

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

BVJ: Inhorgenta-Karten für Mitglieder im Handelsverband

Auch in diesem Jahr erhalten Mitglieder im Handelsverband wieder kostenfreie Eintrittskarten zur Inhorgenta. Der Handelsverband Juweliere (BVJ) hat für Mitglieder wieder ein (begrenzt) Kontingent zur Verfügung. Die kostenfreien Ticket-Codes sind für je einen Ausstellungstag der Jubiläums-Messe vom 16. bis 19. Februar 2024 in München einsetzbar. Interessenten erhalten auf Anfrage Ticket-Codes für Tageskarten, die sie vor Messebesuch online einlösen können. Eine Online-Registrierung vorab ist zwingend erforderlich. Ein echter Vorteil für Mitglieder im Handelsverband, denn Tagestickets vor Ort kosten bis zu 65 Euro. Bestellung von Ticket-Codes mit Adressangabe (Betreff „Inhorgenta-Tickets“) direkt beim BVJ unter bvj@einzelhandel-ev.de – solange Vorrat reicht.

www.bv-juweliere.de

BVJ: „Geldwäsche“-Registrierungspflicht bei „goAML Web“

Der BVJ weist nochmals auf die Verpflichtung zur Registrierung im Geldwäsche-Portal „goAML Web“ hin. Die einmalige Registrierung ist bis spätestens zum 1. Januar 2024 für alle relevanten „Güterhändler“, insbesondere aber aus dem Bereich Edelmetalle, Schmuck, Uhren, Kunstgegenstände etc., vorgeschrieben (Verpflichtete nach § 2 Absatz 1 des Geldwäschegesetzes GwG). Die Registrierungspflicht besteht unabhängig von der Abgabe einer Verdachtsmeldung. Bislang war die Registrierung nur für die Meldung erforderlich. Unterstützende Informationen zur Registrierung und den erforderlichen Unterlagen erhalten Sie im Bedarfsfall bei Ihrem Handelsverband vor Ort oder direkt beim BVJ.

www.bv-juweliere.de

Inhorgenta: Volles Programm zum 50. Jubiläum

Die 50 Jahre Jubiläumsausgabe der Inhorgenta findet vom 16. bis 19. Februar 2024 mit einem großem Rahmenprogramm statt. Seit 1974 ist

www.inhorgenta.de



die Messe in München das Schaufenster der Branche und Schlüssel zur Erschließung neuer Märkte. „Als führende Business-Plattform in Europa bringt die Inhorgenta die richtigen Menschen zusammen. Der Wunsch nach Begegnung, Trading-up und authentischem Luxus von unabhängigen Marken eröffnet viele neue Chancen“, so Stefanie Mändlein, Exhibition Director der Messe. Die 50 Jahre Erfolgsgeschichte werden 2024 gebührend gefeiert. Zum 50-jährigen Jubiläum 2024 wird die Messe moderner und zukunftsweisender denn je auftreten. Mit einem hochmodernen neuen Look & Feel vom internationaler Star-Designer Mirko Borsche, mit einer neuen spektakulären Location und neuem Programm für den Inhorgenta Award, gleich drei Jubiläums Sonderausstellungen sowie zahlreichen weiteren Highlights im Rahmenprogramm.

EU: Einfuhrverbot der G7-Staaten für russische Diamanten

Am 18. Dezember haben die G7-Staaten das angekündigte Einfuhrverbot für russische Diamanten beschlossen. Die Einfuhrbeschränkungen sollen für in Russland abgebaute, verarbeitete oder hergestellte Diamanten (ausgenommen Industriediamanten) gelten. Die vorgeschlagenen Sanktionen sind Teil des international abgestimmten Diamantenverbots durch die G7-Staaten mit dem Ziel, Russland diese wichtige Einnahmequelle zu entziehen. Alle G7-Mitglieder werden demnach spätestens ab dem 1. Januar 2024 ein direktes Verbot von aus Russland ausgeführten Diamanten umsetzen. Am 1. März 2024 tritt ein Verbot von in Drittländern bearbeiteten russischen Diamanten in Kraft, und am 1. September 2024 wird das Verbot auf Labordiamanten und mit Diamanten besetzte Schmuckwaren und Uhren ausgeweitet. Um die Wirksamkeit dieser Maßnahmen zu erhöhen, soll innerhalb der G7 „ein robustes, auf Rückverfolgbarkeit beruhendes Überprüfungs- und Zertifizierungssystem für Rohdiamanten“ eingerichtet werden. Details zu diesem System sind jedoch noch nicht bekannt.

<https://ec.europa.eu>

HDE: Handel hofft auf Endspurt im Weihnachtsgeschäft

In der Woche vor Heiligabend hofft der Einzelhandel nach einem bislang schwachen Weihnachtsgeschäft auf einen erfolgreichen Endspurt. Mit dem bisherigen Verlauf des Weihnachtsgeschäfts sind zwei Drittel der Händlerinnen und Händler unzufrieden. Nur jedes sechste Unternehmen blickt zufrieden auf die vergangenen Wochen zurück. Das zeigt eine aktuelle Trendumfrage des Handelsverbandes Deutschland (HDE) unter mehr als 350 Handelsunternehmen. „Dem Weihnachtsgeschäft fehlt es in diesem Jahr noch an Schwung. Bei dem Großteil der Händlerinnen und Händler überwiegt kurz vor den Festtagen die Enttäuschung“, so HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth. Die Woche vor dem dritten Advent habe das Geschäft nur vereinzelt beleben können. Laut HDE-Umfrage ist

www.einzelhandel.de



mit der zurückliegenden Verkaufswoche etwas mehr als ein Fünftel der befragten Handelsunternehmen zufrieden. Gut 60 % der Händlerinnen und Händler sind hingegen unzufrieden mit dem Wochenverlauf. Ein Grund hierfür sind die vielerorts schwachen Kundenfrequenzen, die nur 18 % der Befragten als zufriedenstellend bewerten.

FH Swiss: Rekordexporte im November

Der Verband der Schweizerischen Uhrenindustrie FH meldet für November 2024 eine Rekordmonat. Noch nie zuvor wurden in einem Kalendermonat von den Schweizer Uhrenherstellern so hohe Export-Umsätze erzielt. Mit fast 2,5 Mrd. Schweizer Franken (CHF) wurde der Vorjahreswert aus dem sehr starken Jahr 2022 noch einmal um 3,1 % übertroffen. In den ersten 11 Monaten des Jahres stiegen die Exportumsätze gegenüber dem starken Vergleichszeitraum im Vorjahr noch einmal um 7,7 %. Im November legten die Exportumsätze um 5,2 % zu, Bi-Metall-Modelle aus Gold und Stahl gewannen sogar um 10,7 %. Die Umsatzsteigerungen sind allerdings ausschließlich durch Preisanhebungen begründet. Die Stückzahlverkäufe gingen in dem Umsatzrekordmonat um 1,3 % auf 1,55 Mio. verkaufte Exemplare zurück. Die Exporte der Schweizer Uhrenindustrie nach Deutschland stiegen im November um +3,9 %.

www.fhs.swiss

Breitling: Übernahme der Uhrenmarke „Universal Genève“

Breitling hat die Schweizer Traditionsuhrenmarke „Universal Genève“ übernommen. Die Marke soll eigenständig weitergeführt werden, wie es in einer Unternehmensmitteilung heißt. Universal wurde 1894 in Le Locle gegründet und spezialisierte sich auf Armbanduhren. Seit 1989 hatte Universal wechselnde Besitzer, die mit der Marke unter anderem auf der Baselworld ausstellten. In jüngster Vergangenheit wurde es jedoch still um die Marke, die jetzt unter dem Dach von Breitling mit einem neuen Team langfristig und eigenständig ein „dauerhaftes Comeback“ erfahren soll.

www.breitling.com

Bitkom: Online-Suche holt Schaufensterbummel ein

In Online-Shops nach Ideen für passende Präsente zu suchen, ist laut Bitkom inzwischen ähnlich beliebt wie das klassische Schaufenstergucken vor Ort: 38 % der Deutschen, die in diesem Jahr Weihnachtsgeschenke kaufen, dienen Vorschläge in Online-Shops als Inspiration für Weihnachtsgeschenke. 37 % schauen sich in den Geschäften vor Ort nach Ideen um, die Älteren ab 65 Jahren wesentlich mehr (48 %) als die Jüngeren zwischen 16 und 29 Jahren (23 %). Das sind Ergebnisse einer Befragung im Auftrag des Bitkom. Insgesamt setzen die meisten auf den

www.bitkom.org



Rat der Liebsten: Zwei Drittel (66 %) holen sich für die Geschenkesuche Tipps von Freunden und Familie. 31 Prozent lassen sich durch Prospekte oder Zeitschriften inspirieren. Etwa jede und jeder Vierte (27 %) schaut in sozialen Netzwerken. Unter den 16- bis 29-Jährigen sind es sogar 42 % - soziale Medien sind damit nach Freunden und Familie der zweitwichtigste Tippgeber für junge Menschen. Blog-Beiträge im Internet ziehen hingegen nur 4 % der Deutschen zu Rate, und nur 2 % setzen bislang auf Tipps durch Künstliche Intelligenz wie ChatGPT.

Christ Group: Neuer CEO Binder kommt von Thomas Sabo

Der neue CEO der Christ Group kommt von Thomas Sabo. Wie die italienische Morellato Group bestätigt, wird Dr. Gunnar Binder zum Jahreswechsel die Position des Sprechers der Geschäftsführung (CEO) des Tochterunternehmens Christ übernehmen. Seit der Übernahme hatte Morellato-Präsident Massimo Carraro das Unternehmen als Interims-CEO geführt, nachdem große Teile der Geschäftsführung und später der ersten Führungsebene das Unternehmen verlassen hatten. Binder war zwölf Jahre als Geschäftsführer/CEO und Finanzchef/CFO bei dem Hersteller Thomas Sabo aktiv. Bei Christ übernimmt er jetzt die strategische und operative Verantwortung.

www.christ.de

Chrono24: Neuer CEO Keller kommt von Zalando

Carsten Keller wird zum Jahreswechsel die Rolle des CEO bei Chrono24 übernehmen. Der neue Chef bei dem Online-Marktplatz für Luxusuhren kommt von Zalando. Die Gründer und bisherigen Co-CEOs Tim Stracke und Holger Felgner wechseln in den Beirat von Chrono24, bleiben aber Anteilseigner. Keller soll die Plattform „in die nächste Wachstumsphase“ führen. Chrono24 kommt nach eigenen Angaben monatlich auf über neun Millionen aktive Nutzer. 35.000 private sowie gewerbliche Anbieter bieten auf der Online- Plattform mehr als 530.000 Luxusuhren an.

www.chrono24.de

ECC Köln: Kanalübergreifende Zahlungsoptionen gefragt

Der richtige Mix an Zahlungsoptionen im Check-out-Prozess ist laut ECC Köln online wie stationär essenziell für eine gelungene Customer Journey. Besonders die Generation Z der zwischen 1995 und 2010 Geborenen, fordert Omnichannel-Experiences im Bezahlvorgang: Während mehr als die Hälfte der Konsument:innen (52 %) Wert auf kanalübergreifende Zahlungsoptionen legt, sind es bei der jüngeren Generation bereits rund zwei Drittel (66 %) – das zeigt das neue „ECC Payment Update 2023“ vom ECC Köln und VR Payment. Auch bei der Zahlung über mobile Endgeräte (Allgemein 75 %; Gen Z: 86 %) und „Buy Now, Pay Later“

www.ecckoeln.de



(Allgemein 24 %; Gen Z: 45 %) liegt die jüngere Generation vorne. Das Thema Nachhaltigkeit spielt für die Generation Z eine wichtige Rolle: Zwei Drittel (64 %) erwarten auch im Bereich der Zahlungsverfahren möglichst klimaneutrales Verhalten von Händlern und Anbietern. Der Aspekt der Nachhaltigkeit ist im Payment-Sektor jedoch noch erklärungsbedürftig: 75 % der Befragten können den Nachhaltigkeitsgrad von Zahlungsverfahren noch nicht nachvollziehen.

Inhorgenta Award 2024: Ehrung der Branchenbesten

Die Ehrung der Besten der Schmuck- und Uhrenbranche soll im kommenden Jahr in neuer Location mit großem Show-Erlebnis stattfinden. Die Verleihung des Inhorgenta Award 2024 wird am 17. Februar im Showpalast München vorgenommen. Anlässlich des 50-jährigen Jubiläums der Inhorgenta will man den Award im Rahmen der Gala mit dem Who-is-Who der Branche gebührend feiern. Insgesamt werden Preise in neun verschiedenen Kategorien verliehen. Neu ist die Kategorie „Luxury Watch of the Year“, für mechanische Armbanduhren ab einem Verkaufspreis von 5.000 Euro. Eine international hochkarätig besetzte Jury zeichnet die besten Schmuckstücke, Uhren, Edelsteine, Einzelhandelskonzepte, Designer und Newcomer des Jahres aus. Bewerbungen zum Inhorgenta Award können über das Online-Portal bis zum 31. Januar eingereicht werden.

www.inhorgenta.de

Diadoro: Zwei Standorte in Tirol gehen in Insolvenz

Die auch in Deutschland aktive Verbundgruppe Diadoro zieht sich im österreichischen Tirol zurück. Die Tochtergesellschaft Diadoro Handel GmbH mit zwei Standorten in Jenbach und Wörgl meldete Insolvenz an, die beiden Filialen wurden geschlossen. Der Insolvenzverwalter versuche, Investoren zum Erhalt der Standorte zu finden. Die Insolvenz der Tochtergesellschaft habe keine Auswirkungen auf die Verbundgruppe und die übrigen Aktivitäten, so Diaconnex Consultig. Die Schließung sei ein notwendiger Schritt für die erfolgreiche wirtschaftliche Weiterentwicklung der Verbundgruppe in Österreich und Deutschland.

www.diadoro.at

Vicenzaoro: Besondere Ausstellung zum 70-jährigen Bestehen

Zur kommenden Vicenzaoro vom 19. bis 23. Januar 2024 feiert die Fachmesse ihr 70-jähriges Bestehen. Zu dem Jubiläum soll es nicht nur die neuesten Schmuck- und Goldschmiedekreationen „Made in Italy“, sondern auch eine besondere Ausstellung geben. Zur Feier des Jubiläums haben die Veranstalter eine Ausstellung kuratiert, die auf die Historie der Messe zurückblickt und in sieben „Etappen“ jeweils ein Jahrzehnt und

www.vicenzaoro.com



seine Highlights auf den Punkt bringt. Auf der zeitgleich stattfindenden Messe T.Gold werden auch Komponenten und Halbfertigprodukte, Diamanten und Edelsteine, Dienstleistungen, Visual Merchandising und Verpackungen ausgestellt. Mit der „The Jewellery Boutique Show“ werden zudem die Schlüsselthemen der Schmuckindustrie in den Mittelpunkt gerückt sowie die wichtigsten Trends für 2024 vorgestellt.

Citizen: Multibrand-Store in New York

Mit einem neuen Flagship-Store wollen die zur japanischen Citizen Watch Group gehörenden Marken in New York gemeinsam überzeugen. Modelle von Citizen, Frederique Constant, Bulova, Accutron und Alpina werden in dem Geschäft auf der 5th Avenue im ersten Multibrand-Geschäft des Unternehmens präsentiert. Die Markenpräsentation erfolgt auf zwei Stockwerken, im dritten Stock bietet der Standort Platz für Veranstaltungen und Marketing-Initiativen. Zur Eröffnung des neuen Stores wurde diverse Sondermodelle und limitierte Editionen präsentiert.

www.citizenwatch-global.com

HDE: Trend zu Second-Hand-Geschenken zu Weihnachten

Second-Hand-Geschenke zu Weihnachten werden laut Handelsverband Deutschland (HDE) immer beliebter. Das zeige eine aktuelle, gemeinsame Umfrage des HDE mit dem Second Hand Onlineshop und Verkaufsservice Sellpy sowie der Marktforschungsplattform Appinio. So gaben auch 60 % der Befragten an, sich vorstellen zu können, für Weihnachtsgeschenke auf Second-Hand-Waren zurückzugreifen. Vor einem Jahr lag dieser Anteil in einer ähnlichen Umfrage noch bei 40 %. Die für den Kauf von Second-Hand-Geschenken ausschlaggebenden Faktoren sind die gleichen wie im Vorjahr: So waren sowohl 2022 als auch 2023 die drei meistgenannten Gründe für den Kauf von Second-Hand-Geschenken, dass diese nachhaltiger sind (56% vs. 46% in 2022), der günstige Preis (52% vs. 42% in 2022) und die Einzigartigkeit der Geschenke (42% vs. 27% in 2022). Die steigende Beliebtheit von Second-Hand-Geschenken ist also auf eine Mischung aus mehreren Faktoren zurückzuführen.

www.einzelhandel.de

Richemont: Online-Deal mit Plattform Farfetch geplatzt

Die Konzernmarken von Richemont werden auch künftig ohne die Luxusgüterplattform von Farfetch auskommen. Nach dem Farfetch-Verkauf an einen südkoreanischen E-Commerce-Anbieter ist Richemont von den ursprünglichen Plänen zurückgetreten. Eigentlich wollte man einen Teil der Onlineaktivitäten von YNAP (Yoox Net-A-Porter) an Farfetch verkaufen, die Farfetch Plattform-Lösung für die eigenen Luxusgütermarken einführen und Markenprodukte über den Farfetch-Marktplatz verkaufen.

www.richemont.com



Richemont betont, dass man keinerlei finanzielle Verpflichtungen gegenüber Farfetch habe und auch nicht plane in das Unternehmen zu investieren oder Kredite zu vergeben. Die Richemont Maisons operieren weiterhin auf ihren eigenen Plattformen, um „die wachsenden Omnichannel-Bedürfnisse ihrer anspruchsvollen Kundschaft bestmöglich zu bedienen“.

GfK: Konsumenten erhöhen Weihnachtsbudget

78 % der Konsumenten wollen sich laut GfK die Freude aufs Fest nicht nehmen lassen und ein Viertel plant, mehr Geld für Geschenke auszugeben als im Vorjahr. Das Budget für Weihnachtsgeschenke liegt aufgrund steigender Preise nun bei durchschnittlich 304 Euro pro Person (2022: 299 Euro) und damit deutlich niedriger als in den Pandemiejahren 2020 und 2021. Entsprechend achten 70 % der Konsumenten beim Weihnachtseinkauf stärker auf den Preis. Aber: Für ebenfalls fast 70 % der Deutschen ist es trotz Inflation und wirtschaftlicher Unsicherheit weiterhin wichtig, bei Weihnachtsgeschenken keine Abstriche zu machen. Sie planen mit dem gleichen Budget wie im letzten Jahr (44 %) oder erwarten sogar höhere Ausgaben (25 %). Einschränken wollen sich 31 % der Befragten. 13 % beabsichtigen, gar keine Weihnachtsgeschenke zu kaufen. GfK erwartet in diesem Jahr im Weihnachtsgeschäft ein Umsatzvolumen von 18,1 Mrd. Euro. Das ist ein Plus von 1 % gegenüber 2022. Berücksichtigt man die Preisentwicklung der letzten zwölf Monate, liegt das erwartete Weihnachtsgeschäft allerdings fast 3 % unter dem des Vorjahres.

www.gfk.com

Swatch Group: Gerichtsurteil gegen Samsung „Watch Faces“

Die Swatch Group hat in London einen Markenrechtsstreit gegen Samsung gewonnen. Der koreanische Hersteller war gegen ein vorangegangenes Urteil gegen seine „Watch Face“-App in Berufung gegangen. Swatch sah durch die App seine Markenrechte von Breguet, Blancpain, Jaquet Droz, Glashütte Original, Omega, Longines, Tissot, Hamilton, Mido und Swatch verletzt. Das Gericht entschied in erster Instanz, dass verschiedene im Galaxy App Store herunterladbare Zifferblätter gegen Swatch-Markenrechte verstoßen und rechnete dies der Samsung-Plattform zu. Samsung argumentierte, dass die beanstandeten Zifferblatt-Apps von Drittentwicklern über seinen Store Galaxy App angeboten worden seien. Das Urteil gegen Samsung wurde in der Berufung bestätigt.

www.swatchgroup.com

Bain: Luxusmarkt knackt die 1,5 Billionen-Euro-Marke

Der globale Luxusmarkt erreicht mit einem bis zu 10 %-igen Wachstum in 2023 rund 1,5 Billionen Euro und damit einen neuen Rekordwert. Insbesondere die Umsätze mit Luxuserlebnissen wie etwa exklusiven Kreuz-

www.bain.de



fahrten und Hotellerie, aber auch Luxusautos legten zuletzt kräftig zu. Das hat die 22. Ausgabe der „Luxury Goods Worldwide Market Study“ ergeben, die die internationale Unternehmensberatung Bain & Company zusammen mit dem italienischen Luxusgüterverband Fondazione Altgamma erstellt hat. Auch das Schlüsselsegment der persönlichen Luxusgüter – dazu gehören unter anderem hochwertige Kleidung, Schuhe, Lederwaren, Parfüm und Schmuck – verzeichnete 2023 ein anhaltendes Wachstum. Bis Ende des Jahres wird es um 4 % gegenüber 2022 zulegen und sich auf dann insgesamt 362 Mrd. Euro belaufen, so die Studie. Die Bain-Studie prognostiziert, dass chinesische Kunden bis 2030 einen Anteil von 35 bis 40 % am Markt für persönliche Luxusgüter haben werden. Der Umsatz mit Schmuck wird 2023 laut Bain voraussichtlich 30 Mrd. Euro erreichen. Auch der Ready-to-Wear-Markt sowie die Segmente Kosmetik und Uhren entwickeln sich besonders positiv.

IFH Köln: Onlineumsatz wieder über 100 Milliarden Euro

Nach zwei umsatzstarken Pandemie Jahren 2020 und 2021 ist das Marktvolumen des Onlinehandels im vergangenen Jahr 2022 um -2,6 % auf 99,5 Milliarden Euro gesunken. Für das noch laufende Jahr 2023 ergibt sich laut Hochrechnungen der Marktexperten des IFH Köln wieder ein leichtes Wachstum des Onlineumsatzes um 0,9 % auf 100,4 Milliarden Euro (inkl. MwSt.). Das zeigen die Ergebnisse des neuen „Branchenreport Onlinehandel“ des IFH Köln. Damit kommt der Onlinehandel 2023 zwar nicht an die Zugewinne in den Pandemie Jahren heran, verglichen mit den Onlineumsätzen von 2019 werden dieses Jahr aber dennoch rund 30 Milliarden Euro mehr online umgesetzt. Schreibt sich die aktuelle Trendentwicklung fort, könnte der E-Commerce bis 2027 etwa 119 Milliarden Euro Umsatzvolumen erreichen, so das IFH.

www.ifhkoeln.de

BVJ Chef-Info

Redaktion + verantwortlich für den Inhalt: Joachim Dünkelmann
Bundesverband der Juweliere,
Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V.
An Lyskirchen 14 – 50676 Köln
Tel +49 221 27166-0
Fax +49 221 27166-20
E-Mail bjv@einzelhandel-ev.de
Internet www.bv-juweliere.de

[BVJ Chef-Info abbestellen](#)

[Informationen zum Datenschutz](#)