



Nieuws - 10 augustus 2018 - 06:30

## ABN: Volop kansen voor online juwelier



**Online juwelier House of Eléonore moest stoppen, maar ABN ziet volop kansen voor innovatie in de juweliersbranche. Dat blijkt uit het vanochtend verschenen rapport Stand van de Retail.**

Online gaat in deze sector een belangrijke rol spelen. In 2012 was nog maar 3 procent van de verkopen van sieraden (binnen en buiten de branche) online; in 2018 bedraagt dit 12,7 procent. Dat betekent dat de online omzet van de producten sinds 2012 ruimschoots verviervoudigden in omzet.

Het is dus belangrijk ook online aanwezig te zijn, stelt ABN. De toename van het online aanbod gaf de consument ook meer kans om sieraden met elkaar te

vergelijken. De prijs van sieraden daalde wellicht mede daardoor (na een periode van enorme stijging) in de afgelopen vijf jaar met 8 procent (exclusief horloges), terwijl het algehele prijspeil in Nederland juist met 6 procent steeg.

De branche doet het in het algemeen goed. Er zijn nu 18 vestigingen van formules meer dan begin 2010, terwijl er sindsdien per saldo 285 zelfstandige juweliers verdwenen. De gemiddelde marges op het bedrijfsresultaat van juweliers zijn hoog (8,7 procent in 2017) in vergelijking met andere branches.

Het Belgische Baunat is een juwelier met de focus op online en heeft nu ook een vestiging in Amsterdam. Het merk claimt dat diamanten veel goedkoper kunnen worden aangeboden door schakels in de keten te vermijden.

Meerdere social media influencers worden door de branche ingezet om het jongere publiek te bereiken in de branche. Zij dragen de sieraden en plaatsen foto's en berichten op hun social media-accounts.

Zo bereikt de juwelier ook nog gemakkelijker de millennial; een interessante doelgroep voor juweliers. Een deel van deze groep zit kort in het werkende leven, en heeft daarom duidelijk meer te besteden.

ABN voorziet in het algemeen een toename van 'affordable luxury', anders gezegd: luxe producten die voor een groter publiek bereikbaar zijn. Tot deze categorie behoren bijvoorbeeld de producten van Vedder&Vedder en Anna+Nina.

Die trend van 'customization' is ook in het hogere segment aanwezig. Dit is te zien bij luxemerken Gassan, dat het mogelijk maakt om zelf een ring samen te stellen.