

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

BVJ: Kontinuität in der Führung

Stephan Lindner bleibt BVJ-Präsident. Die Delegierten des Handelsverband Juweliere (BVJ) wählten im Rahmen der turnusmäßigen Neuwahlen am 20. Mai 2025 in Pforzheim Lindner einstimmig zum Präsidenten. Lindner ist seit 2009 BVJ-Präsidiumsmitglied und führt den in Köln ansässigen Verband seit 2013 als Präsident. Im Rahmen der Jahrestagung wurde Jan Sebastian ebenfalls einstimmig zum Vizepräsidenten gewählt. Der Juwelier aus Mainz ist seit 2023 BVJ-Präsidiumsmitglied. Einstimmig in das Gremium wiedergewählt wurden Bernd Kippig, Hans Heinrich Kolkmeier (Vizepräsident) und Bernd Range. Marius Schafelner (Juwelier Vogl, Aschaffenburg), stellte sich nicht zur Wiederwahl und schied nach 8 Jahren im Amt turnusmäßig aus dem Präsidium aus. Das BVJ-Präsidium besteht damit aus:

- **Stephan Lindner**, Präsident (Juwelier J. B. Fridrich, München)
- **Hans Heinrich Kolkmeier**, Vizepräsident (Juwelier Heinr. Kolkmeier, Osnabrück)
- **Jan Sebastian**, Vizepräsident (Juwelier Willenberg, Mainz)
- **Bernd Kippig** (Juwelier Roller, Chemnitz)
- **Bernd Range** (Juwelier W. Range, Kassel)

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

Brogle: Antrag auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens

Der Geschäftsführer der Werner Brogle GmbH Florian Bastian Hermanns hat am 14. Mai 2025 über die Rechtsanwälte Grub, Brugger & Partner beim Amtsgericht Stuttgart den Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens gestellt. Zum vorläufigen Insolvenzverwalter wurde Dr. Tibor Daniel Braun, Fachanwalt für Insolvenzrecht bei der Stuttgarter Kanzlei Illig Braun Kirschnek (IBK), bestellt. Brogle betreibt Standorte in Esslingen und Köln sowie einen umfangreichen Onlineshop. Im Sortiment sind Marken wie Chopard, Wellendorff und Fope sowie Uhrenmarken wie Baume

<https://www.brogle.de>



& Mercier, Porsche Design und Mido. In Zusammenhang mit der zum Teil offensiven Preispolitik hatten in Vergangenheit einige Uhrenmarken die Zusammenarbeit beendet. Der Verkauf in den Brogle-Geschäften und im Onlineshop geht weiter, derzeit werden vor allem Produkte der Marken Longines und Rado mit erheblichen Nachlässen abverkauft. Brogle besteht seit 80 Jahren, Sandra Brogle war im vergangenen Oktober aus der Geschäftsführung des Unternehmens ausgetreten.

CEM: Hausmesse Mitte Juni in Münster

Der Uhren- und Schmuck-Großhändler Carl Engelkemper Münster (CEM) lädt zur Sommer-Ausstellung nach Münster ein. Vom 13. bis 16. Juni 2025 findet die Hausmesse auf dem Gelände des Münsteraner Unternehmens statt. Hier präsentiert Engelkemper die ganze Bandbreite des Angebots. Zu den Höhepunkten der Hausmesse zählen die Vorstellung des neuen „myTrends“-Magazins für CEM-Kunden sowie der neue 585er-Goldschmuck von „Classicalyou“. Weiterhin werden über 140 Neuheiten der Uhrenmarke „Adora“ präsentiert. Für Abendprogramm und Hotelkontingente ist gesorgt. Um vorherige [Anmeldung](#) wird gebeten.

<https://www.engelkemper.de>

BVJ: Appell zu Diamant-Nomenklatur

Die Vereinigung der Bundesverbände des deutschen Schmuck- und Silberwarengewerbes, in der auch der Handelsverband Juweliere (BVJ) Mitglied ist, richtet einen Appell zur Diamant-Nomenklatur an die Branche. Für die gesamte Branche ist die Einführung des synthetischen Diamanten als neue Produktkategorie eine Herausforderung. Sowohl Diamanten als auch synthetische Diamanten sind legitime Produkte, die unsere Möglichkeiten der Schmuckherstellung bereichern. Allerdings stellen einzelne Geschäftsstrategien und polarisierende Marketingansätze eine Gefahr für die gesamte Branche dar. Insbesondere in Bezug auf die langfristige Wahrung des Verbrauchervertrauens in die Branche erfüllen häufig geäußerte Falschaussagen und unnötige negative Marketingbehauptungen die Verbände der Vereinigung mit großer Sorge. Sie appellieren an alle Branchenteilnehmer, sich der Gefahr, die sich darin birgt, bewusst zu werden und ihr Verhalten selbstkritisch zu überprüfen. Den vollständigen Appell zum Thema Diamant-Nomenklatur kann hier als [PDF-Datei](#) heruntergeladen werden.

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

Inova Collection: Ausgebuchte Messehalle

Vom 29. – 31. August 2025 findet die Fachmesse Inova Collection in Hofheim-Wallau statt. Den Besuchern will der Veranstalter Muveo ein Messeerlebnis mit besonderem Mehrwert bieten. Die Messe soll Branchen-

<https://inova-collection.de>



treffpunkt, Community-Event und Impulsgeber sein. Projektleiterin Verena Westphal: „Das Zusammenspiel aus selektiver Markenauswahl, persönlicher Atmosphäre und effizienter Messeplanung macht den besonderen Charakter der Veranstaltung aus.“ Mit Ausstellern wie Boccia Titanium, Buelling, Bullnheimer & Co. / Augusta Technic, Carl Schaefer, Diamond-Group, Emil Weis Opals, Ernestes Design, Ganpati Edelstein, Giloy, G.Y.N. Mohammed, Kalbart, Mig-O-Mat, Miyabi Perlen, Nordahl Andersen, NXT LVL Brands, Palido Fine Jewels und Pink City zeigt die Inova ein breites Spektrum an Schmuck- und Designkompetenz. Neu mit dabei sind Darbin & Brening, DT&GoldArt, Ole Bergmann, Pierre Lannier Paris sowie Steel & Barnett. Im Rahmenprogramm locken Workshops, die Abendveranstaltung „Inova Night“ und der Nachwuchswettbewerb „Die goldene Nova“.

HDE: Onlinehandel wächst deutlich

Der Handelsverband Deutschland (HDE) erhöht seine Prognose für den Onlinehandel für 2025 und geht nun von einem Plus von vier Prozent im Vergleich zum Vorjahr aus. Der HDE-Online-Monitor 2025 identifiziert dabei insbesondere die Bereiche Lebensmittel und Drogeriewaren als Wachstumstreiber im Internet. Insgesamt wächst die Bedeutung von Online-Marktplätzen weiter. Davon profitieren auch Anbieter wie Temu. Der Handelsverband verstärkt deshalb seine Forderungen an die Politik nach einem fairen Wettbewerb mit Plattformen und Händlern aus Nicht-EU-Ländern. Angesichts der guten Zahlen aus dem Onlinehandel setzt der HDE seine Umsatzprognose für 2025 für diesen Bereich auf plus vier Prozent im Vergleich zu 2024 nach oben, das entspricht einem Umsatz von 92,4 Milliarden Euro. Betrachtet man die einzelnen Branchen im Onlinehandel, so fallen in den vergangenen Jahren vor allem die Bereiche Lebensmittel und Drogeriewaren positiv auf. Hier wuchsen die Onlineanteile über die letzten drei Jahre um mehr als acht bzw. mehr als neun Prozent. Der Online-Monitor steht zum [Download](#) zur Verfügung.

<https://einzelhandel.de>

De Beers Group: Synthesenmarke Lightbox wird eingestellt

Die De Beers Group hat die Absicht mitgeteilt, die Vermarktung von Schmuck mit synthetischen Diamanten unter der Marke Lightbox einzustellen. Das Unternehmen wolle sich im Schmucksektor wieder vollständig auf die Verwendung von Diamanten natürlicher Herkunft konzentrieren. Der Diamantenkonzern hatte Lightbox in 2018 gegründet. Zu Beginn wurde 800 US-Dollar pro Karat für Schmuck mit synthetischen Diamanten verlangt. Seitdem seien die Preise jedoch auf Großhandelsseite um 90 % gefallen. Man erwarte einen weiteren Preisverfall in Zukunft, so das Unternehmen. Die Vermarktung von niedrigpreisigen, massenhaft produzierten Synthesen passe nicht mehr zum Geschäftsmodell, so De Beers. Die

<https://www.debeersgroup.com>



Unternehmenstochter „Element Six“, die bislang die Synthetischen CVD-Diamanten in Oregon (USA) für Lightbox produzierte, konzentriert sich künftig auf die Vermarktung für industrielle Nutzung im Halbleitersegment und bei Quantentechnologie.

WDC: Zoll-Befreiung von Diamanten

Das World Diamond Council (WDC) hat die strategische Zoll-Befreiung von natürlichen Diamanten empfohlen. Die Lieferanten-Organisation hat einen entsprechenden Vorschlag an die US-Regierung gerichtet. Als Grund nennt das WDC die Gefährdung von mehr 200.000 Arbeitsplätzen allein in den USA. Die Erhebung von Zöllen auf Diamanten käme einer Verbrauchssteuer gleich, die die Kunden vom Kauf abschrecke. Die Befreiung natürlicher Diamanten (HS Codes 7102.10 und 7102.31) soll durch die Aufnahme in den Anhang II sichergestellt werden.

<https://www.worlddiamondcouncil.org>

ECC Köln: Digitale Touchpoints kaufentscheidend

Ob im Onlineshop oder im Geschäft – Verbraucher treffen ihre Kaufentscheidungen zunehmend auf Basis umfassender Informationen. Laut der aktuellen Studie „Click & Buy vs. Brick & Buy – Die Bedeutung von Online-Informationen für Kaufentscheidungen und -erlebnisse“ von ECC Köln in Zusammenarbeit mit 1WorldSync, bleibt Amazon vor einem Onlinekauf die wichtigste Inspirationsquelle (CE: 59 %, Sport & Freizeit: 54 %, Lebensmittel: 44 %, Beauty & Kosmetik: 40 %). Allerdings beginnt die Customer Journey auch vor dem stationären Kauf häufig online: So stoßen beispielsweise 44 Prozent der Konsumenten zuvor über Suchmaschinen auf Produkte aus dem Bereich Consumer Electronics. In der Beauty- und Kosmetikbranche wurden 36 Prozent der Käufer durch Werbung auf Social Media auf Produkte aufmerksam, bevor sie diese vor Ort erworben haben. „Die Ergebnisse zeigen klar: Online-Touchpoints gewinnen auch vor dem stationären Kauf an Relevanz. Eine enge Verknüpfung aller Vertriebskanäle ist unerlässlich, um den Kund:innen ein stimmiges Einkaufserlebnis zu bieten. Händler, die Online-Informationen und -Aktivitäten gezielt einsetzen, können Kunden am Point of Sale besser abholen und für ihre Marke begeistern,“ so Cassandra Bolz, Senior Projektmanagerin am ECC Köln.

<https://www.ifhkoeln.de/ecc-koeln>

EHI: Paypal festigt Spitzenposition

Paypal ist laut der neuen EHI-Studie „Online-Payment 2025“ nach wie vor das meistgenutzte Zahlungsmittel bei Online-Käufen in Deutschland. Der Online-Bezahldienst behauptet damit seine Spitzenposition im Ranking der Bezahlverfahren nach Umsatzanteilen und legt nicht nur leicht zu, er

<https://www.ehi.org>



vergrößert auch den Abstand zum Rechnungskauf auf Platz zwei. „Der Marktanteil von Paypal wäre noch deutlich höher, wenn Marktführer Amazon diese Zahlungsart anbieten würde. Gleichzeitig wären die Anteile von Lastschrift und Kreditkarte geringer, da sie dort die dominierenden Zahlungsarten sind, bei den meisten Onlinehändlern aber eine weitaus geringere Rolle spielen“, erklärt Payment-Experte Horst Rüter. Auffällig ist laut EHI das Wachstum des Ratenkaufs (u.a. Buy now, pay later). Zwar liegt der Ratenkauf in Deutschland mit 4,3 Prozent auf niedrigem Niveau und ist noch lange nicht so bedeutend wie in anderen Ländern, doch konnte er seinen Umsatzanteil hierzulande in den letzten drei Jahren verdoppeln. Besonders attraktiv sei der Ratenkauf sowohl für Händler als auch für die Kundschaft bei höherpreisigen Waren, da hier die mit Abstand höchsten Einkaufsbeträge aller Zahlungsarten im E-Commerce erzielt werden.

IFH / HDE: Milliardenumsatz zum Muttertag

Mehr als eine Milliarde Euro gaben die Verbraucher in Deutschland in diesem Jahr anlässlich des Muttertages für Geschenke aus. Das geht aus einer vom IFH Köln im Auftrag des Handelsverbandes Deutschland (HDE) durchgeführten, bevölkerungsrepräsentativen Umfrage unter rund 500 Personen vor. Blumen sind mit 58,7 % demnach weiterhin das beliebteste Geschenk zum Muttertag. Der Anteil derer mit Kaufabsichten für Uhren & Schmuck zum Muttertag ist gegenüber dem Vorjahr von 13,3 % auf 20 % in diesem Jahr gestiegen. Insgesamt prognostizierte der HDE zum diesjährigen Muttertag Geschenkausgaben im Einzelhandel in Höhe von 1,08 Milliarden Euro. Ausgaben für Gastronomie und Geschenkgutscheine sind nicht berücksichtigt. Im Jahr 2024 lagen die anlassbezogenen Ausgaben zum Muttertag noch bei 1,02 Milliarden Euro, die Durchschnittsausgaben pro Person bei 18,20 Euro.

<https://einzelhandel.de/muttertag>

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

Mythen und Fakten: <https://www.diamant-wissen.de>

[BVJ Chef-Info abbestellen](#)

[Informationen zum Datenschutz](#)