

gezeigt, dass mehr als drei Viertel der Verlobungsring-Umsätze auf eher günstige Modelle in der Preisklasse von 250 bis 1.000 € entfallen. Dass die Kunden durchaus bereit sind, für emotional besetzte Schmuckstücke mehr auszugeben, zeige sich etwa daran, dass der Durchschnittspreis für Trauringe seit Jahren kontinuierlich steigt – von 990 auf derzeit 1.450 €.

Emotionale Werte

medianet wollte es noch genauer wissen und hat Juweliere im Premium- und Luxussegment befragt.

„Wir haben 2020 mehr Verlobungsringe verkauft als im Jahr davor, und die Tendenz ist weiter steigend“, sagt Andreas Kopf, Juniorchef von Juwelier Kopf in Götzis. Zwar seien viele Hochzeitsmessen ausgefallen und verstärkte Social Media-Aktivitäten dafür nur ein teilweiser Ersatz, „aber im Corona-Jahr ist uns zugutegekommen, dass wir seit Langem einen sehr guten Ruf als Spezialist für Verlobungs- und Trauringe in der gesamten Region haben.“ Freuen kann sich Kopf auch darüber, dass seine Kunden sehr qualitätsbewusst sind und dafür auch gern tiefer in die Tasche greifen. Zwischen 2.500 und 4.000 € würden im Schnitt in den Verlobungsring investiert, Modelle aus Platin machen rund die Hälfte des Verkaufsvolumens aus, und fast 90% der Verlobungsringe sind Sonderanfertigungen aus dem eigenen Atelier. Am beliebtesten sei zwar weiterhin der klassische Diamantsolitär, aber die Nachfrage nach Lady Di-Modellen mit blauem Saphir habe – vermutlich durch die Netflix-Serie „The Crown“ – deutlich zugenommen.

Vera Kröpfl von Juwelier Kröpfl im Eisenstadt sieht beim Schmuck auch die Tendenz, dass mehr in den Verlobungsring investiert wird: „Einerseits will man sich etwas Schönen gönnen, andererseits spielt vor allem in schwierigen Zeiten auch der Anlagegedanke eine wichtigere Rolle.“ Gefragt seien klassische Modelle mit schmaler Ringschiene und Krappenfassung sowie Memoireringe ab etwa 1.500 bis 2.000 €. „Der Verlobungsring hat schon bisher in unserem Sortiment eine große Rolle gespielt, und wir rücken ihn jetzt noch stärker in den Fokus unserer Kunden. Seit Anfang des Jahres sind wir Premiumpart-



Romantik mit Mehrwert: Der Trend geht zu Modellen im höheren Preissegment.



ner von Meisterschmuck, einem der führenden Hersteller von Verlobungs- und Trauringen.“

Schmuck statt Urlaub

Negative Einflüsse durch die Pandemie sieht auch Julien Rossier, seit Anfang 2021 Geschäftsführer der Wiener Niederlassung von Bucherer, nicht: „Ich habe keine Veränderung in den Umsatzzahlen feststellen können. Was wir aber von unseren Kolleginnen des Verkaufsteams vernommen haben, zeigt jedoch deutlich, dass sich die Kundschaft selbst etwas Gutes tun möchte und z.B. das geplante

„Bei unseren Kunden ist der Diamant-Solitär aus der 1902-Kollektion als Verlobungsring am beliebtesten.“

ANTON HELDWEIN, CHEF DES SCHMUCKHAUSES AM GRABEN

Urlaubsgeld in ein Schmuckstück wie einen Verlobungsring investiert wird. Denn auch der Moment des Schenkens kann, ähnlich wie eben Ferien, für immer in Erinnerung bleiben.“ Am häufigsten über den Ladentisch gehen in Österreich, aber auch in der Schweiz und Deutschland klassische Modelle aus Weißgold mit Brillanten in Krappenfassung. „Aber der Anteil von Gelb- oder Rotgold steigt seit mehreren Jahren und macht heute in etwa 20% aus. Dass der Brillantschliff mit über 90% der klare Favorit ist, liegt daran, dass seine optimalen Proportionen dem Edelstein in jedem Fall das stärkste Feuer verleihen. Der Anteil der Fancy Cuts ist in den letzten Jahren in etwa gleich geblieben. Was sich ändert, ist die Verlagerung z.B. vom Cushion- zum Smaragdschliff und dann zur Tropfenform.“ Dass Diamanten in der Krise wieder vermehrt als Anlageobjekt gekauft werden, sieht Rossier auch dadurch bestätigt, dass der Absatz von losen Edelsteinen gestiegen ist.

Klassiker & Bestseller

Anton Heldwein, Chef des traditionsreichen Schmuckhauses am Graben, bestätigt den Trend zum

Verlobungsring: „Sein Anteil in unserem Sortiment steigt kontinuierlich. Wir variieren immer wieder unsere Modelle und bieten zusätzlich unseren Klassiker aus der Atelier-Kollektion, ‚1902‘, nicht nur mit Farbedelsteinen an, die beim Verlobungsring leider kaum eine Rolle spielen, sondern auch mit Brillanten. Der ist bei unseren Kunden der uneingeschränkte Bestseller. Der an sich klassische, österreichische Verlobungsring mit drei Edelsteinen wurde in den letzten Jahrzehnten durch den Diamantsolitär stark verdrängt.“ Was das Edelmetall betrifft, bevorzugt die Heldwein-Klientel eindeutig Weißgold und Platin: „Diese Materialien heben das Strahlen der Diamanten am schönsten hervor.“

Etwas experimentierfreudiger ist die Kundschaft von Juwelier Nadler in Salzburg, wo man bei Diamantschmuck vor allem auf die eigenen Kollektionen setzt. „Ein beliebter Farbtrend ist derzeit Roségold, oft wird der zentrale Solitär noch mit seitlichen Brillanten kombiniert“, sagt Geschäftsführerin Annalisa Nadler und bestätigt, dass durch den Wunsch nach Beständigkeit eher in hochwertige Schmuckstücke investiert wird. „Bei Trauringen ist derzeit Platin sehr gefragt, da die Preisentwicklung für den Kunden sehr gut ist. Dennoch ist es vor allem wichtig, dass sich der Kunde wohlfühlt mit dem Schmuckstück – unabhängig von Trends.“

Erlaubt? Was gefällt!

Das Motto „erlaubt ist, was gefällt“ steht bei der Wiener Goldschmiedin Katie Gruber noch deutlicher im Zentrum: „Viele Ringe werden heutzutage als Verlobungsringe verwendet, nicht nur klassische Diamant-Solitär. Wir ermutigen unsere Kunden, hier immer an die Persönlichkeit der Partnerin bzw. des Partners zu denken, und den Ring in Anbetracht der individuellen Vorlieben auszuwählen. Hier geht es um ein Symbol, das die einzigartige Verbindung zweier Menschen repräsentiert, nicht um ein Statussymbol.“

Sie schätzt, dass Verlobungsringe zwischen 20 und 30% ihres Sortiments ausmachen. „Wir haben zwar auch fertige Modelle, jedoch wird der Großteil der Verlobungsringe personalisiert oder komplett nach Kundenwunsch entworfen und gefertigt.“ Am beliebtesten sei derzeit das Modell aus der Hammered-Kollektion mit einem oder drei Brillanten. „Tragespuren fügen sich in die unregelmäßige Oberflä-

che ein, wodurch der Ring über die Jahre nur noch persönlicher wird. Ein weiterer Vorteil ist, dass man im Lauf der Zeit noch weitere Steine hinzufügen lassen kann, etwa, um einen besonderen Anlass, wie die Geburt eines Kindes, im Ring zu verewigen.“

Da der Verlobungsring immer häufiger gemeinsam mit dem Trauring getragen werde, stehe die Alltagstauglichkeit und der Tragekomfort des Schmuckstücks stärker im Fokus. „Daher werden zum Beispiel die Brillanten oft tiefer gefasst, damit sie weniger im Weg stehen und nicht an Kleidungsstücken hängenbleiben.“ Dass sich die Nachfrage nach Verlobungsringen durch Corona erhöht habe, kann sie nicht bestätigen. „Die Zahl der Verlobungen ist meiner Einschätzung nach ungefähr gleich geblieben, aber man sieht, dass in Zeiten wie diesen gerne in hochwertige Dinge investiert wird, die ein Leben lang Freude bereiten.“

Hauptsache individuell

Das sieht die Wiener Goldschmiedin Lena Kris ebenso. „Außerdem kann man beobachten, dass das Interesse, lokale, kleinere Betriebe zu unterstützen, in gewissen Kreisen durch die Coronakrise größer geworden ist und auch das Handwerk insgesamt wieder mehr geschätzt wird.“ Was ihre Kunden sonst noch besonders schätzen, ist Individualität. „Allerdings soll der Verlobungsring trotzdem eindeutig als solcher erkennbar sein und ein klares Zentrum haben. Das muss aber nicht zwangsläufig ein Brillant oder überhaupt ein Edelstein sein. Ein beliebtes Modell aus meinem Sortiment ist ein Ring mit einer Schlaufe in der Mitte.“ Auch der neue Narcissus Ring mit gelbem Saphir aus der Serie „Collec-



My Diamond Ring von Juwelier Schullin profitiert vom großen Trend zum Online-shopping.

Klare Vorlieben

Modische Trends spielen beim Verlobungsring kaum eine Rolle. Auch Individualisten greifen bei diesem Schmuckstück bevorzugt zu klassischen Designs wie dem Solitär- oder dem Memoire-Ring.

tion of Fragments“ wird gern als Verlobungsring genommen. „Wie alle meine Schmuckstücke ist das Design aus einer speziellen Idee entstanden. Angelehnt an die mythologische Geschichte von Narziss, soll der Ring ein Symbol dafür sein, dass wir einander gegenseitig brauchen, um unsere eigene Schönheit erkennen zu können.“

Fancy Cuts

Eine große Herausforderung für alle Juweliere und Goldschmiede waren natürlich die Lockdowns, manche, wie z.B. Kopf, haben im Vorjahr einen Onlineshop gestartet, andere wie Kröpfl über die Sozialen Medien Kontakt zu ihren Kunden gehalten.

Zu den wenigen, die schon vor Corona auf den auch für Schmuck immer wichtigeren E-Commerce und daneben ganz auf den Verlobungsring gesetzt haben und davon jetzt profitieren, zählt Lukas E. Schullin, Mitglied der bekannten Wiener Juweliersfamilie. Gemeinsam mit seiner Ehefrau Oriane hat er schon 2019 mit „My Diamond Ring“ eine Marke an den Start gebracht, die den klassischen Solitärring einer vorwiegend jungen und internet-affinen Kundschaft

„Wir haben 2020 mehr Verlobungsringe verkauft als im Jahr davor, und die Tendenz ist weiter steigend.“

ANDREAS KOPF, JUNIORCHEF JUWELIER KOPF IN GÖTZIS

schmackhaft und leicht zugänglich macht. „Unsere Kunden genießen den Umstand, dass sie während des Lockdowns von Zuhause aus das Sortiment begutachten, verschiedene Konfigurationsmöglichkeiten ausprobieren, sich umfassend informieren und dann auch online bestellen können, umso mehr“, erklärt er und sieht durchaus auch eine Tendenz zu höherpreisigen Modellen. Am liebsten werden die eher klassischen Designs gekauft, doch Fancy Cuts gewinnen an Bedeutung. „Irrsinnig gefragt sind momentan Tropfen-Schliffe, in Weiß- und Gelbgold gefasst. Farbedelsteine spielen in Europa noch keine allzu große Rolle, aber der Trend kommt, und hier werden vor allem Saphir, Rubin und Smaragd wichtig sein.“ Dass Schullin auch für schwarze Diamanten eine steigende Nachfrage sieht, ist kein Hinweis darauf, dass dem Verlobungsring düstere Zeiten bevorstehen. Ganz im Gegenteil: Immerhin hat er in einer der größten Krisen bewiesen, wie wichtig er ist – als dekoratives Schmuckstück und als Liebessymbol.