



*Hoch hinaus zur Urlaubszeit:
Maibaumklettern auf dem bayerischen
Stand während der ITB, Berlin*

Im Urlaub sitzt der Euro lockerer

Urlaubszeit ist Reisezeit: Die schönsten Wochen des Jahres stehen wieder bevor. Für viele Einzelhändler haben die Ferienmonate nach wie vor das Etikett „umsatzschwach“. Dabei winken gerade jetzt zusätzliche Chancen. Die Zeiten, als der Handel im Sommer die Türen aufgrund von Betriebsferien schloss, sollten eigentlich längst der Vergangenheit angehören. Die Deutschen gelten zwar als Reiseweltmeister, doch die meisten verbringen ihren Sommerurlaub nicht in fernen exotischen Gefilden, sondern sie zieht es nach wie vor in die Urlaubsregionen zwischen Nordsee und Alpen. Zudem werden für Kurztrips gerne deutsche Städte angesteuert. Hinzu kommen allein im Juli über zwei Millionen ausländische Gäste. Über 185 Milliarden EUR bleiben durch Fremdenverkehr in deutschen Landen hängen.

Im Urlaub geben die meisten Menschen ihr Geld viel freizügiger aus als sonst. Shopping gehört für die meisten Touristen zu den besonderen Ferienerlebnissen, so eine Analyse im Auftrag des Deutschen Tourismusverbandes. Vor allem hochpreisige Angebote laufen in den Ferienregionen gut. Die Menschen wollen die freie Zeit in vollen Zügen genießen. Dazu zählt auch das unbekümmerte Einkaufserlebnis, bei dem man nicht auf den Euro schaut. Immerhin kommen über zehn Prozent des Reisbudgets dem Ein-

zelhandel der Urlaubsorte zugute. Diese Chancen gilt es auch für die Juweliere zwischen Berchtesgaden und Timmendorfer Strand zu nutzen.

Schmuck und Uhren sind in den Ferienregionen der Renner. So manche Partnerschaft wird mit einem Schmuckstück als Andenken vertieft oder angebahnt. Auf gebräunter Haut kommen edle Metalle und Farbedelsteine zudem erst richtig zur Geltung. Viele Goldschmiede und Hersteller setzen dabei mit Erfolg auf Schmuck mit regionalem Bezug. Die Preziosen sind eine schöne Reiseerinnerung und mehr als nur banale Souvenirs. So legte zum Beispiel Niessing eine eigene Strandschmuckkollektion für die drei Kaiserbäder auf der Insel Usedom auf. Die Edelhohlringe und -anhänger funkeln mit einer Synthese aus Saphir und Padparadscha. Die drei in einer schwungvollen Welle arrangierten bernsteinfarbenen Steine symbolisieren die drei beliebten Seeheilbäder Ahlbeck, Heringsdorf und Bansin. Der Schmuckhersteller und die Kaiserbäder wollen in ihrem gemeinsamen Produkt eine besonders leidenschaftliche Identifikation mit der Trauminsel ermöglichen. Ähnliche Ideen gibt es für andere deutsche Ferienregionen oder Städte.

Ein besonderes Ausflugsziel für Juweliere und Verbraucher werden ab dem 17. Juni die

Schmuckwelten in der Goldstadt Pforzheim sein. Mit der einmaligen Verknüpfung von Branchen-Showroom und Erlebnisräumen soll die Begeisterung der Verbraucher für edle Zeitmesser und Schmuck neu entfacht werden. Damit die geweckten Begehrlichkeiten den Juwelieren in Deutschland zugute kommen, wird die Jewellery Relations Group allen an der JRG beteiligten Facheinzelhändlern einen Aufsteller für das Schaukasten zur Verfügung stellen. Er signalisiert dem Verbraucher: Wirklich hochwertigen Schmuck gibt es nur beim Juwelier. Hier kann er sicher sein, dass er auch bekommt, was ihm versprochen wurde und er noch lange Freude an seiner Urlaubspreziose haben wird.

Axel Henselder



Axel Henselder