



Neue Zahlen vom Vorteilsclub der Juweliere

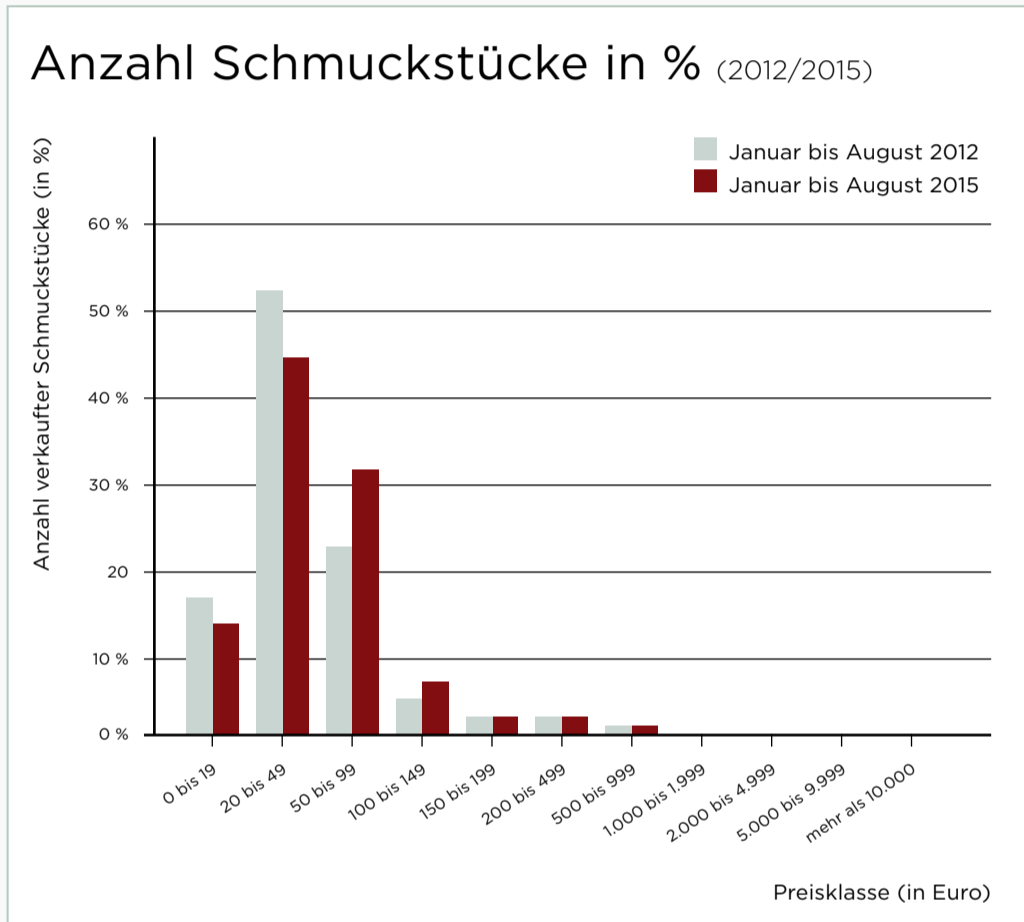
Es wird hochwertiger

Analyse. Die gute Nachricht: Mit Schmuck haben die Juweliere zwischen Januar und August 2015 mehr Umsatz gemacht als im Vergleichszeitraum des starken Jahres 2012. Bei den Preisklassen (siehe Auswertung unten) gab es ebenfalls eindeutige Tendenzen – die Verkaufspreise steigen, sowohl beim Schmuck, als auch bei den Uhren.

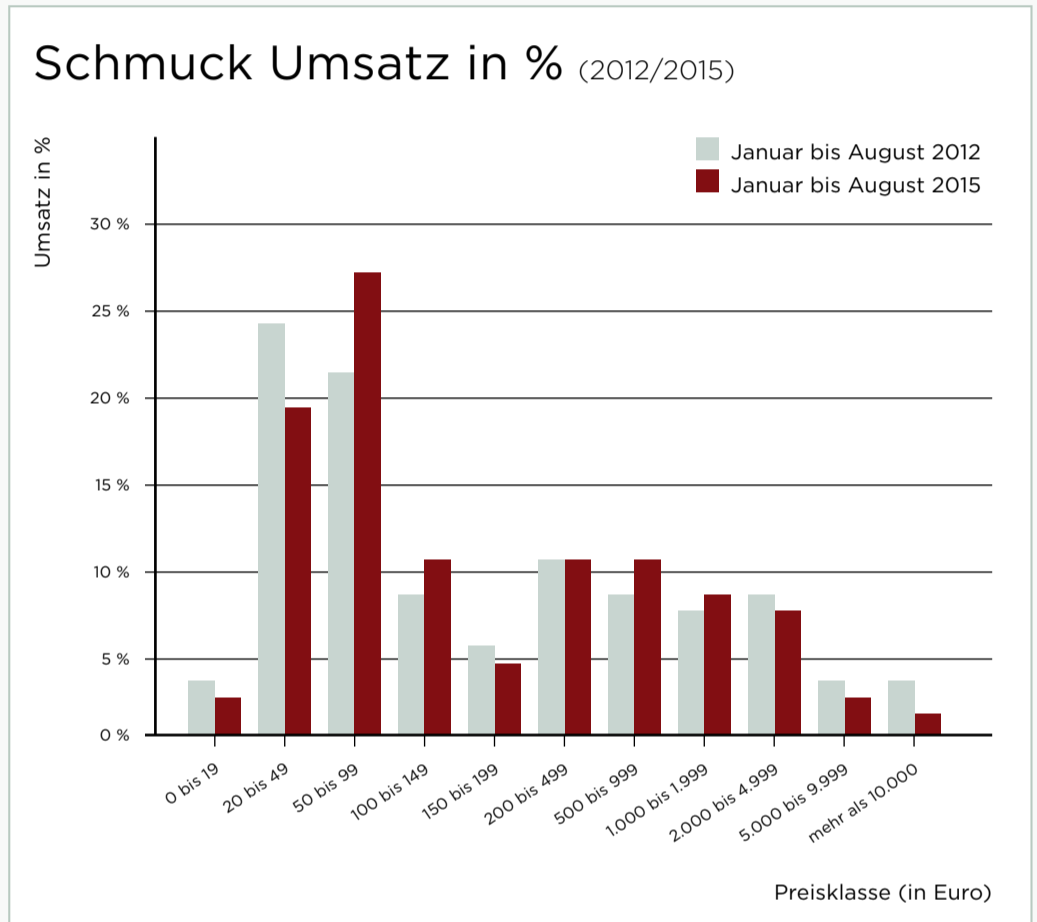
KONTAKT



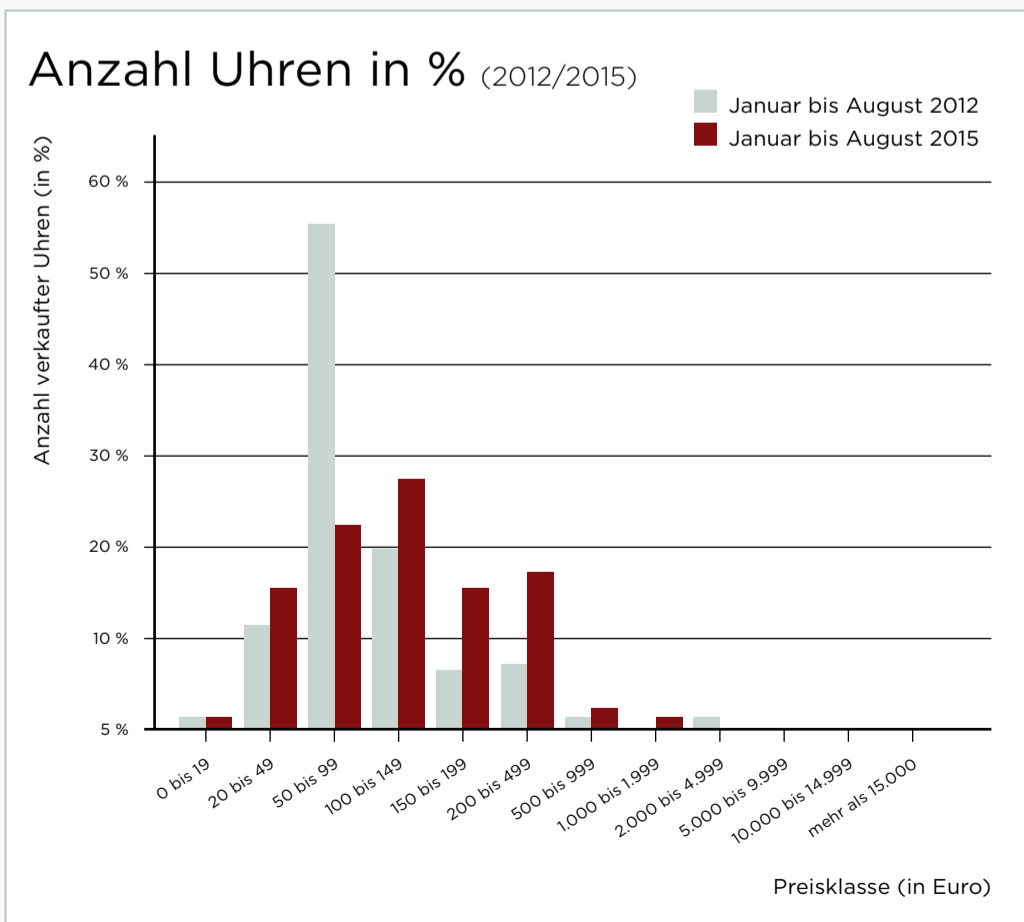
Nicole Henkel
 Tel.: +49/5201/66 27-7600
 E-Mail: info@vorteils-club.net
 Internet: www.vorteils-club.net



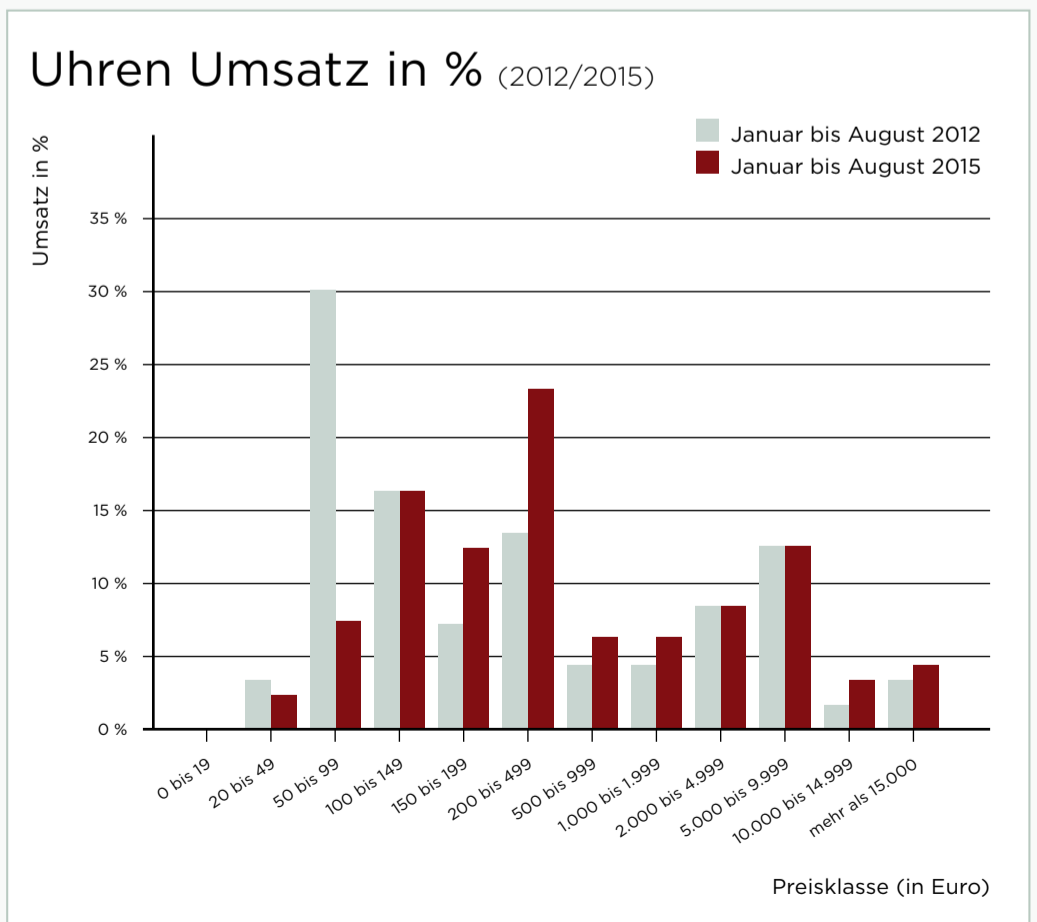
Mehr als 57 Prozent aller beim Juwelier verkauften Schmuckstücke sind günstiger als 50 Euro, 2012 waren es noch 68 %. Die Preisklasse zwischen 50 und 99 hat dagegen von 22 % (2012) auf 31 % zugelegt.



Beim Umsatz hat sich diese Tendenz bestätigt. Der Anteil der Preisklasse zwischen 20 und 49 Euro ist von 24 % (2012) auf 19 % (2015) gefallen, der zwischen 50 und 99 Euro von 21 % auf 27 % gestiegen.



Der Anteil der „Ice-Watch“-Preisklasse zwischen 50 und 99 Euro ist von 55 % (2012) auf 22 % (2015) gefallen. Es profitierten vor allem die Preisklassen zwischen 150 und 199 sowie zwischen 200 und 499 Euro.



Entsprechend ist der Umsatz der Preisklasse zwischen 50 und 99 Euro von 30 % (2012) auf 7 % (2015) gefallen. Vor allem die Umsätze zwischen 200 und 499 Euro haben sich fast verdoppelt.