

Ausgabe Nr. U 28/19 | Düsseldorf, 9. Juli 2019 | 41. Jahrgang | ISSN 1431-3456

Richard Mille verkauft Uhren im mindestens sechsstelligen Bereich, distanziert sich aber vom Online-Handel. Wer 150.000€ für eine Uhr ausgibt, müsse das Wie und Warum der Marke verstehen, so Amanda Mille, Tochter des Firmengründers, gegenüber dem Handelsblatt. Wir backen etwas kleinere, aber auch feine Brötchen. Die heutigen Themen: ■ Schmuckstars ■ CASIO ■ Umsatz im Mai ■ M&M ■ Mitarbeiterfindung ■ Mühle ■ Laval ... – Zuerst:

„Wempe ist Opfer organisierter Cyber-Kriminalität geworden“

So lautet eine Mitteilung des Hamburger Schmuckfilialisten auf seiner Website. Unter 'Wichtige Kundeninformation' erklärt die Geschäftsleitung der **Gerhard D. Wempe KG** den Hergang der Geschehnisse: „Seit dem Morgen des 24.6.2019 konnten wir unsere IT nicht mehr nutzen. Der Grund dafür war eine Geiselnahme unserer Daten auf unseren eigenen Servern. Eine Gruppe professioneller Täter hatte die Daten unserer zentralen Server verschlüsselt und Lösegeld gefordert. Wir haben in diesem Fall sofort reagiert. Wir haben die Server umgehend vom Netz genommen und externe Experten für IT-Forensik und IT-Sicherheit hinzugezogen.“



Derzeit analysieren die IT-Forensik-Experten die involvierten IT-Systeme, so die Mitteilung. Außerdem habe man sofort das **LKA Hamburg** und den Hamburgischen Beauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit informiert.



Geschäftsführende
Gesellschafterin Wempe
GmbH: Kim-Eva Wempe
© Wempe

'markt intern' bat per Presseanfrage um Auskunft zu dem kriminellen Akt und erhielt folgende weitere Informationen von der Pressesprecherin des Unternehmens, **Nadja Weisweiler**:

„Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben gemeinsam mit unseren Geschäftspartnern alle notwendigen Maßnahmen für den Fortgang des Geschäftsbetriebs und damit den Verkauf unserer Waren sichergestellt. Beispielsweise können Rechnungen nicht gedruckt werden. Parallel dazu arbeiten wir daran, den Geschäftsbetrieb Schritt für Schritt zu optimieren und unsere Uhren- und Schmuckservices für unsere Kunden bestmöglich wiederherzustellen.“ Die Frage, ob Kundendaten oder Daten der Lieferanten und anderer Geschäftspartner durch die Datengeiselnahme an Dritte geraten sind, wird verneint. Es gebe nach dem derzeitigen Stand der Analyse keine solchen Hinweise.

Unser Zwischenfazit: Immer wieder werden Unternehmen Opfer von heftigen Cyber-Angriffen, die verheerende Folgen für die direkt Betroffenen und teilweise auch ihre Partner mit sich bringen können. In diesem Fall hat es ein wichtiges Unternehmen unserer Branche getroffen, was wir sehr bedauern ■ Welche weiteren Informationen wir von Nadja Weisweiler erhalten haben, erfahren Sie nächste Woche. Unter anderem fragten wir nach, ■ ob ein Lösegeld bezahlt wurde ■ ob es Hinweise darauf gibt, warum gerade die Gerhard D. Wempe KG Opfer der Attacke wurde ■ ob die Datengeiselnahme bislang konkrete negative Auswirkungen auf die Verkäufe bzw. Umsätze des Unternehmens hat und ■ welche Auswirkungen der Angriff auf die derzeitige Zusammenarbeit mit den Lieferanten von Uhren & Schmuck sowie Service-Leistungen hat. Seien Sie gespannt!

Schmuckstars: Roter Teppich für österreichische Juweliere

Eine Initiative, die den österreichischen Uhren & Schmuck-Fachhandel in den Mittelpunkt der Öffentlichkeit stellt, erregte die Aufmerksamkeit Ihrer 'markt intern'-Redaktion. Weil wir sie für nachahmenswert auch hierzulande halten, möchten wir sie Ihnen heute näherbringen.

Mit Auszeichnungen, deren Träger in acht verschiedenen Kategorien per Verbraucherumfrage ermittelt werden, wollen die Initiatoren **Christian Lerner**, Herausgeber und Journalist, sowie **Ines B. Kasperek**, Fachjournalistin, die österreichischen Juweliere, Goldschmiede und Uhrenhändler

sowie deren Kunsthandwerk einmal im Jahr ins Rampenlicht rücken. „Wir sind überzeugt vom Einkaufserlebnis und der Qualität, die engagierte österreichische Juweliere und heimische Kunsthandwerker bieten können. Unsere Vision ist daher, mitzuhelfen, um diese Stärken zu fördern und auszubauen. Damit wollen wir einen positiven Impuls für das Image der Uhren- und Schmuckbranche setzen und den Standort Österreich stärken.“ Der Weg zum Ziel, den Christian Lerner mit diesen Worten beschreibt, sieht so aus:



Ihr direkter Draht zur Redaktion Uhren & Schmuck: +49 (0) 211 6698-303

■ Fax: +49 (0) 211 6698-237 ■ E-Mail: schmuck@markt-intern.de ■ www.markt-intern.de/schmuck

Anfang des Jahres wurden Österreichs Juweliere aufgefordert, kostenlos und unverbindlich eine Bewerbung für eine der folgenden Kategorien einzureichen: ■ Goldschmied des Jahres ■ Schmuckstück des Jahres ■ Uhrenatelier des Jahres ■ Trendjuwelier des Jahres ■ Klassischer Juwelier des Jahres ■ Premiumjuwelier des Jahres ■ Trauring-Juwelier des Jahres ■ Webauftritt des Jahres. Voraussetzung für die Nominierung 'Schmuckstück des Jahres': Es musste von einem Mitglied der Innung der Gold- und Silberschmiede entworfen, in Österreich erzeugt werden, ein Meisterstück in puncto Design, Qualität und Innovation darstellen sowie Emotionen hervorrufen.

Die Vorteile einer Teilnahme machten die Veranstalter den Aspiranten in sieben Punkten schmackhaft: 1. Öffentlichkeitswirksamkeit für den stationären, österreichischen Juwelen-, und Uhrenhändler, Uhrmacher, Gold- und Silberschmied 2. Lenkung der öffentlichen Aufmerksamkeit auf die Juwelen- und Uhrenhändler und ihre Arbeit 3. Öffentliche Bewusstmachung, dass österreichische Juwelen- und Uhrenhändler Top-Qualität an Einkaufserlebnis, Ambiente, Beratung, Service, Preiswürdigkeit und Zuverlässigkeit bieten 4. Die Öffentlichkeit lernt die Teilnehmer als ausgezeichnete Betriebe kennen 5. Die Teilnahme bedeutet Werbung für die teilnehmenden Händler durch Präsenz auf der Website www.schmuckstars.com, im Rundfunk und in Magazinen – in ganz Österreich und über mehrere Monate 6. Einladung zur Gala mit Kostenübernahme für die Finalisten 7. Öffentliche Anerkennung und Ehrung für die Arbeit als hervorragender Uhren & Schmuck-Händler.

Teilnehmer wurden in Endverbrauchermedien und über **Facebook** für das Online-Voting geworben mit der Verlosung von ausgewählten Schmuckstücken und VIP-Tickets für die Gala-Veranstaltung im neu eröffneten Wiener Luxushotel **Andaz Vienna Am Belvedere**, inkl. Übernachtung: „Wir laden Dich ein, den stationären, österreichischen Uhren & Schmuck-Handel und österreichisches Kunsthandwerk besser kennenzulernen, deren Qualitäten zu entdecken, für Deine Favoriten abzustimmen und dabei zu gewinnen. Denn dadurch ■ erfährst Du mehr über die Vorzüge österreichischer Goldschmiedekunst und heimischen Schmuckdesigns ■ kannst Du neue hervorragende Fachhändler kennen lernen, die Dir ein tolles Einkaufserlebnis und ausgezeichnete Beratung bieten ■ hast Du die Chance auf den Gewinn von wertvollen Preisen wie Uhren, Schmuck, Werkstattbesuche, Teilnahme an Gala etc. ■ Wirst auch Du zum 'Schmuckstar' bei der Gala als VIP-Gast mit Limousinenservice und Red Carpet Empfang.“

Die Jury der nach eigenen Angaben „präzisesten, brillantesten und trendigsten Wahl Österreichs“ bestand aus namhaften Vertretern der Fachpresse und aus Brancheninsidern. Neben Medienpartnern aus der Tages- und Fachpresse wurde die Aktion auch von Partnern aus Industrie, Handwerk und Verbänden unterstützt, u. a. **Baume & Mercier, Hirsch Armbänder, Thomas Sabo, Ice Watch, Scheideanstalt Ögussa** und dem **Handelsverband Österreich**.

Die glamouröse Preisverleihung fand schließlich am 23. Mai im Wiener 5-Sterne-Hotel statt. Die vergebenen Trophäen sind, Sie ahnen es, designt und 'Made in Austria', hervorgegangen aus Entwürfen eines Wettbewerbs, zu dem junge österreichische Designer und Goldschmiede von Januar bis Ende März 2019 eingeladen wurden. Die Gala fand große Beachtung und Begleitung in den Medien. Die Links zu den Preisträgern der einzelnen Kategorien finden Sie im untenstehenden Kasten. Vielleicht haben Sie Lust, sich einmal die Betriebe der österreichischen Kollegen anzuschauen, um sich die eine oder andere Inspiration aus dem Alpenland zu holen?

Welche Beweggründe führten die Initiatoren dazu, eine solche Öffentlichkeitsarbeit für den österreichischen Uhren & Schmuck-Fachhandel und das Goldschmiedehandwerk zu meistern – in einer Branche, die sich im Umbruch befindet und die ähnlichen Herausforderungen ausgesetzt ist wie in Deutschland? Führende Marken setzen vermehrt auf eigene Distributionskanäle wie Onlineshops oder eigene Geschäfte, auf Kosten der klassischen Distribution über Fachhandelspartner; die Anzahl der eigenständigen, konzernunabhängigen Premiummarken, die dieser Entwicklung entgegenwirken könnten, nimmt ab; die mittlere Preislage leidet unter nachlassendem Interesse der jungen Generation an kostbarem echtem Schmuck und an Armbanduhren, die immer mehr durch elektronische Zeitmesser ersetzt werden.

In einem Gastkommentar im Magazin **Luxury Shopping** vom 3. Mai 2019 erklärt Mitinitiatorin Ines B. Kasperek, dass nicht der Glamour-Effekt das Entscheidende am Schmuckstars-Projekt war, sondern Aufmerksamkeit und Bewusstseinsbildung für einen sich massiv verändernden Markt: „Schon lange haben wir – allen voran Christian Lerner, dem wie mir das Wohl der Uhren- und Schmuckbranche ganz besonders am Herzen liegt – an einem Konzept gearbeitet, um vor allem den Fachhandel und das Handwerk zu unterstützen. So entstand in vielen Gesprächen die Idee zu 'Schmuckstars', einer Art 'Oscar' für die Uhren- und Schmuck-

Schmuckstars-Preisträger 2019 in Österreich

Goldschmied des Jahres
Werner Pejrimovsky, Wien
www.pejrimovsky.at

Uhrenwerkstätten des Jahres
Johannes Barotanyi, Wien
www.barotanyi.at

Andrea Daum-Hübner
Uhrmachermeister-Hübner, Linz, Wels
www.zeit.at/de

Trauringspezialist des Jahres
Goldschmiede Sommer, Feldkirchen
www.goldschmiede-sommer.at

Trendjuwelier des Jahres
Kröpfl Trend, Eisenstadt
www.juwelier-kroepfl.at

Klassischer Juwelier des Jahres
Philipp Pelz, Juwelier Wempe, Wien
www.wempe.com

Uhrenhändler des Jahres
Rudolf Haider mit Team, Chronothek,
Wien www.chronothek.at

Web-Star 2019
Wolfgang Salhofer, Uhren Schmollgruber,
Ried www.uhren-schmollgruber.at

Schmuckstück des Jahres
Christian Oucherif, Juwelier Oucherif,
Linz www.juwelier-oucherif.at

Szene. Dabei sollten jedoch nicht Markenprodukte im Rampenlicht stehen, sondern jene Akteure, die direkt mit und für die Endkonsumenten arbeiten – der Fachhändler, der Goldschmied, die Uhrmachermeister.“

'markt intern'-Fazit: Gratulation den Schmuckstars-Veranstaltern für die tolle Idee und erfolgreiche Umsetzung! Dem österreichischen Uhren & Schmuck-Fachhandel ist zu wünschen, dass das Ereignis eine anhaltende Resonanz findet und neue Impulse mit sich bringt. Die von 'markt intern' ins

Wichtige Meldungen für Unternehmer aus der 'mi'-Schatzkiste

Ein Hauch von Hawaii auf der INOVA Der Uhren & Schmuck-Anbieter **M&M Germany** aus Neuss wird auf der **INOVA COLLECTION**, Fachmesse für Schmuck, Edelsteine, Perlen und Uhren (24. bis 26. August in Hofheim, mehr dazu



in der nächsten Ausgabe), seine neue Schmuckserie Frangipani vorstellen. Frangipani heißt die insbesondere auf Hawaii als Zeichen der Liebe und des Willkommenseins kultivierte Blüte des Tempelbaums, die auch unter dem Namen Plumeria bekannt ist. Sie symbolisiert natürliche Schönheit, Anmut und Grazie bei gleichzeitig purer und moderner Erscheinung. Die Serie ist die jüngste Kreation des M&M-Chefdesigners, Goldschmieds und Geschäftsführers **Georg Plum**, der jede Uhr und jedes Schmuckstück seines Sortiments selbst entwirft und damit bereits etliche Auszeichnungen gewonnen hat – zuletzt den **German Design Award 2019**. Den Charakter der Frangipani-Serie beschreibt der fachhandelsfreundliche

Georg Plum, der jede Uhr und jedes Schmuckstück seines Sortiments selbst entwirft und damit bereits etliche Auszeichnungen gewonnen hat – zuletzt den **German Design Award 2019**. Den Charakter der Frangipani-Serie beschreibt der fachhandelsfreundliche



Frangipani-Schmuck | © M&M

Anbieter so: „Charismatisch, leidenschaftlich, inspirierend und edel verbinden die Schmuckstücke Emotionalität und Leidenschaft mit hochwertiger Verarbeitung und goldschmiedischer Oberflächenveredlung. Schmuck, der die eigene Persönlichkeit unterstreicht.“ Sollten Sie in Wallau sein, können Sie den Frangipaniblüten-Schmuck aus der Nähe auf sich wirken lassen. Weitere Infos zur Messe erhalten Sie nächste Woche bei uns.

Unternehmer-Befragung zur Mitarbeiterfindung und Mitarbeiterbindung Die Studierenden des Masterstudiengangs Internationales Mittelstandsmanagement der **SRH Hochschule Heidelberg Campus Calw** führen im Rahmen eines Projektes eine Online-Umfrage unter mittelständischen Unternehmen zum Status quo der Mitarbeiter- und Auszubildenden-Situation sowie zur Rekrutierung qualifizierter Mitarbeiter durch. Parallel befragt die Projektgruppe die junge Generation,



Leben gerufenen Kampagnen zur Förderung des Verbraucher-Bewusstseins für die Stärken des stationären Fachhandels, wie die branchenübergreifende Markenkampagne oder die Auszeichnung des 1a-Fachhändlers/-handwerks, haben die gleiche Zielsetzung. Die Aktion 'Edelstein des Jahres' hätte Pate stehen können für das österreichische Pendant 'Schmuckstück des Jahres'. Ob 'Made in Germany' oder 'Made in Austria': Das weltweit anerkannte traditionsreiche Uhren & Schmuck-Handwerk in beiden Nachbarländern verdient es, unterstützt zu werden und erhalten zu bleiben.

welche Kriterien aus ihrer Sicht einen Arbeitgeber besonders attraktiv machen. Die Hochschule Heidelberg Campus Calw ist in diesem Jahr Kooperationspartner des 'Tag des Mittelstandes' am 26. September und begleitet das TdM-Motiv – der Mittelstand als Arbeitgeber – wissenschaftlich. Bis zum 26. Juli können Sie unter <https://tinyurl.com/yykeebys> an der Umfrage teilnehmen. Ihre Antworten sind gänzlich anonym und werden vertraulich behandelt. Sollten Sie Schüler, Studenten und Berufseinsteiger für die Befragung hinsichtlich ihrer Erwartungen an den Arbeitgeber der Zukunft motivieren können, führt folgender Link zum Fragebogen: <https://tinyurl.com/yxce9qxs>.

CASIO unterstützt die Markenkampagne: Wir freuen uns sehr, aus Norderstedt ein tolles Statement zu unserer Aktion zu



erhalten, mit der 'markt intern' seit vielen Jahren Local Shopping im inhabergeführten Fachhandel fördert sowie tolle, fachhandelsfreundliche Marken in den Mittelpunkt stellt. Von **Marc Czemper**, Senior Sales Manager WATCH Division bei **Casio Europe** erfahren wir: „Die 'mi'-Markenkampagne ist eine bewährte aktive Hilfe im Verkauf und unterstützt unsere Handelspartner bereits seit vielen Jahren sehr erfolgreich. Daher sind wir mit unserer Marke CASIO auch neuerlich im laufenden Jahr 2019 'an Bord' und verfolgen somit partnerschaftlich die Zielsetzung, autorisierte Wiederverkäufer im Fachhandel zu stärken.“ Der japanische Uhrenhersteller feierte im letzten Jahr außerdem schon den 35. Geburtstag der Marke G-SHOCK und hat in den letzten Jahren viel Applaus für seine innovativen Connected Watches erhalten.



Marc Czemper | © Casio

Jubiläumsumuhr geht nach dem Mond Zum 150. Firmenjubiläum bringt die Uhrenmanufaktur **Mühle-Glashütte** eine auf 150 Exemplare limitierte Sonderedition auf den Markt, die mit einer neuen Mondphasenanzeige, die erst nach 122 Jahren um einen Tag vom tatsächlichen Stand des Mondes abweicht, ebenso besticht wie mit der 2014 eingeführten, hauseigenen Auf/Ab-Anzeige und dem Mühle Zeigerdatum. Auch die Gestaltung der Mondscheibe ist ganz der Genauigkeit verpflichtet. Mühle-Glashütte hat nicht nur die kleinen

und großen Krater des rund 384.000 Kilometer entfernten Vorbildes filigran nachgeahmt. Der umgebene, in einem dunklen Blau gehaltene Nachthimmel wird durch eine eloxierte Aluminiumplatte, auf der der Mond per Lasergravur dargestellt wird, fest mit dem Uhrwerk verbunden. Eine rotierende Mondschattenscheibe sorgt dafür, dass die wandelnden Mondpha-



sen abgebildet werden. Anlässlich des Jubiläums ehrt die Uhrenhauptstadt Deutschlands die fünf Generationen umspannende Familie Mühle mit einer Sonderausstellung. Vom 21. Juni 2019 bis 5. Januar 2020 wird dort die Familiengeschichte in einer multimedialen Schau präsentiert. Ferner werden historische Instrumente und Dokumente aus Familienbesitz ausgestellt. Wer sich in Sachsen aufhält, sollte dieses Zeugnis deutscher Uhrmacher-Tradition nicht verpassen.

Branchen-Neuigkeiten unter dem Uhren & Schmuck-Mikroskop

Achtung Adress-Hai: ARP Marketing Verlag Wohl in der Hoffnung, während der Urlaubszeit überlastete Vertretungen anzusprechen, sucht der **ARP Marketing Verlag** Händler, die eine Anzeige in einem regional erscheinenden „behördenunabhängigen Anzeigenfolder“ schalten wollen. Ob dies die Kosten von fast 800€ wert ist, stellen wir in Frage. Weisen Sie unbedingt Ihre Mitarbeiter darauf hin, dass sie solche Offerten nicht ungeprüft unterschreiben sollen. Dass das Fax den Eindruck erweckt, es gehe um eine bereits abgesprochene Anzeige, ist sicherlich beabsichtigt!

Umsatzwachstum im Mai Der kühle Wonnemonat hat dem Einzelhandel ein Umsatzplus beschert. Gemäß den vorläufigen Ergebnissen des **Statistischen Bundesamtes**

Einzelhandelsumsatz		
Mai 2019* zu Mai 2018		
gesamt	nominal	(+) 4,8%
	real	(+) 4,0%
non-Food	nominal	(+) 5,9%
	real	(+) 5,1%
* 05/19 (05/18): 25 (24) Verkaufstage		
– vorläufige Ergebnisse –		
Quelle: Destatis; Tabelle: 'markt intern'		

(Destatis), Wiesbaden, wurde im Mai 2019 bei einem Verkaufstag mehr gegenüber dem Vorjahresmonat eine Umsatzsteigerung von nominal 4,8% und real 4,0% erzielt. Im Non-Food-Bereich lag das Ergebnis

noch um gut 1% darüber. Aufgrund von zwei gesetzlichen Feiertagen und der Hitzewelle werden die Juni-Zahlen einen eher gegenläufigen Trend aufweisen.

Dass Sie diese Woche luxuriöse Umsätze machen, wünschen Ihnen Ihre Chefredakteurinnen



M. Schlößer
Dipl.-Ing. Monika Schlößer



Sandra Kinder
Sandra Kinder, M.A.

Ein Paar im Luxus-Restaurant. Er: „Seltsam, mein Teller ist feucht!“ Sie: „Pssst, nicht so laut! Das ist die Suppe!“

markt intern Uhren & Schmuck - Redaktion markt intern Verlag GmbH | Herausgeber: Olaf Weber | Leitender Redaktionsdirektor: Rechtsanwalt Lorenz Huck

markt intern Verlag GmbH, Grafenberger Allee 337a, 40235 Düsseldorf, Telefon +49 (0) 211 6698-0, Telefax +49 (0) 211 6698-222, www.markt-intern.de | Geschäftsführer: Bwt. (VWA) André Bayer, Olaf Weber | Prokuristin: Sandra Kinder, M.A. | Justiziar: Dr. Gregor Kuntze-Kaufhold | HRB 11693 | Sitz: Düsseldorf | Druck: Theodor Gruda GmbH, Breite Straße 20, 40670 Meerbusch | Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages | Anzeigen, bezahlte Beilagen sowie Provisionen werden zur Wahrung der Unabhängigkeit nicht angenommen

markt intern

Europas größte Brancheninformationsbrief-Verlagsgruppe kämpft mit allen ihren Redaktionen für den langfristigen Erhalt und die Stärkung des deutschen Mittelstandes. - 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
- Parfümerie/Kosmetik
- Schuh-Fachhandel
- Spielwaren/Modellbau/Kreativ
- Sport-Fachhandel

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

