



**Vlaanderen**  
is internationaal  
ondernemen



# DE JUWELENMARKT IN DUITSLAND

FLANDERS INVESTMENT & TRADE MARKTSTUDIE



# Juwelenmarkt in Duitsland

September 2023



Flanders Investment & Trade  
Wirtschafts- und Handelsvertretung Flanderns  
Kienestraße 33  
D - 70174 Stuttgart  
[stuttgart@fitagency.com](mailto:stuttgart@fitagency.com)

# Inhoud

Definitie en omvang van de markt.....	3
Evolutie van de markt.....	5
Distributie.....	7
De Duitse consument .....	9
Trends in de juwelenindustrie.....	13
Contacten .....	15
Beurzen.....	17
Publicaties - Gericht op professionelen .....	20
Publicaties - Gericht op eindconsumenten .....	20
Bronnen .....	21
Disclaimer .....	23

## Definitie en omvang van de markt

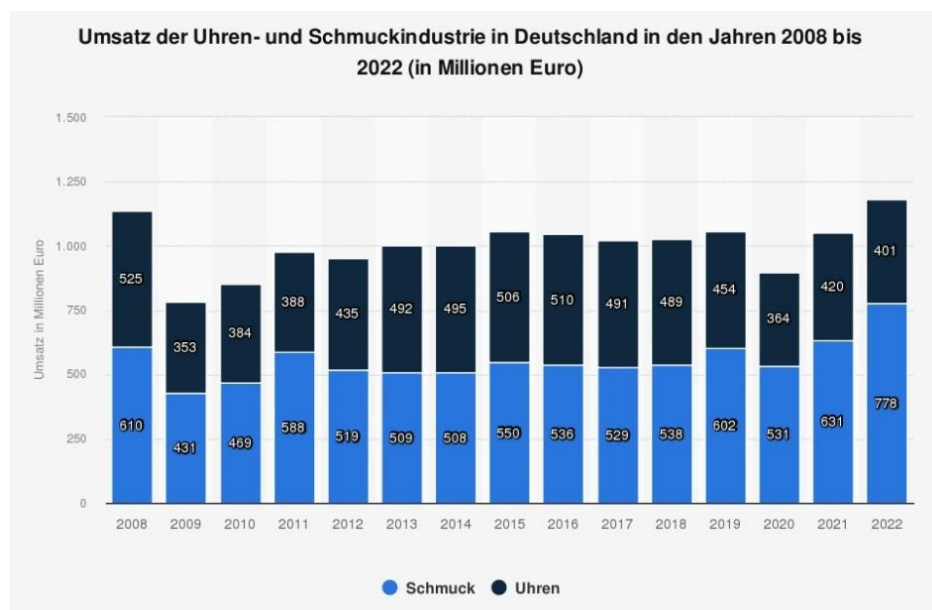
Duitsland is gekend als een land met een van de sterkste economieën in Europa. Verschillende sectoren zijn in het land van belang. Zowel de auto-industrie, de machinebouw als de voedingsindustrie, en zelfs de juwelenindustrie doen het goed.

In deze studie focussen we op de juwelenmarkt in Duitsland. We zoomen in op de evolutie van de markt, de typische Duitse consument, mogelijke trends voor de toekomst en interessante beurzen en contactgegevens.

Het hoofddoel van deze studie is om Vlaamse juwelenproducenten of bedrijven die actief zijn in deze sector te informeren over de mogelijkheden op de Duitse markt.

De markt voor sieraden is vrij groot in Duitsland. In onderstaande grafiek zien we de omzet voor de juwelen- en uurwerkenmarkt in Duitsland. Het is duidelijk te zien dat juwelen het beter doen dan uurwerken. In 2008 kende de markt een hoogtepunt, met een omzet van 1.135 miljoen euro. Het jaar daarna was er een sterke daling, maar sinds 2013 is de Duitse markt vrij stabiel gebleven. We verwachten dan ook dat dit zo blijft tijdens de komende jaren.

**Figuur 1**<sup>1</sup>



Duitsland zelf heeft een aantal heel grote juwelenproducenten. De bekendste Duitse merken zijn Wellendorff, die vandaag de dag nog altijd zijn hoofdzetel in Pforzheim heeft, alsook Meissen, dat naast bekend producent van porselein, ook gekend is als juweelontwerper. Daarnaast verdienen

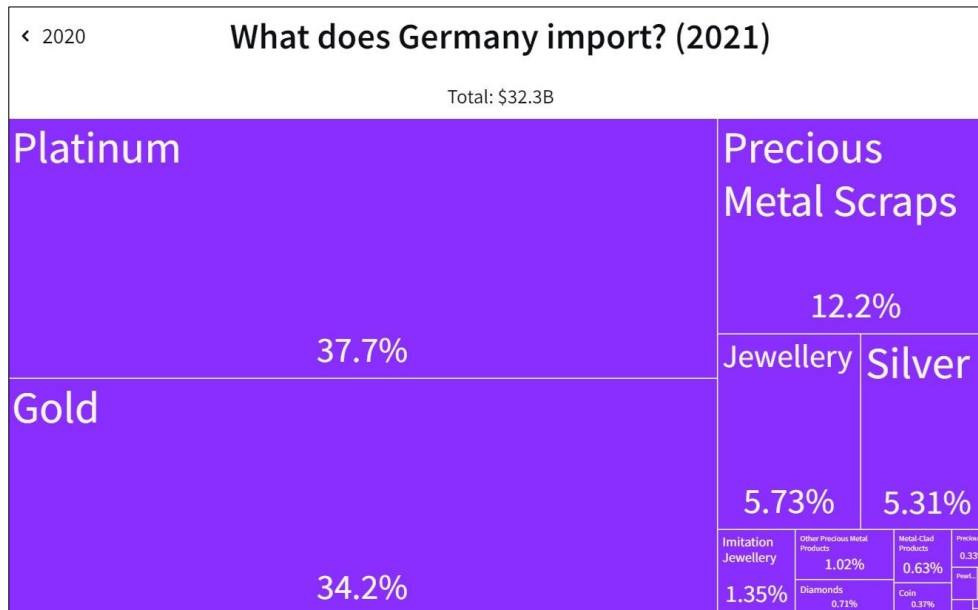
<sup>1</sup> Figuur 1: Statistisches Bundesamt; BV Schmuck + Uhren – gepubliceerd door BV Schmuck + Uhren, geciteerd naar <https://de.statista.com/> - <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/155110/umfrage/gesamtjahresumsatz-der-schmuck-und-uhrenindustrie-in-deutschland-seit-2008/>, opgevraagd 20.07.2023

Omzet van de horloge- en juwelenindustrie in Duitsland in de jaren 2008 tot 2022(in miljoen euro), Statista, 2023

de merken Atelier Zobel, Schreiner fine jewellery, Selected Jewels en CADA het ook om hier vernoemd te worden.

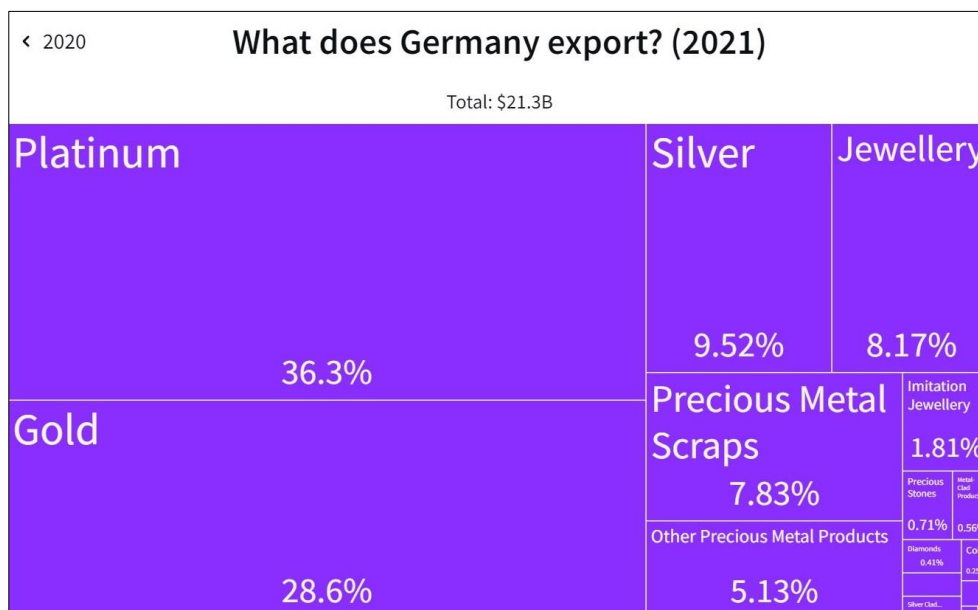
Hoewel Duitsland zelf enkele grote producenten heeft van juwelen, importeert het land ook jaarlijks een grote hoeveelheid sieraden. Hieronder vindt u de import- en exportgegevens van Duitsland voor het hoofdstuk 92 uit de geharmoniseerde douanenomenclatuur (HS92).

**Figuur 2**



Bron: OEC - [https://oec.world/en/visualize/tree\\_map/hs92/import/deu/all/show/2021/](https://oec.world/en/visualize/tree_map/hs92/import/deu/all/show/2021/) - opgevraagd 20.07.2023

**Figuur 3**



Bron: OEC [https://oec.world/en/visualize/tree\\_map/hs92/export/deu/all/show/2021/](https://oec.world/en/visualize/tree_map/hs92/export/deu/all/show/2021/) - opgevraagd 20.07.2023

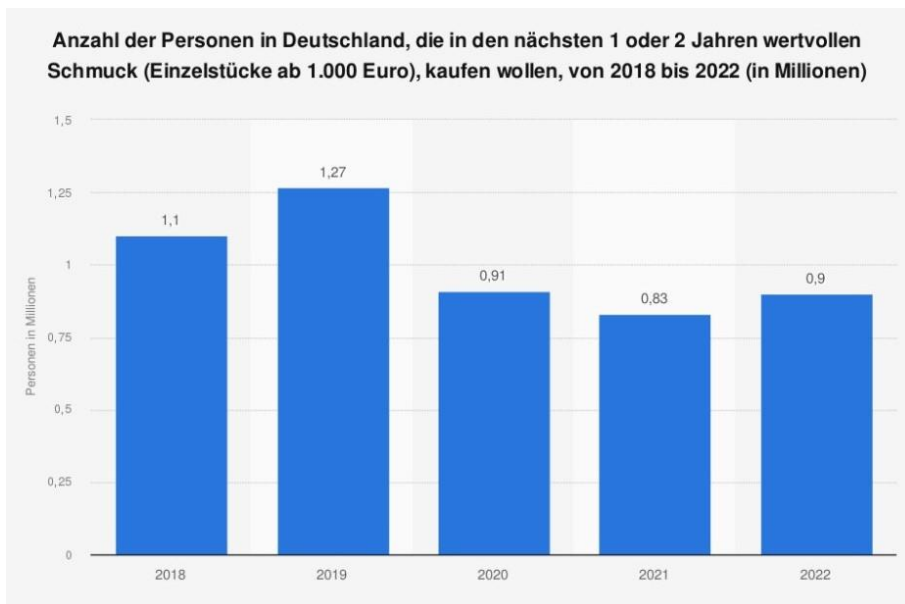
## Evolutie van de markt

Als we kijken naar de evolutie van de juwelenmarkt, dan zien we dat die tot 2019 in positieve zin evolueert. Vanaf 2020 wordt een dalende trend ingezet.

De onderstaande grafiek geeft het aantal Duitsers weer dat de komende jaren in waardevolle juwelen wil investeren. Als hypothese heeft men aangenomen dat één waardevol juweel ongeveer 1000 euro kost.

In 2022 waren er van de Duitstalige bevolking van 14 jaar en ouder, op het ogenblik van het onderzoek, ongeveer 0,9 miljoen mensen die van plan waren om in de komende 1 tot 2 jaar waardevolle sieraden te kopen (losse items vanaf 1.000 euro).

**Figuur 4**<sup>2</sup>



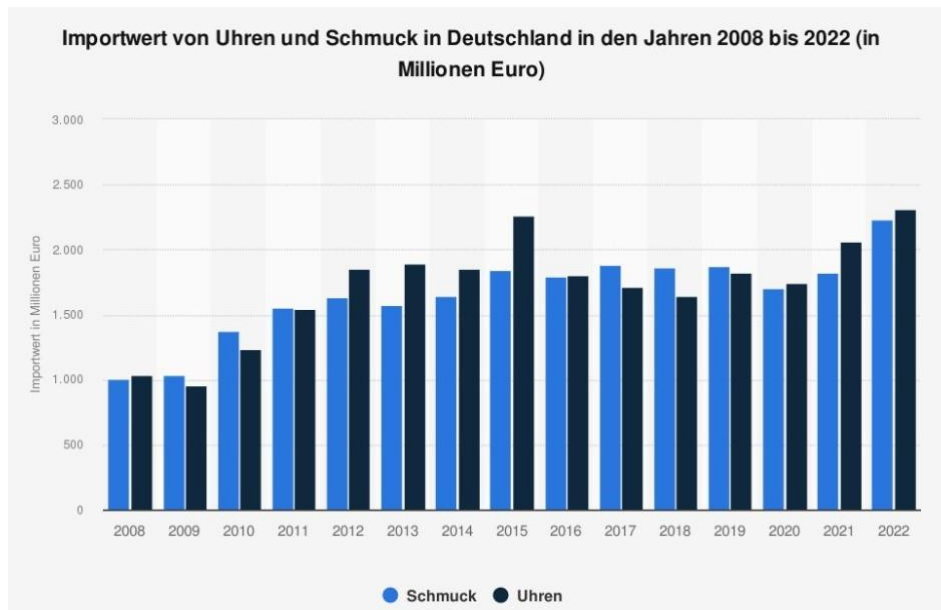
---

<sup>2</sup> Figuur 4: Institut für Demoskopie Allensbach - gepubliceerd door Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse - AWA 2022 - geciteerd naar <https://de.statista.com/> - <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/269921/umfrage/wertvoller-schmuck-kaufabsicht-in-deutschland/> - opgevraagd 20.07.2023

Aantal mensen in Duitsland dat van plan is om waardevolle sieraden (losse stukken van 1.000 euro) te kopen, de komende 1 of 2 jaar, van 2018 tot 2022 (in miljoenen), Statista, 2023



**Figuur 5<sup>3</sup>**



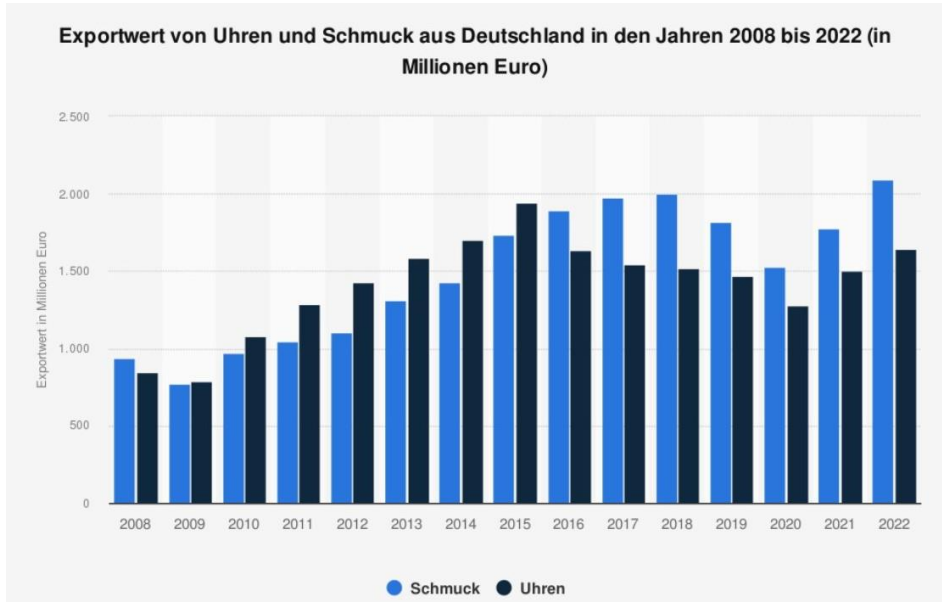
In figuur 5 zien we de evolutie van de import van juwelen.

De grafiek geeft cijfers weer van 2008 tot en met 2022. In 2022 bereikte de importwaarde aan juwelen (lichtblauw) opnieuw een hoogtepunt en werd er voor ongeveer 2,2 miljard euro aan juwelen geïmporteerd in Duitsland.

<sup>3</sup> Figuur 5: Statistisches Bundesamt - gepubliceerd door de Statistisches Bundesamt - geciteerd naar <https://de.statista.com> - <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/276513/umfrage/importwert-von-uhren-und-schmuck-nach-deutschland/> - opgevraagd 20.07.2023

Onderstaande grafiek vat de evolutie van de Duitse exportwaarde van juwelen (lichtblauw) samen. De export kende, na een daling in 2019 en 2020, een continue stijging. De exportwaarde van juwelen bedroeg in 2022 ongeveer 2,1 miljard eur.

**Figuur 6**<sup>4</sup>



## Distributie

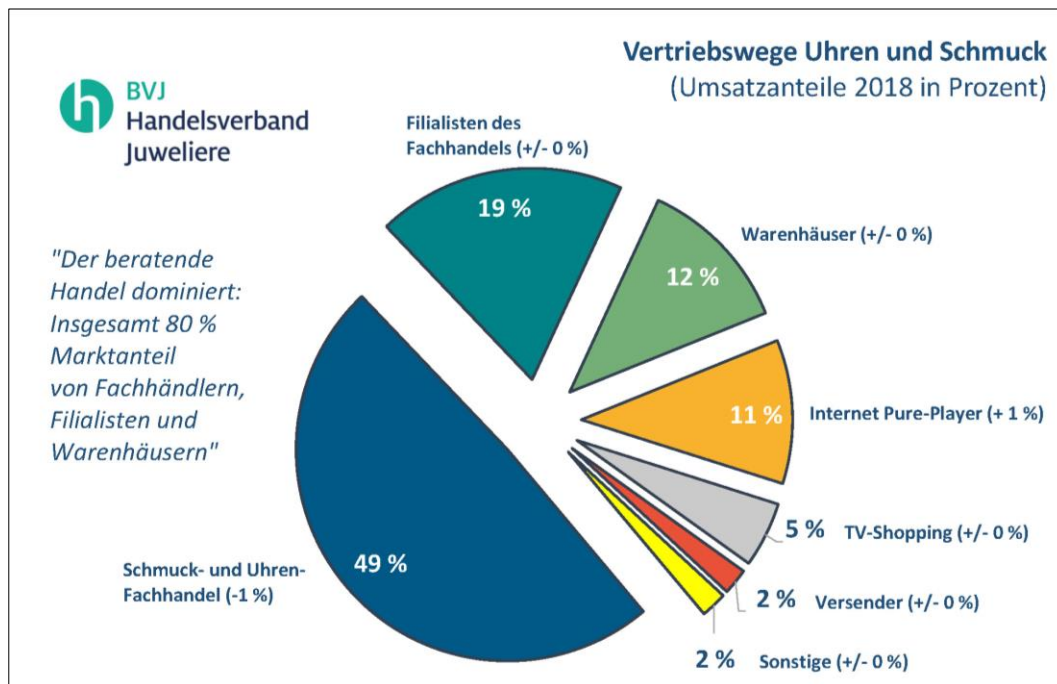
Onderstaand diagram toont de verdeling van de verkoop van horloges en juwelen per verkoopkanaal in Duitsland in 2018.

Een groot deel van de verkoop gebeurt nog steeds via offline kanalen, voornamelijk speciaalzaken. De meeste consumenten hebben nog steeds meer vertrouwen in de kennis van vakmensen. Hoe dan ook, de verkoop in filialen en warenhuizen doen het ook niet slecht. Ook hier heeft de consument rechtstreeks contact met de verkoper, wat het vertrouwen versterkt. Online kanalen of onrechtstreekse kanalen zijn minder populair.

<sup>4</sup> Figuur 6: Statistisches Bundesamt - gepubliceerd door de Statistisches Bundesamt - geciteerd naar <https://de.statista.com> - <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/155111/umfrage/ausfuhrwert-der-schmuck-und-uhrenindustrie-in-deutschland/> - opgevraagd 20.07.2023



Figuur 7 <sup>5</sup>



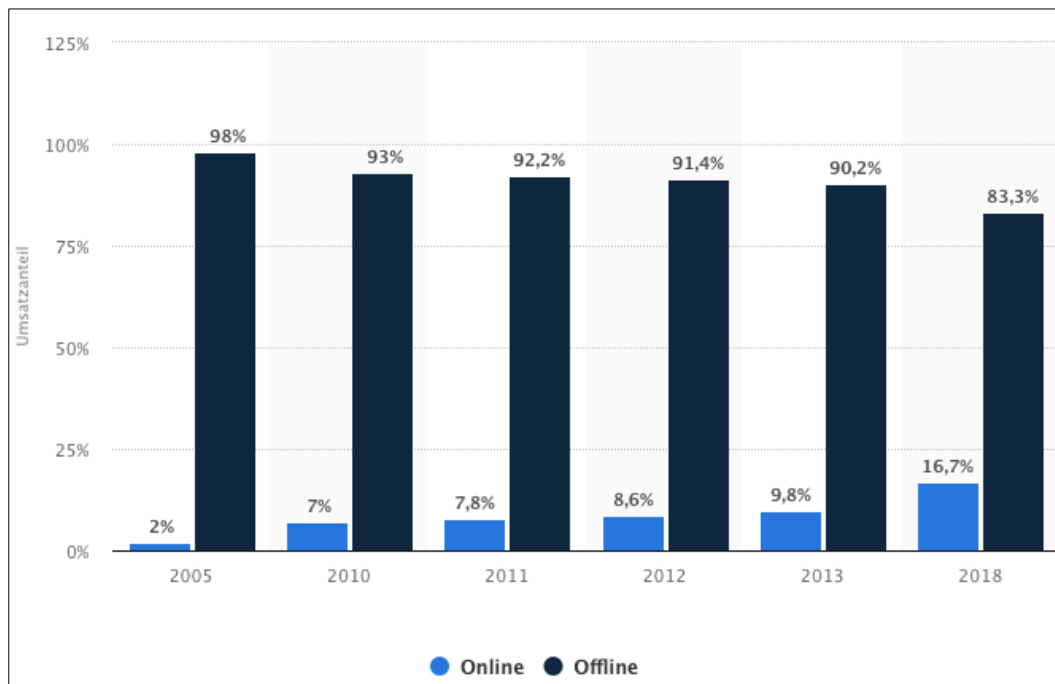
Ook al is de onlineverkoop niet zo geliefd bij de aankoop van juwelen en uurwerken, toch zien we dat het aantal onlineaankopen, door de jaren heen, stijgt.

Onderstaande grafiek toont de verdeling van de verkoop in de horloge- en juweliersbranche naar verkoopkanaal in Duitsland van 2005 tot 2018. In 2005 genereerde deze branche gemiddeld ongeveer twee procent van de omzet online; in 2018 steeg dit aandeel tot meer dan acht keer dit bedrag.

<sup>5</sup> Figuur 7: BVJ Handelsverband Juweliere

[www.bv-juweliere.de/images/Presse/Pressegrafiken/2018/BVJ\\_Vertriebswege\\_2018.jpg](http://www.bv-juweliere.de/images/Presse/Pressegrafiken/2018/BVJ_Vertriebswege_2018.jpg) - opgevraagd 20.07.2023

Figuur 8<sup>6</sup>



## De Duitse consument

Als we de Duitse consument bestuderen, komen we tot duidelijke inzichten:

- Het algemene consumentenprofiel van een gemiddelde Duitser is dat deze persoon goed op de hoogte is van allerlei zaken zoals de prijs of speciale aanbiedingen.
- Hij of zij zal dan ook prijzen en andere zaken vergelijken vooraleer de aankoop doorgaat. Hiervoor zal hij/zij verschillende winkels of zaken bezoeken. Vervolgens houdt hij/zij ook rekening met andere zaken zoals: veiligheid en kwaliteit, prestige, comfort, handigheid.
- Duitsers zijn fier op hun cultuur en hun taal, dus appreciëren ze het dat er Duits met hen gesproken wordt.

### Bekendheid sieradenmerken

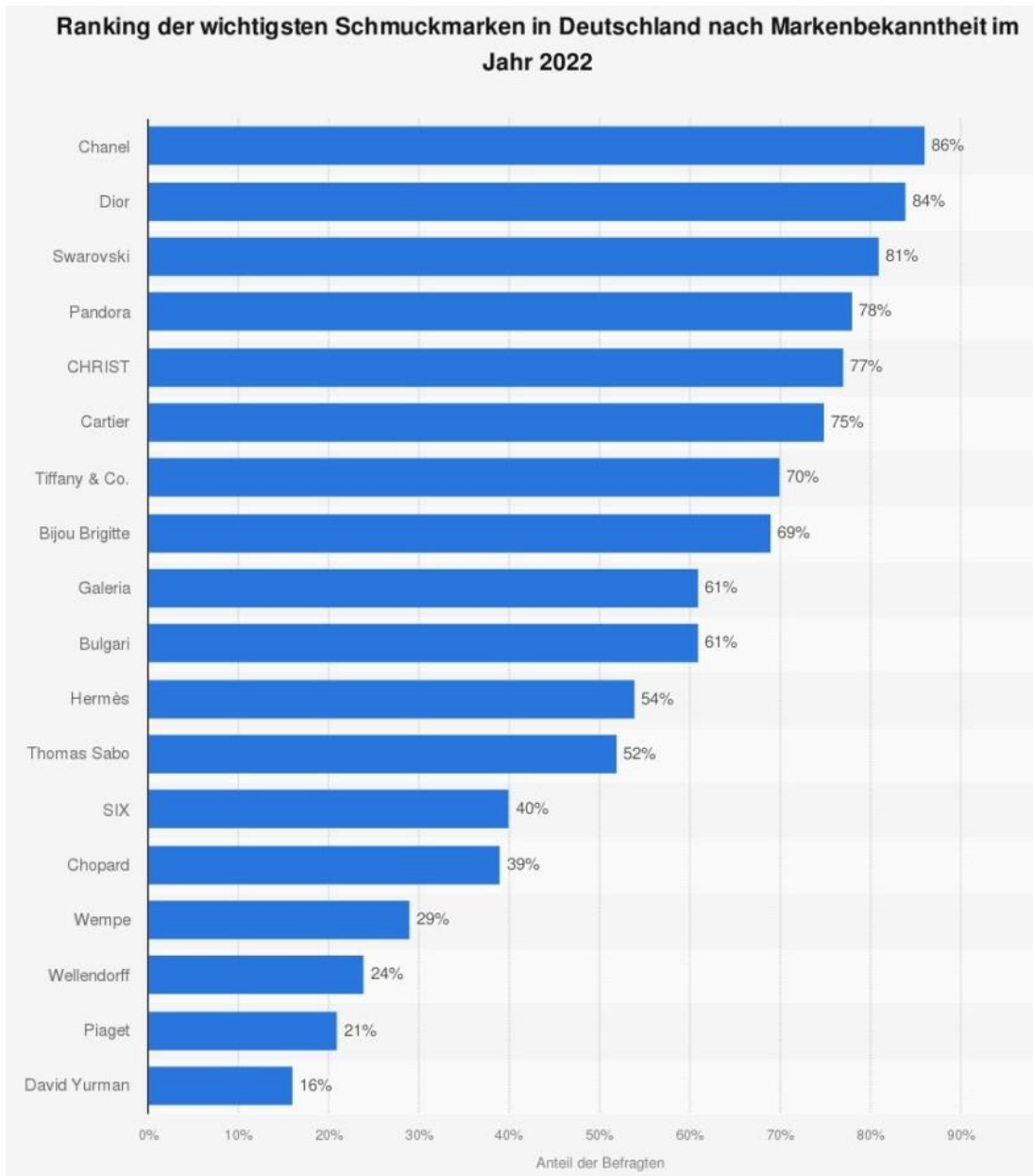
Als we dan kijken naar de aankoop van sieraden bij Duitsers, zien we ook enkele duidelijke kenmerken.

Juwelen brengen **emotionele waarde** met zich mee. Uit onderzoek van de beurs 'Inhorgenta' in München, blijkt dat 61% van de Duitsers, 64% vrouwen alsook 58% van de mannen, juwelen aankopen bij een emotionele gelegenheid, zoals Valentijn, huwelijksverjaardag, ...

<sup>6</sup> Figuur 8: Institut für Handelsforschung - gepubliceerd door Markenartikel Magazin - geciteerd naar <https://de.statista.com> - <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/383187/umfrage/umsatzverteilung-im-handel-mit-uhren-und-schmuck-in-deutschland-nach-vertriebskanal/> - opgevraagd dd. 20.07.2023

Een van de bekendste sieradenmerken in Duitsland is Swarovski (81%), dat wereldwijd bekend staat om zijn geslepen kristallen stenen. De bekendste juwelenmerken onder Duitse consumenten zijn echter de twee Franse merken Chanel (86%) en Dior (84%). De Deense sieradenfabrikant Pandora (78%) en de Duitse sieradenketen CHRIST (77%) volgen op de vierde en vijfde plaats. Dit is het resultaat van een bevraging van Statista in 2022. Voor dit onderzoek werd de merkbekendheid onderzocht met behulp van het concept van merkherkenning, waarbij respondenten zowel het merklogo als de geschreven merknaam te zien kregen.

**Figuur 9**<sup>7</sup>



<sup>7</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1348838/umfrage/bekannteste-schmuckmarken-in-deutschland/> - opgevraagd dd. 20.07.2023

## Vraag naar goud

De wereldwijde vraag naar goud is gestegen en bedroeg in 2022, 4.741 ton. In vergelijking met het jaar ervoor, betekent dit een duidelijke toename met 18%. Deze cijfers werden eind januari 2023 vrijgegeven door de World Gold Council (WGC).

De ineenstorting van de vraag in 2020, toen de coronapandemie de wereld stevig in haar greep had, is ook duidelijk zichtbaar in onderstaande grafiek:

**Figuur 10**<sup>8</sup>



Maar wie koopt wereldwijd het meeste goud? Het zijn uiteraard de dichtstbevolkte landen China en India die wereldwijd de grootste vraag naar goud genereren. Maar in termen van aankopen per hoofd van de bevolking waren in 2021 andere landen koplopers. Deze gegevens zijn te zien in het nieuwste marktrapport van de World Gold Council ([WGC](https://www.gold.org)) voor het hele jaar 2021. Duitsland staat toch nog in de top 5.

**Duitsland** staat op de 5e plaats. In 2021 verwierven beleggers in Duitsland 2,1 gram goud per hoofd van de bevolking, wat een recordjaar was. Want met 161,6 ton beleggingsgoud kochten Duitse beleggers meer edelmetaal dan ooit tevoren sinds het WGC begon met het bijhouden van de cijfers.

Op de vierde plaats volgt **Hong Kong** met een vraag per hoofd van de bevolking van 3,3 gram voor 2021. Vorig jaar vroeg Hong Kong slechts 2,8 ton voor investeringsdoeleinden.

<sup>8</sup> Figuur 10: World Gold Council - [www.gold.de/goldnachfrage/](https://www.gold.de/goldnachfrage/) - opgevraagd 20.07.2023

De Top 3 wordt ingevuld door respectievelijk **Koeweit**, waar 3,5 gram goud per inwoner werd verkocht, de **Verenigde Arabische Emiraten** die vorig jaar 7,7 ton goud “verbruikten” (of 4,4 gram goud per hoofd van de bevolking) en **Zwitserland** dat met 5,1 gram per inwoner de internationale koploper is.

**Figuur 11**<sup>9</sup>

Consumer demand per capita in selected countries (grams)					
	2010	2015	2019	2020	2021
1 Switzerland	11,2	6,1	3,5	5,0	5,1
2 UAE	9,3	6,7	4,1	2,9	4,4
3 Kuwait	2,9	3,9	3,3	2,8	3,5
4 Hong Kong SAR	3,4	7,2	5,3	2,4	3,3
5 Germany	1,7	1,5	1,2	2,0	2,1
6 Singapore	1,9	3,3	2,6	1,7	2,0
7 Austria	1,6	1,4	0,7	1,3	1,3
8 Saudi Arabia	3,1	2,7	1,3	0,9	1,2
9 Turkey	1,5	0,9	1,1	1,8	1,1
10 United States	0,7	0,6	0,5	0,6	0,8
11 Korea, Republic of	0,4	0,9	0,8	0,7	0,8
12 Canada	0,6	0,5	0,5	0,5	0,7
13 China, P.R.: Mainland	0,5	0,7	0,6	0,4	0,7
14 Islamic Republic of Iran	1,1	0,8	0,8	0,7	0,6
15 India	0,8	0,7	0,5	0,3	0,6
16 United Kingdom	0,7	0,5	0,5	0,4	0,5
17 Thailand	1,1	1,3	0,7	-1,2	0,5
18 Vietnam	0,9	0,7	0,6	0,4	0,4
19 Taiwan Province of China	0,3	0,6	0,5	0,5	0,4
20 Malaysia	0,6	0,7	0,5	0,4	0,4
21 Russian Federation	0,4	0,3	0,3	0,2	0,3
22 Egypt	0,7	0,5	0,3	0,2	0,3
23 Italy	0,6	0,3	0,3	0,2	0,3
24 France	0,4	0,2	0,2	0,2	0,3
25 Pakistan	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2
26 Sri Lanka	0,0	0,5	0,4	0,2	0,2
27 Indonesia	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2
28 Spain	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2
29 Japan	-0,1	0,3	-0,0	0,0	0,1
30 Mexico	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
31 Brazil	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1

Source: Metals Focus, Refinitiv GFI

China leidde de totale vraag naar beleggingsgoud in 2021 met 285,5 ton. India volgde op de 2<sup>de</sup> plaats met 186,5 ton. Duitsland (161,6 ton) nam de 3<sup>de</sup> plaats in, voor de VS met 116,9 ton.

<sup>9</sup> Figuur 11: World Gold Council – [www.goldreporter.de/gold-pro-kopf-in-diesen-laendern-boomt-anlagegold/analyse/109655/#:~:text=Denn%202021%20erwarben%20Anleger%20in,der%20WGC%20die%20Zahlen%20e rfasst](http://www.goldreporter.de/gold-pro-kopf-in-diesen-laendern-boomt-anlagegold/analyse/109655/#:~:text=Denn%202021%20erwarben%20Anleger%20in,der%20WGC%20die%20Zahlen%20e rfasst) - opgevraagd 20.07.2023

## Betalen

---

Ook voor het betalen van producten of diensten hebben de Duitsers een voorkeur. Negen op de tien Duitsers betalen liefst cash. Dat blijkt uit verschillende onderzoeken. Ook voor grotere of duurdere aankopen, zoals bv. juwelen, verkiest het Duitse publiek om cash te betalen.

## Trends in de juwelenindustrie

In de toekomst zal de juwelen- en luxe-industrie er heel anders uitzien. Niet enkel de klant zal sneller en sneller van mening en van eisen veranderen, maar ook het productieproces zal een hele andere wending krijgen. Juweliers en andere producenten zullen hun standaardprocedures moeten loslaten en aanpassen aan de klant.

Het gebruik van moderne technologie zal hun wereld veranderen. 3D-printing zal meer en meer toegepast worden, maar ook 'slimme juwelen' zullen de markt veroveren.

### 3D-printing

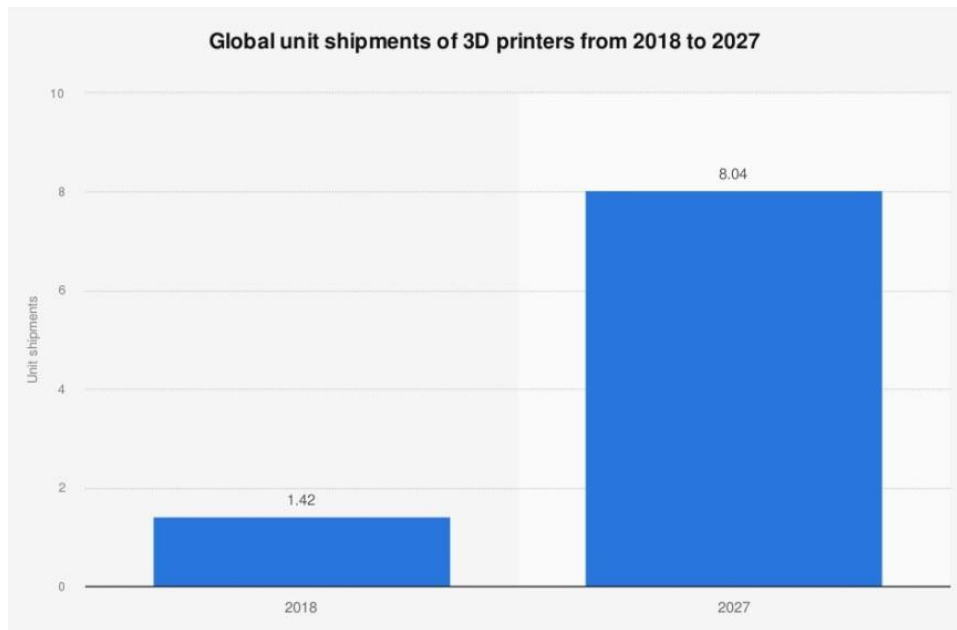
---

Een 3D-printer is een apparaat dat werkt a.d.h.v. digitale 'bouwtekeningen'. Het apparaat print driedimensionale objecten en dus ook juwelen. Zowel goud, zilver, brons als koper kan geprint worden. Vandaag de dag zijn er al ondernemingen die aan de slag gaan met dit soort printer, maar nog niet iedereen is er grote voorstander van.

Toch heeft de 3D-printer enkele belangrijke voordelen. Eerst en vooral gaat dit gewoon veel sneller dan het standaard productieproces, waardoor het ook minder geld kost voor de onderneming. Daarnaast ziet men geen verschil in kwaliteit of in textuur van het product. En wat ook mooi meegenomen is, is het feit dat men op het laatste moment het product nog kan aanpassen via de 3D-printer. Eerst en vooral wordt het basismodel geprint en daarna kunnen er nog aanpassingen volgen. Op deze manier kan men nog beter inspelen op de wens van de klant. Dit soort printer werkt ook heel gedetailleerd en nauwkeurig, waardoor het object tot in de puntjes afgewerkt zal zijn.

In de volgende grafiek zien we wat de verwachtingen voor het gebruik van de 3D-printer in 2020 waren. We zien duidelijk dat de printer een belangrijke rol zal spelen in onze maatschappij en op sommige vlakken de basis zal vormen van onze manier van werken.

**Figuur 12**<sup>10</sup>



## **Slimme juwelen**

---

Ook slimme juwelen of Smart Jewellery zullen in de toekomst meer en meer hun intrede doen. Hiermee bedoelen we een product dat zelf kan nadenken en zelf beslissingen kan nemen of een product dat bestuurd kan worden door een ander apparaat. Bijvoorbeeld de bekende Smartwatches en Activity Trackers. Ze zijn de afgelopen jaren 'must-haves' geworden voor veel mensen. We zullen deze transformatie meer en meer zien gebeuren bij traditionele juwelen.

Zo zijn er al juwelen op de markt die over een sensor beschikken of die via bluetooth naar andere mensen een alarmsignaal kunnen zenden, mocht deze persoon in een onveilige situatie zitten. Een ander voorbeeld hiervan is de Looksee Labs Eyecatcher manchetarmband. Het is ontworpen voor mode en emotionele connectie, voor mannen en vrouwen. Het kan worden aangepast met displays zoals persoonlijke foto's, realtime telefoonwaarschuwingen en draaiknoppen.

Het grote voordeel hier is dat fashion-gerelateerde voorwerpen kunnen gecombineerd worden met dagelijkse, nuttige taken.

## **E-commerce**

---

E-commerce gaat het belangrijkste aankoopkanaal worden in de toekomst. De verkoop is momenteel al aan het verschuiven: er zijn steeds minder verkooppunten in Duitsland terwijl de verkoop wel toeneemt.

---

<sup>10</sup>Figuur 12: Worldwide; Grand View Research; 2018, - geciteerd naar [https://de.statista.com, www.statista.com/statistics/370297/worldwide-shipments-3d-printers/](https://de.statista.com/www.statista.com/statistics/370297/worldwide-shipments-3d-printers/), opgevraagd 20.07.2023



Wat het aandeel van de online retail in de juwelen- en horlogemarkt betreft, ligt het rond de 10% voor de grote internetspelers. Winkelketens en juweliers nemen 8% voor hun rekening.

De consument heeft alsmaar minder tijd, waardoor gaan shoppen in offline winkels er minder in zit. Consumenten zijn op zoek naar gemak en ervaring. Enkel de website bezoeken, een product bestellen en laten leveren, zal dus absoluut niet meer volstaan. Een mooi voorbeeld van iets extra geven is het zelf laten ontwerpen van juwelen door de consument. Verder zullen andere onlineactiviteiten zoals 3D-beelden van het product ook bijdragen tot de klantenervaring.



Een website alleen zal vervolgens niet meer voldoende zijn om de consument te entertainen. Daarom hebben merken websites gemaakt die compatibel zijn op smartphones. Ook zijn bijhorende apps een must tegenwoordig. Bijkomend zal ook de structuur van de website en bijhorende zaken belangrijk zijn. De consument houdt er niet van om uren te zoeken tot hij/zij bij een interessant product komt. Verschillende filters en duidelijke informatie zoals prijs, maat, voorraad, enz. vergemakkelijken het aankoopproces.

Kort samengevat: als bedrijven willen blijven bestaan is het belangrijk om aan de e-commerce industrie aandacht te geven. Investeren in e-commerce is noodzakelijk voor de toekomst.

Bron: PWC - [www.pwc.com/gx/en/industries/assets/total-retail-2017.pdf](http://www.pwc.com/gx/en/industries/assets/total-retail-2017.pdf)

## Contacten

Hieronder vindt u de belangrijkste contacten voor de juwelenindustrie in Duitsland.

### **BVJ Handelsverband Juweliers**

---

De Bundesverband der Juweliers, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte is de Duitse federatie voor juweliers, juwelen- en uurwerkenproducenten. Deze vereniging vertegenwoordigt de kleinhandels in Duitsland en is het aanspreekpunt voor bedrijven, media en politiek op nationaal en internationaal niveau. Elke organisatie in de sector, ongeacht de grootte, kan lid worden.

#### **Bundesverband der Juweliers Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V. (BVJ)**

An Lyskirchen 14 - 50676 Köln  
Deutschland - Germany

Postadres:  
Postfach 10 05 64 - 50445 Köln  
Deutschland - Germany

T +49 (0) 2 21 / 2 71 66 - 0  
F +49 (0) 2 21 / 2 71 66 - 20  
[www.bv-juweliere.de](http://www.bv-juweliere.de)  
[bvj@einzelhandel.de](mailto:bvj@einzelhandel.de)

### **Bundesverband Schmuck + Uhren**

---

Het Bundesverband Schmuck + Uhren is het competentiecentrum van Duitsland voor fabrikanten, handelsbedrijven en dienstverleners op het gebied van sieraden, horloges, uitgangsmateriaal, gereedschappen, speciale machines, half fabricaten, fittingen, galvanisatie en verpakking. De vereniging heeft zo'n 150 leden.

#### **Bundesverband Schmuck, Uhren, Silberwaren und verwandte Industrien e.V.**

Westliche Karl-Friedrich-Straße 56  
75172 Pforzheim  
Deutschland - Germany

T +49 (0) 7231 14 555 10  
F +49 (0) 7231 14 555 21  
[www.bv-schmuck-uhren.de](http://www.bv-schmuck-uhren.de)  
[info@bv-schmuck-uhren.de](mailto:info@bv-schmuck-uhren.de)

### **Zentralverband für Schmuck und Zeitmesstechnik**

---

Deze vereniging heeft als doel de marktpositie van bedrijven te versterken en ervoor te zorgen dat hun belangen zowel in de economie als in de politiek worden gehoord en waar mogelijk ook worden geïmplementeerd.

#### **Zentralverband für Uhren, Schmuck und Zeitmesstechnik**

An Lyskirchen 14  
50676 Köln  
Deutschland - Germany

T +49 (0) 5551-1658  
F +49 (0) 5551-65669  
[www.zv-uhren.de](http://www.zv-uhren.de)  
[info@zv-uhren.de](mailto:info@zv-uhren.de)

### **Zentralverband der Deutschen Goldschmiede, Silberschmiede und Juweliere e.v.**

---

Dit Zentralverband focust dan weer op goud- en zilversmeden, alsook op juweliers. Zij zijn verantwoordelijk voor verschillende activiteiten.

#### **Zentralverband der Deutschen Goldschmiede, Silberschmiede und Juweliere e. V.**

Altmarkt 17  
03046 Cottbus  
Deutschland - Germany

T +49 (0) 355 290 650 35

F +49 (0) 355 790 307

[www.zentralverband-goldschmiede.de](http://www.zentralverband-goldschmiede.de)

## **Industrieverband Schmuck- und Metalwaren Idar-Oberstein e.V.**

---

Deze vereniging ondersteunt bedrijven in de sector bij problemen zoals oneerlijke concurrentie, milieu reglementeringen, enz. De organisatie heeft partners op elk niveau. Daarnaast is de vereniging ook aanwezig op belangrijke beurzen, zowel nationaal als internationaal.

### **Industrieverband Schmuck- und Metalwaren Idar-Oberstein e.V.**

Hauptstrasse 161

55743 Idar-Oberstein

Deutschland - Germany

T +49 (0) 6781-944250

F +49 (0) 6781-944266

[www.iv-schmuck-metall.de/files/home.htm](http://www.iv-schmuck-metall.de/files/home.htm)

[info@iv-schmuck-metall.de](mailto:info@iv-schmuck-metall.de)

## Beurzen

Een beurs is een perfecte gelegenheid om het bedrijf en de producten bekend te maken en het netwerk uit te breiden. Daar kunnen handelaars in contact komen met de juiste personen.

Producten kunnen ook op een beurs gedemonstreerd worden en zo kunnen bezoekers de voordelen van het product leren kennen.

Kort samengevat: deelname aan een beurs heeft enkel voordelen.

In Duitsland worden er enorm veel beurzen georganiseerd. Ook voor de diamant- en juwelensector zijn er enkele beurzen die men absoluut niet mag missen. Hieronder een opsomming.

## **Inhorgenta**

---

*'Discover fascinating jewellery collections, inspiring design jewellery, and brilliant business, and experience the gleaming facets of INHORGENTA MUNICH.*

*INHORGENTA MUNICH provides a unique combination of individuality, inspiration, and innovation. Our new strapline uses three magic words to highlight how we are shaping the future for the sake of your success. Together with our exhibitors, visitors, and experts, we are developing future-proof solutions for dealing with the challenges of today and tomorrow. In this way we are strengthening your market position and giving you more of an edge over the competition—profitably and for the long term.'*

Deze beurs wordt jaarlijks georganiseerd en is de grootste voor deze sector in Duitsland. Ze vindt plaats in het beursgebouw in München.

Volgende editie: 16.02 – 19.02.24

Meer informatie vindt men hier: [www.inhorgenta.com/index.html](http://www.inhorgenta.com/index.html)

## Intergem

---

*‘The World’s Finest Colours’ - The INTERGEM is a globally-renowned trade fair for gemstones, gemstone jewellery and objects as well as processing and manufacturing technology. Since 1985 the national and international jewellery and gemstone sector has met each autumn in the German gemstone capital Idar-Oberstein.’*

Intergem vindt elk jaar plaats in Idar-Oberstein. Deze beurs is samen met Inhorgenta, de belangrijkste beurs voor diamanten en juwelen.

Volgende editie: 29-09.2023 - 1.10.2023

Meer informatie vindt men hier: [www.intergem.de](http://www.intergem.de)

## Inova

---

Vakbeurs voor sieraden, edelstenen, parels en horloges

Inova heeft zich met een nieuw en laagdrempeliger beursconcept de afgelopen jaren ontwikkeld tot een nieuwe standaard dat voorziet in een deel van de behoefte van de Duitse juweliërs en detaillisten. Met een innovatief concept, nieuwe productgroepen en thematische zones speelt Inova in op de behoeften van de vakbezoekers en probeert zij de dialoog tussen industrie en handel te bevorderen.

Volgende editie: 25.08.2023 - 27.08.2023 - Frankfurt

Meer informatie vindt men hier: <https://inova-collection.de/>

## The Munich show: Mineralientage

---

*‘What began over 50 years ago as a small mineral exchange platform has turned into the most important European trade fair for minerals, fossils, gemstones and jewellery as well as stone design. While trade visitors can discover the latest trends and purchase new goods, the Munich Show - Mineralientage München offers private visitors a unique and exciting week-end of adventures around treasures of nature. Would you like to truly experience the fascinating world of several million year old natural treasures? Gaze at one-of-a-kind collectors’ exhibits and purchase exclusive jewellery at special trade fair prices? Or admire life-size dinosaurs and reel fossils? The Munich Show - Mineralientage München offers you all of the above. We will be very pleased to welcome you!’*

Ook deze beurs wordt jaarlijks georganiseerd in het beursgebouw in München.

Volgende editie: 26.10 - 29.11.23

Meer informatie vindt men hier: <https://munichshow.com/en/>

## Midora

---

*‘Die MIDORA Leipzig präsentiert 2019 als **wichtige Herbstmesse in Deutschland** ein breites Uhren- und Schmuckangebot, überzeugt mit einem perfekten Messetermin und mit einer breiten Produktvielfalt. Das Spektrum reicht von echtschmuck, Uhren und Trendschmuck über Goldschmiedebedarf, Perlen und Steine bis hin zu Modeschmuck und Accessoires.*

*Auf der MIDORA sind die neuesten Trends und Kollektionen für Order und Einkauf präsentiert. Das moderne Ambiente der Messe und die entspannte Atmosphäre laden zum Austausch mit Kunden, Kollegen, Partnern und Branchenverbänden ein.’*

In Leipzig vindt jaarlijks de Midora-beurs plaats. Midora richt zich op ondernemingen in de sector juwelen en uurwerken gemaakt uit goud, parels of andere (edel)stenen. Op deze beurs zal men de nieuwste trends en collecties kunnen bewonderen in de industrie.

Volgende editie: 02.09 - 04.09.2023

Meer informatie vindt men hier: [www.midora.de/](http://www.midora.de/)

## Mineralis

---

*‘Seit über vier Jahrzehnten zeigen rund 150 Aussteller aus allen Kontinenten auf 3.000 qm an drei Tagen ihre aktuellen Funde und alles zum Thema Mineralien, Fossilien, Edelsteine, Kristalle, geschliffene Sammlersteine, Gold-, Silber- und Juwelenschmuck, Steinfiguren, Muscheln, Korallen, Perlen, Bernstein, Holzschmuck, Modeschmuck, antiker Schmuck, Fachliteratur, Vitrinen, Geo- und Sammlerzubehör. Die einmalige Berliner Mineralien- und Fossilienchau ist etablierter Treffpunkt von Sammlern, Paläontologen, Hobby- und Profimineralogen, Steinliebhabern und Wissenschaftlern.’*

Mineralis wordt georganiseerd in Berlijn. Deze internationale beurs telt zo’n 140 exposanten uit 20 landen, die actief bezig zijn met mineralen, fossielen, edelstenen, kristallen, andere stenen, goud, zilver, ... Het is de ideale gelegenheid om met mensen met dezelfde interesses vanuit de hele wereld in contact te komen.

Volgende editie: 24.11 - 26.11.2023

Meer info vindt men hier: <http://mineralis.de>

## Mineralien, Fossilien, Schmuck

---

*‘Die Mineralien, Fossilien, Schmuck hält zweimal jährlich edle Steine, seltene Fossilien und individuellen Schmuck für Sie bereit. Die Veranstaltung lädt herzlich ein zum Mitmachen, Stöbern und Schnäppchen suchen. Experten und Kenner aus der ganzen Welt zeigen ihre Fundstücke und beraten fundiert. Ob Sie die Messe als Hobbysammler, Fachhändler oder Juwelier besuchen, eines ist sicher: es erwartet Sie Vielfalt, Internationalität, Kompetenz und Qualität!’*

Deze internationale beurs vindt plaats in Stuttgart en gaat zowel over mineralen en fossielen als over juwelen.

Volgende editie: 24.11 - 26.11.2023

Meer informatie vindt men hier: [www.messe-stuttgart.de/mineralien/](http://www.messe-stuttgart.de/mineralien/)

## Publicaties - Gericht op professionelen

### U.J.S. Uhren, Juwelen, Schmuck

---

*'U.J.S. Uhren Juwelen Schmuck ist das unabhängige und meinungsbildende Branchenmagazin für Entscheider im Schmuck- und Uhrenfachhandel. Die Zeitschrift berichtet monatlich umfassend, kompetent und aktuell über alle handelsrelevanten, wirtschaftlichen und fachbezogenen Themen. Porträts, kritische Interviews und Hintergrundberichte runden das Profil von U.J.S. Uhren Juwelen Schmuck ab.'*

Meer informatie vindt men hier: [www.ujs.info](http://www.ujs.info)

### Blickpunkt Juwelier Zeitung

---

De Blickpunkt Juwelier Zeitung is de onafhankelijke krant voor uurwerken- en juwelenhandelaars.

Meer informatie vindt u hier: [www.blickpunktjuwelier.de](http://www.blickpunktjuwelier.de)

## Publicaties - Gericht op eindconsumenten

### Schmuck Magazin

---

*'Das **Schmuck Magazin** - Deutschlands größte Schmuckzeitschrift - wechselt im Jahr 2010 vom Ebner Verlag zur Meth Media Verlags GesmbH in Stuttgart. Als informelles Magazin für Juweliere und Goldschmiede bewegt es sich am Puls der Zeit und ist darüber hinaus ein einzigartiges Medium für Konsumenten, das am Kiosk erhältlich ist sowie über einen festen Abonnentenstamm verfügt.'*

Meer informatie vindt men hier: <http://schmuckmagazin.de>

### Juwelo

---

*'**Juwelo** bietet Ihnen ein umfangreiches Angebot an hochwertigem Edelsteinschmuck an. Wir sind Experten für echte Edelsteine und nur bei Juwelo werden Sie eine solche Vielfalt an attraktivem Edelsteinschmuck finden.'*

Juwelo is een maandelijks online magazine, dat u gratis kan downloaden via de website.

Meer informatie vindt men hier: [www.juwelo.de/juwelo/magazine/](http://www.juwelo.de/juwelo/magazine/)

## Bronnen

(n.d.). From BVJ Handelsverband Juweliere: [www.bv-juweliere.de](http://www.bv-juweliere.de)

(n.d.). From BV Schmuck + Uhren: [www.bv-schmuck-uhren.de](http://www.bv-schmuck-uhren.de)

(n.d.). From Zentralverband für Uhren, Schmuck und Zeitmesstechnik: [www.zv-uhren.de](http://www.zv-uhren.de)

(n.d.). From Zentralverband der deutschen Goldschmiede, Silberschmiede und Juweliere e.V.:  
[www.zentralverband-goldschmiede.de](http://www.zentralverband-goldschmiede.de)

(n.d.). From Industrieverband Schmuck- und Metallwaren Idar-Oberstein: [www.iv-schmuck-metall.de/files/home.htm](http://www.iv-schmuck-metall.de/files/home.htm)

(n.d.). From Inhorgenta Messe: [www.inhorgenta.com/index.html](http://www.inhorgenta.com/index.html)

(n.d.). From Intergem: [www.intergem.de](http://www.intergem.de)

(n.d.). From The Munich Show: <https://munichshow.com/en/>

(n.d.). From Midora: [www.midora.de/](http://www.midora.de/)

(n.d.). From Mineralis: <http://mineralis.de>

(n.d.). From Mineralien: [www.messe-stuttgart.de/mineralien/](http://www.messe-stuttgart.de/mineralien/)

(n.d.). From Edelsteintage: [www.edelsteintage-offenburg.de](http://www.edelsteintage-offenburg.de)

(n.d.). From Blickpunkt Juwelier: [www.blickpunktjuwelier.de](http://www.blickpunktjuwelier.de)

(n.d.). From UJS Uhren Juwelen Schmuck: [www.ujs.info](http://www.ujs.info)

(n.d.). From Schmuck magazin: <http://schmuckmagazin.de>

(n.d.). From Juwelo: [www.juwelo.de/juwelo/magazine/](http://www.juwelo.de/juwelo/magazine/)

*What does Germany export?* (n.d.). From OEC Atlas Media:  
[https://atlas.media.mit.edu/nl/visualize/tree\\_map/hs92/export/deu/all/show2016/](https://atlas.media.mit.edu/nl/visualize/tree_map/hs92/export/deu/all/show2016/)

*What does Germany export? (Evolution).* (n.d.). From OEC Atlas Media:  
<https://atlas.media.mit.edu/nl/visualize/stacked/hs92/export/deu/all/show/1995.2016/>

*What does Germany import?* (n.d.). From OEC Atlas Media:  
[https://atlas.media.mit.edu/nl/visualize/tree\\_map/hs92/import/deu/all/show/2016/](https://atlas.media.mit.edu/nl/visualize/tree_map/hs92/import/deu/all/show/2016/)

*What does Germany import? (Evolution).* (n.d.). From OEC Atlas Media:  
<https://atlas.media.mit.edu/nl/visualize/stacked/hs92/import/deu/all/show/1995.2016/>



*Vertriebswege Uhren und Schmuck.* (n.d.). From BVJ: [www.bv-juweliere.de/images/Presse/Pressegrafiken/2016/BVJ\\_Vertriebswege\\_2016\\_est.jpg](http://www.bv-juweliere.de/images/Presse/Pressegrafiken/2016/BVJ_Vertriebswege_2016_est.jpg)

Allensbach, I. (n.d.). *Anzahl der Personen in Deutschland, die in den nächsten 1 oder 2 Jahren wertvollen Schmuck kaufen wollen.* From Statista: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/269921/umfrage/wertvoller-schmuck--kaufabsicht-in-deutschland/>

Anderson, A. (2014, 09 18). *Germany: an exciting hub of jewellery making.* From The jewellery editor: [www.thejewelleryeditor.com/jewellery/article/an-exciting-mix-of-german-designers-continue-tradition-of-jewellery-making-in-germany/](http://www.thejewelleryeditor.com/jewellery/article/an-exciting-mix-of-german-designers-continue-tradition-of-jewellery-making-in-germany/)

Fabian. (2016, 1 7). *3D-printed jewelry: why jewelry designers join the 3D-printing revolution.* From I materialise: <https://i.materialise.com/blog/3d-printed-jewelry/>

Gartner. (n.d.). *Global unit shipments of 3D printers from 2015 to 2020\*.* From Statista: [www.statista.com/statistics/370297/worldwide-shipments-3d-printers/](http://www.statista.com/statistics/370297/worldwide-shipments-3d-printers/)

*German investment market.* (2017, 10 5). From Gold: [www.gold.org/research/market-update/market-update-german-investment-market](http://www.gold.org/research/market-update/market-update-german-investment-market)

Henselder, A. (n.d.). *Welche Macht hat die Marke?* From GZ Online: [www.gz-online.de/brennpunkt-detail/welche-macht-hat-die-marke.html](http://www.gz-online.de/brennpunkt-detail/welche-macht-hat-die-marke.html)

Köln, I. (n.d.). *Umsatzverteilung im Handel mit Uhren und Schmuck in Deutschland nach Vertriebskanal in den Jahren 2005 bis 2018.* From Statista: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/383187/umfrage/umsatzverteilung-im-handel-mit-uhren-und-schmuck-in-deutschland-nach-vertriebskanal/>

Ltd., T. S. (2017, 6 9). *Top 8 future trends in diamond and jewellery e-commerce.* From Slideshare: [www.slideshare.net/transpacificsoftware/top-8-future-trends-in-diamond-and-jewelry-ecommerce](http://www.slideshare.net/transpacificsoftware/top-8-future-trends-in-diamond-and-jewelry-ecommerce)

Munich, I. (2018, 1 31). *Verbrauchersumfrage: Welcher Schmuck am Valentinstag punktet.* From Presse Portal: [www.presseportal.de/pm/122669/3854294](http://www.presseportal.de/pm/122669/3854294)

Maxwell, J. (2017). *10 Retailer investments for a uncertain future.* From PWC: [www.pwc.com/gx/en/industries/assets/total-retail-2017.pdf](http://www.pwc.com/gx/en/industries/assets/total-retail-2017.pdf)

Miller-Wilson, K. (n.d.). *German Wedding ring.* From Love to know: [http://engagementrings.lovetoknow.com/wiki/German\\_Wedding\\_Ring](http://engagementrings.lovetoknow.com/wiki/German_Wedding_Ring)

Schmidt, T. (2016, 2). *Cash payments more popular in Germany than in other countries.* From Bundesbank: [www.bundesbank.de/Redaktion/EN/Downloads/Bundesbank/Research\\_Centre/2016\\_01\\_research\\_brief.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](http://www.bundesbank.de/Redaktion/EN/Downloads/Bundesbank/Research_Centre/2016_01_research_brief.pdf?__blob=publicationFile)

Service, D. W. (2017, 2 18). *Jewel Hub - Germany.* From Diamond world: [www.diamondworld.net/contentView.aspx?item=13912](http://www.diamondworld.net/contentView.aspx?item=13912)

## Disclaimer

De informatie die u in deze publicatie vindt is bedoeld als achtergrondinformatie die u moet in staat stellen een beeld te vormen met betrekking tot de hierin behandelde materie. Zij is met de grootste zorg verzameld op basis van de beschikbare data en documentatie op het ogenblik van de publicatie. Deze publicatie heeft bijgevolg niet de ambitie van volledigheid of geldigheid voor uw specifieke situatie. Zij kan bijgevolg nooit beschouwd worden als een juridisch, financieel of ander gespecialiseerd advies. Flanders Investment & Trade (FIT) kan in die zin nooit verantwoordelijk gesteld worden voor gebeurlijke foutieve vermeldingen, weglatingen of onvolledigheden in deze publicatie. FIT kan evenmin verantwoordelijk worden gesteld voor het gebruik of de interpretatie van de informatie in deze publicatie. De verwijzingen in deze publicatie naar bepaalde entiteiten, bedrijven en/of personen houden geen bijzondere aanbevelingen in die voor Flanders Investment & Trade enige verantwoordelijkheid zou kunnen teweegbrengen.

Datum van publicatie: september 2023