

Verbraucherumfrage: Millennials kaufen Schmuck und Uhren bevorzugt beim Fachhändler und weniger Online

Junge Menschen kaufen Schmuck und Uhren bevorzugt beim Fachhändler vor Ort. Beim INHORGENTA MUNICH Trend-Index gaben 44 Prozent der Befragten an, dass sie Schmuck und Uhren am liebsten bei Juwelieren und Uhrenhändlern einkaufen, gefolgt von Kaufhäusern als Bezugsquelle. Erst auf dem dritten Platz folgen Online-Shops der Händler sowie auf Rang vier die der Hersteller. Klaus Dittrich, der Vorsitzende der Geschäftsführung der Messe München fasst das Ergebnis zusammen:

Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München; *die INHORGENTA hat rund 1.000 Menschen, die um die Jahrhundertwende geboren sind, befragt. 44 Prozent der befragten Frauen und Männer zwischen 18 und 35 Jahren gaben an, Schmuck und Uhren bevorzugt bei Juwelieren und Uhrenhändlern vor Ort einzukaufen. 40 Prozent nennen Kaufhäuser als wichtige Bezugsquelle. Erst auf Platz drei folgen Online-Shops der Händler (38 Prozent) sowie auf Platz vier die Online-Shops der Hersteller (37 Prozent).*

Beim Schmuck- und Uhrenkauf werden junge Menschen offenbar vorsichtig, schließlich geht es um relativ viel Geld. Da ist vor allem die persönliche Beratung sowie das Vertrauen in den Händler sehr wichtig, wie viele der Befragten angaben:

Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München; *Vertrauen ist das A und O, gerade bei teureren Produkten. Die Verfügbarkeit spielt eine Rolle und auch die Beratung, dass man hier Einblick in die Produkte bekommt, hier gibt es viele Themen, wo der Händler vor Ort punkten kann im Gegensatz zum Online-Handel.*

Bei den Befragten liegen vor allem Uhren hoch im Kurs:

Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München; *43 Prozent bevorzugen Uhren. 42 Prozent geben an, dass sie ihre Ausgaben für Schmuck steigern wollen. Männer bevorzugen klassische Armbanduhren, bei den Frauen steht natürlich der Schmuck an erster Stelle.*

Für den Fachhandel geben die Ergebnisse des INHORGENTA-Trendindex wichtige Impulse, so Dittrich:

Oton Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München; *ich glaube man sollte sich bewusst sein, dass das eine Zielgruppe ist, die gerne beraten werden will. Auch das Geschäft sollte auf junge Menschen ausgerichtet sein, beispielsweise bei der Präsentation der Schaufenster, aber auch durch Online-Aktivitäten, mit denen vom örtlichen Händler diese Zielgruppe bewusst angesprochen werden könnte.*

Das sind auch Themen auf der INHORGENTA MUNICH, der internationalen Fachmesse für Uhren, Juwelen, Schmuck und Edelsteine. Die Umfrage wurde im Vorfeld der jährlichen Messe durchgeführt, die vom 22. bis 25. Februar 2019 wieder Aussteller und Besucher aus aller Welt auf das Münchner Messegelände zieht. Neben den Neuheiten geht es vor allem

um den gegenseitigen Austausch. Darüber hinaus wird ein attraktives Vortrags-Programm angeboten. Hier berichten internationale Experten über Trends, Entwicklungen und Potenziale in der Branche.