

Februar | 2024

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

Branchenverbände: Diamant-Wissen.de gestartet

Die Verbände der Schmuck- und Edelsteinbranche haben zur Inhorgenta 2024 gemeinsam das Portal **Diamant-Wissen.de** gestartet. Die umfangreiche Faktensammlung über natürliche und synthetische Diamanten soll schrittweise ausgebaut werden. Mit der Veröffentlichung stellen der **Bundesverband Schmuck, Uhren, Silberwaren und verwandte Industrien (BVSU)**, der **Bundesverband der Edelstein- und Diamantindustrie** und der **Handelsverband Juweliere (BVJ)** leicht verständliche und zuverlässige Verbraucher- und Fachhandelsinformationen rund um Diamanten zur Verfügung. Ziel ist es, Aufklärungsarbeit in einer Branche zu leisten, die sich derzeit dynamisch entwickelt. Diamant-Wissen.de soll mit validen Informationen Transparenz schaffen und Verunsicherung vermeiden helfen. Das frei zugängliche Informationsangebot soll sukzessive erweitert und kontinuierlich aktualisiert werden. Trotz korrekter und fachlich einwandfreier Darstellung soll zugunsten der allgemeinen Verständlichkeit auf eine zu wissenschaftliche Darstellung weitestmöglich verzichtet werden. Die **differenzierte Darstellung** der Besonderheiten von Diamanten und synthetischen Diamanten bildet einen Schwerpunkt von Diamant-Wissen.de.

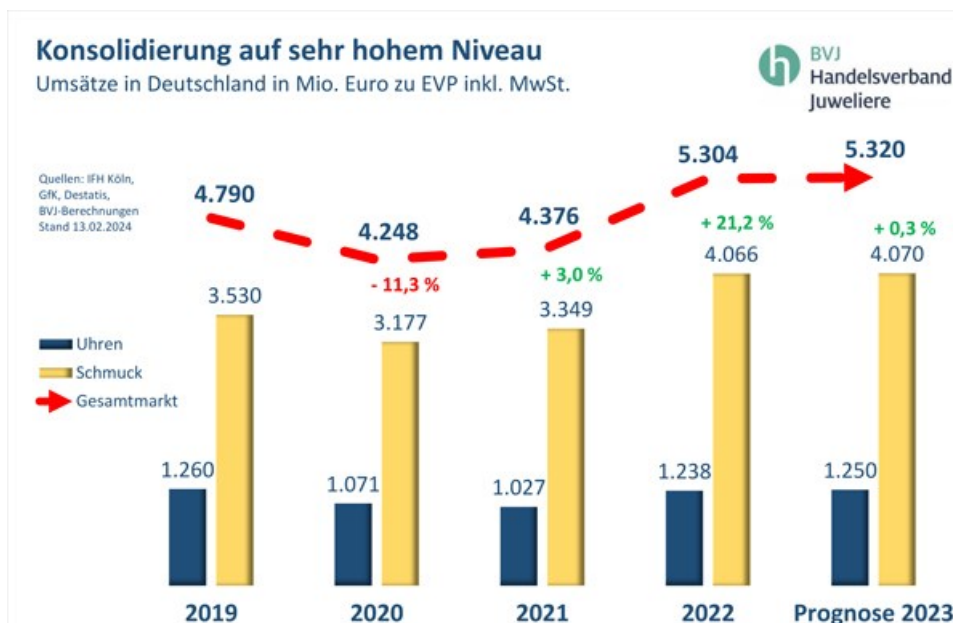
<https://diamant-wissen.de>



BVJ: Marktentwicklung stabil auf hohem Niveau

Der Einzelhandel mit Schmuck und Uhren konnte in 2023 die Umsätze auf dem sehr hohen Niveau des Vorjahres halten und sogar leicht ausbauen. Nach dem Rekordjahr 2022 sorgte das Luxussegment abermals für eine stabile Entwicklung. Dies teilte der Handelsverband Juweliere zum Start der Branchenleitmesse Inhorgenta am 16. Februar 2024 in München mit. Der **Gesamtumsatz** der Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte sowie des übrigen Handels erreichte in 2023 nach Hochrechnung des BVJ ein Volumen von **5,32 Milliarden Euro**. Der Umsatz stieg damit gegenüber dem überaus starken Vorjahr noch einmal um 0,3 %. Im Vorjahr 2022 wuchs das Volumen der Branche außergewöhnlich deutlich um über 21 %. Die Umsätze 2023 mit **Schmuck** erreichten im abgelaufenen Jahr das Niveau des Rekordjahres 2022. **Uhren** legten in 2023 leicht gegenüber dem Vorjahr um 1 % auf 1,25 Mrd. Euro zu. Über drei Viertel des Branchenumsatzes entfallen auf Schmuck. Insgesamt lagen Schmuck und Uhren in dem vergangenen Jahr 2023 also wiederum gut 11 % über 2019.

<https://www.bv-juweliere.de>



Destatis: Alter der Brautpaare steigt

Solventere Kandidaten für den Trauringmarkt? Nach einer aktuellen Veröffentlichung des Statistischen Bundesamtes (Destatis) sind die Deutschen zum Zeitpunkt ihrer ersten Hochzeit deutlich älter als noch vor 20 Jahren. Frauen sind bei der ersten Eheschließung 2022 im Schnitt 32,6 Jahre alt, Männer 35,1 Jahre – der Durchschnitt ist in 20 Jahren um fast 4 Jahre gestiegen. Vor allem die Zahl derjenigen, die im mittleren und auch noch im höheren Alter zum ersten Mal heiraten, hat deutlich zugenommen: 2022 waren 62.500 oder gut 10 % bei der ersten Eheschließung.

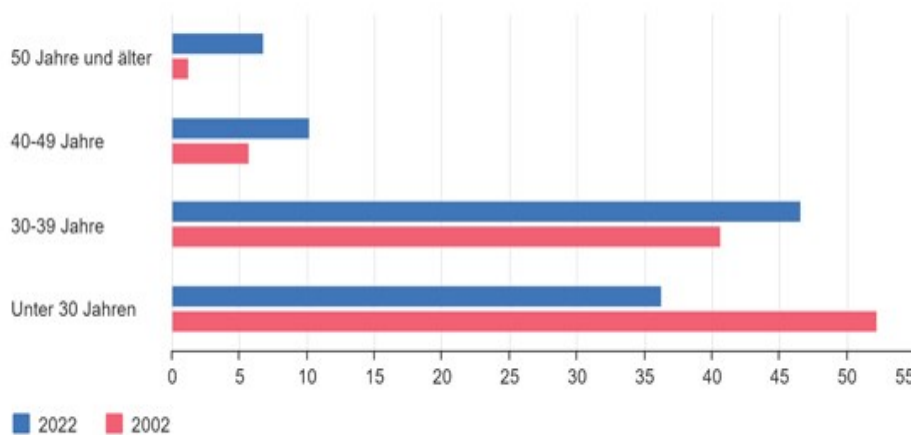
<https://www.destatis.de>



ßung 40 bis 49 Jahre alt, fast doppelt so viel wie 20 Jahre zuvor. In der Altersgruppe 50+ hat sich die Zahl auf 41.500 fast versechsfacht. Von den 781.500 Menschen, die im Jahr 2022 eine Ehe schlossen, waren 78 % „Ersttäter“, gut 20 % waren zuvor geschieden und gut 1 % verwitwet. Zum Ende des Jahres 2022 waren rund 34,6 Millionen Menschen in Deutschland verheiratet, das war knapp die Hälfte aller volljährigen Menschen hierzulande. Das Versprechen „für immer“ bleibt relativ, obwohl die Durchschnittsdauer einer Ehe steigt. Bis zur Scheidung hielten in 2022 die Ehen immerhin 15,1 Jahre, 2002 waren Ehepaare bis zur Scheidung im Schnitt noch 12,9 Jahre verheiratet.

Eheschließende bei der ersten Heirat nach Altersgruppen

in %



© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2024

Christ: Neues Store-Konzept wird multipliziert

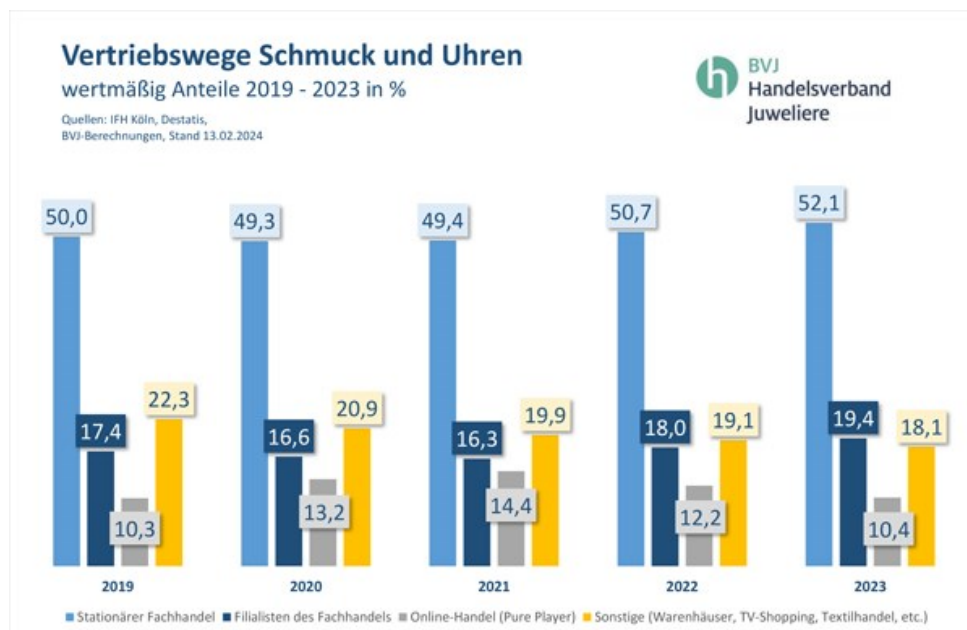
Die Juwelierkette Christ Juweliere und Uhrmacher will sich zunehmend höherwertig positionieren und mit dem neuen Store-Konzept weiter wachsen. Nach 3 Neueröffnungen im vergangenen Jahr soll eine zweistellige Zahl neuer Stores in 2024 in Deutschland und Österreich folgen, der erste im April. Nach der Übernahme durch Morellato stehen die Zeichen auf Expansion. Die Standorte sollen nicht nur die Markensichtbarkeit steigern, sondern die Vernetzung zum Online-Geschäft als Service-Punkte für die Online-Kunden realisieren. Für Retouren, aber auch für kleine bis große Anpassungen wie Armbandkürzungen oder Batteriewechsel sei es wichtig, persönlich und einfach erreichbar zu sein, so Vertriebsleiter Joachim Discher. Künftige Christ (Center-) Filialen sollen nach dem Muster der zuletzt eröffneten Stores der französischen Schwesterkette Cleor eröffnet werden. Mehr Platz für Produkte, eine neue Beleuchtung, hochwertiger Holzboden sowie eine Beratungsecke sind Merkmale des Konzeptes, das auf ein „grundlegend neu gedachtes“ Kundenleitsystem setzt.

<https://www.christ-corporate.com>

BVJ: Fachhandel gewinnt wieder Marktanteile

<https://www.bv-juweliere.de>

Bei der Entwicklung der Vertriebswege ist laut Handelsverband Juweliere (BVJ) eine klare Kundenorientierung hin zum Fachhandel zu beobachten. Der **Fachhandel** inklusive dem **filialisierenden Fachhandel** hat insgesamt einen wertmäßigen Marktanteil von deutlich über 70 % erreicht. Gleichzeitig verlor der Online-Handel im Schmuck- und Uhren-Sortiment deutlich. Gerade bei hochwertigen Produkten suche der Kunde die Inspiration und die qualifizierte Fachberatung beim Juwelier seines Vertrauens. Der Fachhandel für Schmuck und Uhren konnte so deutlich an Boden gewinnen, analysiert der BVJ. Gleichzeitig expandieren viele stationäre Händler laut Verband nicht nur mit eigenem Onlinegeschäft, sondern auch durch Übernahmen von anderen Betrieben. Die mittelständischen Filialisten sind deshalb in den letzten Jahren ebenfalls auf der Gewinnerseite. Der Online-Handel (Internet Pure Player) verlor in 2023 um rund 15 % auf einen wertmäßigen Marktanteil von 10,4 %. Das Segment „Sonstige“ verlor ebenfalls signifikant, wobei vor allem die hier enthaltenen Warenhäuser aufgrund von Schließungen und Strukturveränderungen deutliche Anteilseinbußen hinnehmen mussten.



Pandora: 8 Prozent organisches Wachstum

<https://pandoragroup.com>

Der dänische Schmuck-Riese Pandora meldet für das Jahr 2023 ein solides Wachstum über die gesamte Wertschöpfungskette. Das „organische“ Umsatzwachstum (bereinigt) lag bei 8 % auf 28,1 Mrd. Dänische Kronen (DKK, entspricht 3,77 Mrd. Euro). Damit übertraf das Unternehmen die eigenen Prognosen. Die EBIT-Marge blieb mit 25,0 % solide auf Vorjahresniveau. Pandora baut sein weltweites **Filialnetz** weiter aus. Im vergangenen Jahr wurden 109 Concept-Stores und 114 Shop-in-Shop-



Lösungen neu eröffnet. Allein im 4. Quartal 2023 eröffnete Pandora zusätzlich 72 neue Concept Stores und 69 Shop-in-Shops. Insgesamt zählt Pandora weltweit 6.500 Verkaufspunkte, darunter mehr als 2.500 Concept-Stores. Im 4. Quartal 2023 konnte man den bereinigten Umsatz in **Deutschland** durch einen veränderten Medienmix in der Werbung um 39 % steigern. Suchmaschinenmarketing und die Konzentration auf Social Media-Plattformen zahlen sich laut Pandora bei der Zielgruppe aus.

bevh: E-Commerce in der Talsohle

Die geringere Ausgabenbereitschaft der Verbraucher macht der E-Commerce-Verband bevh für die deutlich gesunkenen Gesamtumsätze im deutschen E-Commerce verantwortlich. Der Brutto-Umsatz mit Waren fiel im Gesamtjahr 2023 erstmals zweistellig um 11,8 % auf 79,7 Mrd. Euro. Der Anteil des E-Commerce mit Waren am gesamten Einzelhandel im engeren Sinn (inkl. Lebensmittel, aber ohne Apotheken-Umsätze) ging vergangenes Jahr auf 10,2 % zurück (2022: 11,8 %). Die D2C-Vertriebe (Hersteller-Versender) konnten sich mit einem Minus von -11,1 % relativ stabil halten. Marktplätze verloren um „nur“ -8,5 %, klassische und Online-Händler um -14,7 %. Am deutlichsten fielen laut bevh die Umsatzrückgänge im Multichannel-Handel aus (-18,1 %). Bei ihnen machte sich bemerkbar, dass die Kundinnen und Kunden wieder vermehrt stationäre Anlaufstellen nutzten, so der Verband. Der Online-Umsatz im Sortiment Uhren und Schmuck ging laut dem E-Commerce-Verband in 2023 um 15,4 % zurück.

<https://bevh.org>

Temu: Lieber Niedrigpreise als Qualität und Schnelligkeit?

Mit einem milliardenschweren Social Media- und Google-Werbebudget (**3 Mrd. US-Dollar** allein im vergangenen Quartal) drängt der Marktplatz Temu als Anbieter von Fernost-Billigprodukten in den europäischen Markt. Laut einer Umfrage im Auftrag der **chinesischen E-Commerce-Plattform** gibt die Mehrheit der Deutschen an, ihre Ausgaben mehr auf die Dinge des täglichen Bedarfs zu konzentrieren sowie vorsichtiger und weniger spontan Geld auszugeben. Angesichts dieser Entwicklung suchen Konsument:innen verstärkt nach **Rabatten** und **Sparmöglichkeiten**. Der wichtigste Faktor, der die Entscheidung zum Kauf eines Produkts in einem Onlineshop beeinflusst, ist laut Temu der Preis: Der Umfrage zufolge achten 66 Prozent der Verbraucher auf niedrige Preise. Gleichzeitig spielen auch die Lieferkosten eine entscheidende Rolle: 50 Prozent der Befragten gaben an, dass niedrige Lieferkosten oder eine kostenlose Lieferung einen wichtigen Faktor darstellen. Ein wiedererkennbarer Markenname sei laut Temu nur für jeden zehnten Befragten relevant. Die Befragten gaben an, sich über Codes und Gutscheine (37

<https://www temu.com>



Prozent) zu freuen, aber auch, wenn sie günstige Alternativen zu teuren Produkten (29 Prozent) oder teuer aussehende Produkte zu Schnäppchenpreisen gefunden haben (18 Prozent). Der Umfrage zufolge sind 53 Prozent der Befragten bereit, ein paar Tage auf Abverkäufe oder Sonderangebote zu warten, 40 Prozent würden sogar wochenlang auf den Kauf verzichten, wenn die Produkte danach günstiger werden würden. Temu war in den letzten Monaten in den Medien wiederholt wegen nicht durchsetzbaren **Verbraucherrechten**, **Markenrechten**, Nichteinhaltung von europäischen **Sicherheitsvorschriften** und Diskussionen um die **Einfuhrumsatzsteuer** in der Kritik.

HDE: Verbraucherstimmung auf niedrigem Niveau

Nachdem sich das HDE-Konsumbarometer im Januar deutlich nach unten bewegt hatte, stabilisiert sich die Verbraucherstimmung im Februar. Die Kurve bewegt sich eher seitwärts, die negative Entwicklung zu Jahresbeginn war nicht der Start eines weiteren Abwärtstrends. Insgesamt bleibt die Verbraucherstimmung damit weiterhin hinter den Werten von vor der Corona-Krise zurück. Das Jahr 2024 begann mit einer eingetrübten Verbraucherstimmung in Deutschland. Einen Monat später hat sich diese Stimmung nicht weiter verschlechtert. Zugleich bleibt allerdings eine deutliche Erholung aus. Die leichte Stimmungsaufhellung im Vergleich zum Januar passt zu den aktuellen Konjunkturprognosen, die größtenteils für dieses Jahr ein eher kleines Wachstum des Bruttoinlandsproduktes erwarten. Der Optimismuszuwachs der Verbraucher bleibt verhalten. So steigt die Anschaffungsneigung der Verbraucher leicht an. Die Sparneigung ebenso. Ausgangspunkt für die gleichzeitige Zunahme der Anschaffungsneigung sowie der Sparbemühungen ist der Einkommenszuwachs, den die befragten Verbraucher erwarten. Grundsätzlich zeugen die Planungen noch von einer gewissen Unsicherheit. Es kommt zu keinem signifikanten Konsumplus. Die Verbraucher agieren weiterhin verhalten und haben die Sicherung eines Finanzpolsters mit im Blick.

<https://einzelhandel.de/konsumbarometer>

EU: Recht auf Reparatur kommt

Der Rat der Europäischen Union hat über die vorläufige Einigung mit dem Parlament über das geplante „**Recht auf Reparatur**“ (R2R) informiert. Der Richtlinientext liegt zwar noch nicht vor, soll jedoch in den nächsten Monaten veröffentlicht werden und dann mit einer Übergangsfrist von 2 Jahren in Kraft treten. Die vereinbarte Rechtsvorschrift soll es den Verbrauchern erleichtern, eine Reparatur anstelle eines Ersatzes in Anspruch zu nehmen, da der Zugang zu Reparaturdiensten einfacher, schneller, transparenter und attraktiver werden soll. Die Wirtschaft hatte im Vorfeld mehrfach angemahnt, dass die Richtlinie durch Bürokratie und Verteuerung einen gegenteiligen Effekt erzielen könnte. Die vorläufige Einigung

<https://www.consilium.europa.eu>



verpflichtet die Hersteller reparaturpflichtiger Waren zur Reparatur, führt ein europäisches Informationsformular ein, das den Verbrauchern die wichtigsten Daten über den Reparaturservice liefert, und vereinheitlicht die nationalen Reparaturinformationsplattformen zu einer europäischen Online-Plattform. Noch sind Produkte wie SmartWatches oder Uhren nicht betroffen – aber zumindest bei elektronischen Zeitmessern und Fitness-Trackern könnte das **R2R** bald greifen. Denn die Liste der erfassten Sortimente wird nicht durch die Richtlinie, sondern den leicht zu ändernden Anhang bestimmt.

Inova: Westphal neue Projektleiterin

Verena Westphal hat zum 1. Februar die Projektleitung der Inova Collection übernommen. Die erfahrene Projektmanagerin hat im Team von Messeveranstalter Muveo bereits die „gardiente – home of outdoor living“ geleitet und jetzt auch die Messeleitung der Inova übernommen. Ihr Vorgänger Max Maus verabschiedet sich nach vier Jahren auf eigenen Wunsch als Projektleiter der Fachmesse. Im vergangenen Jahr wurde die Veranstaltung einmalig auf dem Gelände der Messe Frankfurt durchgeführt. Die nächste Inova Collection findet vom 30. August bis 1. September 2024 wieder in Hofheim-Wallau statt.

<https://inova-collection.de>

HDE: Umsätze im Einzelhandel sollen 3,5 Prozent steigen

Nach einem schwierigen 2023 rechnet der Handelsverband Deutschland (HDE) mit zumindest **leicht verbesserten Umsätzen** für den Einzelhandel im laufenden Jahr. Im Vorjahresvergleich steigen die Umsätze demnach nominal um 3,5 Prozent, real entspricht das einem Plus von einem Prozent. Gleichzeitig bleiben aber viele Risiken für den Konsum. Dazu gehören die Kriege in der Ukraine und in Nahost sowie der sich verschärfende Arbeitskräftemangel. HDE-Präsident von Preen warnt zudem vor den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Gefahren einer Politik der Ausgrenzung und Intoleranz. „Das laufende Jahr wird für den Einzelhandel aller Wahrscheinlichkeit nach besser als das vergangene. Auch wenn die Kaufkraftverluste der letzten beiden Jahre nicht ausgeglichen werden können, ist das zumindest eine positive Signalwirkung für die Branche“, so von Preen. Den vorsichtigen Optimismus spiegelt eine aktuelle HDE-Umfrage unter rund 850 Handelsunternehmen in Deutschland wider. Demnach geht zumindest die Hälfte der Unternehmen von stabilen oder steigenden Umsätzen aus.

<https://einzelhandel.de>



Pandora: Wechsel zu recyceltem Silber und Gold

Pandora will durch die Verwendung von recyceltem Gold und Silber künftig jedes Jahr 58.000 Tonnen CO2 einsparen. Hierfür habe man seine Beschaffung von Edelmetallen umgestellt und verwende künftig ausschließlich Material von Anbietern, die recyceltes Rohmaterial liefern. Die Umstellung soll bis 2025 abgeschlossen sein, bereits in der zweiten Jahreshälfte 2024 soll neuer Schmuck ausschließlich mit recycelten Edelmetallen produziert werden. Pandora will so den ökologischen Fußabdruck des Unternehmens weiter senken. Alle Lieferanten seien vom Responsible Jewellery Council (RJC) zertifiziert.

<https://www.pandora.net>

Inhorgenta Award: Finalisten stehen fest

Am 17. Februar 2024 werden im Showpalast München die Inhorgenta Awards 2024 verliehen. Eine hochkarätige Jury hat entschieden, wer die Finalisten des 7. Awards der Messe sind. Unter den 137 Einreichungen wurden die besten ausgewählt. Unter den Kategorien werden auch zukunftsweisende Einzelhandelskonzepte der Schmuck- und Uhrenbranche prämiert. In der Kategorie „Next Generation Retail“ stehen Jan Spille – Schmuck, Juwelen Weber und Store Design Bucherer Berlin by blocher partners zur Auswahl. Zur Jury für den Inhorgenta Award zählen Uhrenexperte Gisbert L. Brunner, Schmuckdesignerin Leo Eberlin (Leo Mathild), Sarah Fabergé (Director of Special Projects Fabergé), Anja Heiden (Mitglied der Geschäftsleitung Wempe), Martin Julier (Head of Gemlab Bucherer), Designer Patrik Muff, Gründerin und Chefredakteurin Katerina Perez, Christoph Stelzer (Dfrost, Retail-Spezialist) sowie neu in diesem Jahr der britische Schmuckdesigner Stephen Webster sowie Zurab Zazashvili (Gründer & CEO swisswatches.media)

<https://inhorgenta.com/de/award>

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 bvj@einzelhandel-ev.de
Internet www.bv-juweliere.de

[BVJ Chef-Info abbestellen](#)

[Informationen zum Datenschutz](#)