere Etuis haben einen Wert und sind zugleich lebenslanger Begleiter der Schmuckstücke und sie sind nach unserer Meinung und der der Juweliere keine Verpackungen, welche von den Kunden achtlos und vorzeitig entsorgt werden.“

Unser Fazit: ■ Leider gibt es immer noch keine Klarheit zur Einordnung hochwertiger Etuis ■ Dass in den Augen der Zentralen Stelle Kartons für Gesellschaftsspiele keine Verpackung sind, edle Etuis aber dazugehören, weil Schmuck und Uhren „ohne Umhüllung gebraucht“ werden, können wir nicht nachvollziehen ■ An diesem Urteil ändert auch die wertsteigernde Wirkung der Originaletuis bei Luxusuhren nichts – anders als bei Münzen, deren Plastikhüllen der Präsentation dienen und deshalb keine Verpackung sind ■ Das komplette Themenpapier der Zentralen Stelle finden Sie auf deren Homepage oder wir schicken es Ihnen zu. Senden Sie dafür eine E-Mail mit dem Stichwort 'Themenpapier' an schmuck@markt-intern.de.

Neue Zeiten – neue Wege: DUGENA kooperiert mit FLUME

Nicht nur der Handel muss sich in diesen Tagen neu sortieren und orientieren, auch die Industrie wird durch die Corona-Situation vor Herausforderungen gestellt wie nie zuvor. „Wir befinden uns in einem permanenten Krisenmanagement“, berichtet uns ein Lieferant aus der Branche kürzlich. Die politischen Bedingungen ändern sich fast täglich, das Konsumentenverhalten möglicherweise sogar langfristig. Auf der einen Seite sind Verbraucher verunsichert, auf der anderen Seite stehen einigen von ihnen sogar mehr finanzielle Mittel zur Verfügung. Doch nicht für jeden Juwelier bedeutet das automatisch mehr Umsatz. Ist der Kunde kauffreudig, aber die Produktion im Ausland angesiedelt, kann dies zusätzliche Komplikationen mit sich bringen. Kurz: Es gilt, immer neue Wege zu finden, um für das eigene Unternehmen das Beste daraus zu machen. Ideal ist es, wenn man seine Partner dabei allerdings 'mitnimmt'.

DUGENA. „Ziel ist eine umfassende, strategisch-kooperative Konzeptentwicklung, um sich im Fachhandel als Vollsortimenter und Allrounder noch breiter aufzustellen.“ Das klingt spannend! Denn bislang ist Flume vor allem für sein breites Angebot an Werkzeugen und Bedarfsartikeln im Bereich Uhren & Schmuck-Technik bekannt.

Allerdings hat die Unternehmensgruppe bereits im letzten Jahr neue Wege eingeschlagen und mit der Aufnahme der **PONTIALIS GmbH & Co. KG** und ihrer Marke 3Dmentionals ihr Produktportfolio im schnell wachsenden 3D-Drucker-Bereich ausgebaut. „Wir planen, unsere B2B-Online-Plattform mit dem kompletten DUGENA-Produktangebot entscheidend zu vergrößern, um unser Portfolio facettenreicher zu gestalten“, erklärt uns **Thomas Krükkert**, Geschäftsführer von Rudolf Flume Technik. „Unsere Kunden werden sich sicherlich über das breite DUGENA-Angebot freuen und DUGENA-Kunden werden an das Flume-Sortiment herangeführt. So können unsere Partner beidseitig zukünftig neue Produktfelder erschließen.“

Wir hören uns auch bei **Simone Groß** zu der Kooperation um. Die Geschäftsführerin der NOVA TEMPORA Uhren und Schmuck GmbH berichtet uns am Telefon: „Gerade in Zeiten wie diesen ist es sinnvoll, seine Netzwerke auszubauen und Synergieeffekte zu nutzen. Durch die Zusammenarbeit profitieren unsere Partner im Fachhandel, da sie eine zusätzliche Option erhalten, über die Flume-Plattform jederzeit



Thomas Krükkert
© Flume

Ein interessantes Beispiel dafür ist die gerade angekündigte verstärkte Kooperation zwischen der für DUGENA verantwortlichen **NOVA TEMPORA Uhren und Schmuck GmbH** in Meisenheim und der Fa. **Rudolf Flume Technik** aus Essen. Aus einer Mitteilung von Seiten Flumes geht hervor, dass sich die Unternehmensgruppe, „darunter die Rudolf Flume Technik GmbH, leistungsstärker im Fachhandel positionieren und dafür mehr Synergien nutzen“ möchte. Dafür setze man auf eine eng verzahnte Zusammenarbeit mit NOVA TEMPORA und der integrierten Uhrenmarke



Simone Groß
© Nova Tempora

auf unser Sortiment zuzugreifen und dort einzukaufen. Flume bietet die technischen Voraussetzungen, während die NOVA TEMPORA eine solche Plattform selbst nicht betreibt. Die Konditionen sind genau wie bei uns, es gibt keine Abweichungen.“

Der DUGENA-Außendienst soll laut Groß wie bisher ansprechbar sein. Im Falle von Neukunden werde auch wie gewohnt geprüft, ob durch eine Aufnahme kein Gebietschutz verletzt wird. „Tatsächlich haben wir schon vorher ca. 20 bis 30 Modelle bei Flume angeboten“, wirft die Mar-

kenverantwortliche ein. „Nun aber zeigen wir das ganze Sortiment.“ Ein schöner Nebeneffekt für die eigenen Kunden sei, dass Flume eine gute Auswahl an Lederbändern bietet, während DUGENA derzeit nur Austauschbänder im Programm hat. „Wir wollen uns mit unseren Partnern gut für die Zukunft aufstellen“, fasst die Geschäftsführerin den Hintergrund der neuen Kooperation zusammen und kündigt an, im nächsten Frühjahr das eigene Produktsortiment außerdem zu erweitern. Wir sind gespannt, welche Neuheiten dann hinzukommen!

Wichtige Meldungen für Unternehmer aus der 'mi'-Schatzkiste

Rauschmayer: „Besondere Maßnahmen zu besonderen Zeiten“ Auch wenn Juweliere sich freuen, dass ihre Geschäfte während des 'Lockdown Light' geöffnet bleiben können, findet dies unter erschwerten Bedingungen statt. In dieser Ausnahmesituation ist es daher besonders wichtig, treue Partner an seiner Seite zu haben. Trauringspezialist **Rauschmayer** wendet sich daher aktuell mit einem Ratgeber an seine Juweliere, der unterstützende Tipps und Maßnahmen inklusive eines Media-Kits enthält. „Neue Zeiten erfordern eine neue Denkweise und Begriffe wie 'Digital', 'Online', 'Neue Medien' und 'Omnichannel' gewinnen einen völlig neuen Stellenwert. Was alle diese Dinge verbindet und letztendlich das Schlüsselwort in dieser Krise ist, ist 'Kommunikation'. Wir suchen den Dialog zu unseren Kunden und möchten sie bestmöglich unterstützen, denn unseren Erfolg verdanken wir ausschließlich unseren starken Juwelierpartnern vor Ort. Dabei verlieren wir unser Ziel nicht aus den



Chris Roy Rauschmayer
© Rauschmayer

Augen: Mit der Marke RAUSCHMAYER Vertrauen und Orientierung zu schaffen! Denn ein starkes Produkt allein reicht in Zeiten von Krisen und Unsicherheit leider nicht mehr aus“, kommentiert Geschäftsführer **Chris Roy Rauschmayer** die Aktion. In dem Guide werden folgende Punkte empfohlen und erläutert: ■ Terminvereinbarung zur individuellen Kundenbetreuung ■ Social-Media-Präsenz zur Kundenbindung ■ Online-Schaufenster auf der eigenen Website ■ Rauschmayer-Bildmaterial für Social-Media-Kanäle wie auch Website ■ Individueller 3D-Designer (gilt nur für Juwelier-Partner, die mit dem Lovebook oder dem Rauschmayer 3D-Laden arbeiten und dafür freigeschaltet wurden). Eine Schritt-für-Schritt-Erklärung zur Nutzung des Media-Kits sowie alle ausführlichen Ratschläge sind unter dem Fachhändler-Login auf www.rauschmayer.com abrufbar.

Jahressieger Uhren über 500€ UVP: Statement zu Platz 1 **Stephanie Söhnle**, Geschäftsführerin der **Bruno Söhnle GmbH**, reagiert auf unsere Nachricht vom erneuten Sieg bei der Jahressieger-Umfrage in der Kategorie Armbanduhren über 500€ UVP: „Wir freuen uns sehr über diese Auszeichnung, welche uns durch unsere Partner zugestanden wurde! Dass wir diese Auszeichnung in unserem kleinen Jubi-

läumsjahr 20 Jahre Bruno Söhnle erhalten, ist für uns eine ganz besonders große Freude! Partnerschaft war und ist für unser Haus mehr als eine Vokabel, bedeutet sie doch in erster Linie Zuverlässigkeit – und dies auf allen Gebieten: Treue zu unseren Partnern, Servicekompetenz und stetig zu überprüfende und zu entwickelnde Qualität. Denn allein das Wort 'Made in Glashütte' implementiert einen höheren Qualitätsanspruch als nur bei 'Made in Germany' üblich. Dies unseren Partnern auch künftig zu einem erschwinglichen Preis bei stetiger Qualität anbieten zu können, ist für uns Herausforderung und Verpflichtung zugleich. Wir bedanken uns herzlich für Ihr Votum und Ihr Vertrauen.“

CLARITY & SUCCESS und ROQQIO fusionieren In der Uhren & Schmuck-Branche ist die **CLARITY & SUCCESS GmbH**, die auf die Entwicklung, den Verkauf und die Implementierung von Point-of-Sale-Systemen und Lagerverwaltungssoftware spezialisiert ist, eine bekannte Größe. Die Software managt beispielsweise den Verkauf von Uhren und Schmuck sowie den Ankauf von Gold und Edelmetallen. Die **ROQQIO Commerce Cloud** soll diese erfolgreichen Aktivitäten ab sofort um E-Commerce- und Omnichannel-Kompetenz ergänzen. Durch den Zusammenschluss der Handelssoftware-Spezialisten entstehe eines der führenden unabhängigen Softwareunternehmen für den Einzelhandel, mit 250 Mitarbeitern und einem konsolidierten Gesamt-Jahresumsatz von über 25 Mio.€, heißt es laut Unternehmensmitteilung. **Dirk De Beer**, frisch ernannter CEO der Gruppe, freut sich: „Durch den Zusammenschluss der beiden in ihren Bereichen sehr erfolgreichen Unternehmen bekommen wir die Größe, das Produktportfolio sowie die Verkaufs- und Servicefähigkeiten, um im Retail-Business auch in der Zukunft wettbewerbsfähig und erfolgreich zu sein. Mit innovativen Omnichannel- und E-Commerce-Lösungen können wir zukünftig noch besser und schneller auf die steigenden Digitalisierungsbedürfnisse unserer Kunden reagieren und gleichzeitig unsere verschiedenen Kundensegmente durch ein erweitertes Produktportfolio unterstützen.“

Digitale Watches & Wonders 2021 Die Genfer Uhrenmesse Watches & Wonders wird im kommenden Jahr rein digital stattfinden. Im Rahmen dieser Mitteilung aus der Schweiz werden weitere Details der **SIHH**-Nachfolgeveranstaltung kommuniziert: ■ Die **Ex-Baselworld**-Aussteller **Rolex, Tudor, Patek Philippe, Chopard** und **Chanel**, die

eigentlich eine eigene Veranstaltung angekündigt hatten, werden eingebunden ■ Erstmals wird mit dem Zeitraum 7. bis 13. April 2021 ein konkretes Datum genannt, das nun für die digitale Messe gilt. Diese Pläne haben wahrscheinlich auch Folgen für die **HourUniverse**, die parallel zur Genfer Messe stattfinden soll und von den dorthin reisenden internationalen Besuchern profitieren will. Wenn die Pandemie keine weite-

ren Absagen bringt, zeigt der Messekalender für das kommende Frühjahr diese Präsenzveranstaltungen: **Vicenzaoro** (verschoben vom Januar auf 12. bis 16. März), **Inhorgenta Munich** (verschoben vom Februar auf 15. bis 19. April) und die Edelsteinmesse **GemGenève**, die normalerweise Anfang Mai stattfindet. Die letzte große Vor-Ort-Uhrenmesse in der Schweiz erlebte die Branche im März 2019.

Branchen-Neuigkeiten unter dem Uhren & Schmuck-Mikroskop

Hochzeiten im August 2020 Im August haben sich 49.311 Paare das Ja-Wort gegeben. In der Summe der ersten acht Monate liegt das laufende Jahr deutlich hinter den Vorjahren zurück: Für 2020 errechnen wir auf Basis der Zahlen des **Statistischen Bundesamtes**/Wiesbaden 232.882 Eheschließungen, 2019 waren es im gleichen Zeitraum 267.002. Welche Bilanz ziehen Sie für den Trauring-Verkauf?

Gute-Laune-Neuheiten von Calypso Watches Die **Festina Group** präsentiert mit ihren aktuellen Trendmodellen von Calypso zahlreiche 'Junior'-Motive – vom Einhorn bis zum Fußball – und knallige Farben für die Kleinen, eine vielfältige 'Action'-Auswahl an Analog-, Anadigi- und Digitaluhren sowie eine 'Cool'-Collection, die modische Digitaluhren mit kleinen und großen Durchmesser, eckigen und runden Formen, knalligen und gedeckten Farben bis hin zu den Calypso-Smartwatches, vereint. Mehr zu den Neuheiten finden Sie unter www.festinagroup.de.

Falscher Polizist ergaunert 30.000€ In Elmshorn hat ein falscher Polizist eine Seniorin um teure Wertgegenstände gebracht. Nach einem Anruf bei der 77 Jahre alten Frau, bei dem man sie getarnt als Polizist und Staatsanwalt aufforderte, ihre Wertgegenstände an einem Treffpunkt auszuhändigen, folgte die Dame den Anweisungen und übergab Uhren, Schmuck und Münzen im Wert von mindestens 30.000€. Laut Polizei hat sich die Tat am Montag, 16. November,

ereignet. Insgesamt hat es elf weitere Versuche in Elmshorn gegeben, bei denen ein falscher Polizist versuchte zu betrügen. In diesen Fällen ist es ihm aber nicht gelungen. Die Kriminalpolizei Elmshorn sucht Zeugen und nimmt unter Tel. 04121 8030 Hinweise entgegen.

CHRIST-Flagshipstore-Neueröffnung Der neue Berliner CHRIST-Store am Ku'damm soll Teil der Stärkung des stationären Geschäftes sein. Laut Unternehmen wurde in den letzten Wochen eine siebenstellige Summe in Umbau und Modernisierung von 30 Filialen investiert, um sich schon jetzt auf die Zeit nach Corona vorzubereiten. „Das Filialnetz wird auch weiter hohe Relevanz im direkten Kundenerlebnis haben“, erklärt CHRIST-Geschäftsführer **Olaf Schepers**.

Neues 'Schmuckstück' tritt der Diadoro-Verbundgruppe bei Gerade in nicht ganz einfachen Zeiten kann es für Juweliere sinnvoll sein, die Vorteile einer Verbundgruppe zu nutzen. So hat sich auch das Uhren & Schmuck-Fachgeschäft **Schmuckstück Chemnitz** in der gleichnamigen Stadt in Sachsen der Diadoro-Gruppe angeschlossen. Die **DIACONNEX Consulting GmbH** im österreichischen St. Florian meldet uns, dass es sich um das erste Mitglied seit Einführung des 5-Phasen-Modells im Frühjahr dieses Jahres handelt. Mehr zu den Vorteilen, von denen Sie als Diadoro-Mitglied profitieren können, erfahren Sie unter www.diadoro.de.

Eine besinnliche Vorweihnachtszeit wünschen Ihnen Ihre Chefredakteurinnen



M. Schlößer
Dipl.-Ing. Monika Schlößer



Sandra Kinder
Sandra Kinder, M.A.

Unterhalten sich zwei Kerzen: „Ist Wasser eigentlich gefährlich?“ – „Davon kannst du ausgehen.“

markt intern und **III**DIREKT – volle Leistung für Abonnenten!

Europas größte Brancheninformationsbrief-Verlagsgruppe kämpft für den Erhalt und die Stärkung des deutschen Mittelstandes. Nutzen Sie deshalb unsere umfangreichen Zusatzangebote durch den Bezug eines unserer klassischen Print-Briefe inkl. Digitalversion und Online-Zugang oder der rein digitalen Variante. Sie sind noch kein Abonnent? Informationen zu den Möglichkeiten (bei jährlicher Berechnung mit 15 % Nachlass, beim Bezug mehrerer Briefe mit weiteren 40 % Nachlass) und Urheberrechten finden Sie unter www.markt-intern.de. – Im **markt intern** Verlag erscheinen zumeist wöchentlich:

Steuern & Mittelstand:

- arbeitgeber intern
- GmbH intern
- Ihr Steuerberater
- immobilien intern
- Mittelstand
- steuerberater intern
- steuertip
- umsatzsteuer intern

Gesundheit & Freizeit:

- Apotheke/Pharmazie
- Augenoptik/Optomietrie
- Hörgeräteakustik
- in motion – Sport- plus Schuh-Handel
- Parfümerie/Kosmetik
- Spielwaren/Modellbau/Kreativ

Technik & Lifestyle:

- Automarkt & Tankstelle
- Büro-Fachhandel
- Consumer Electronics
- Elektro-Fachhandel
- Foto-Fachhandel & -Studio
- Uhren & Schmuck

Bauen & Wohnen:

- Eisenwaren/Werkzeuge/Garten
- Elektro-Installation
- Installation Sanitär/Heizung
- Möbel-Fachhandel

International:

- EXCLUSIV (Schweiz)

Im **kapital-markt intern** Verlag erscheinen wöchentlich:

- Bank intern
- finanztip
- kapital-markt intern
- versicherungstip

