

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

De Beers: Konkrete Herkunftslandangabe bei Diamanten

Die Tracking-Plattform von De Beers für die Rückverfolgbarkeit von Diamanten namens Tracr soll ab Anfang 2025 das Herkunftsland für alle neu registrierten De Beers-Diamanten über 0,5 Karat in polierter Größe auflisten. Der Diamant-Konzern liefert für alle Rohdiamanten über 1,25 Karat schon jetzt die Daten zum Herkunftsland. Ab Anfang kommenden Jahres wird dies auf Rohdiamanten über 1 Karat (entspricht etwa 0,5 Karat in polierter Form) erweitert. Damit werden auch die Anforderungen der G7-Länder in Zusammenhang mit dem Importverbot für russische Diamanten erfüllt. De Beers sieht darüber hinaus in der Herkunftsangabe eine zusätzliche Möglichkeit, das Vertrauen der Kunden beim Diamanten- bzw. Diamantschmuckkauf zu stärken. Die spezifischen Herkunftsdaten tragen zu mehr Transparenz, ethischer Beschaffung und Verbrauchervertrauen bei, so De Beers. Die bisherige Herkunftsangabe der auf Tracr registrierten Diamanten wird damit weiter konkretisiert. Bisher sagte die Tracr-Ursprungsbezeichnung lediglich aus, dass die Diamanten aus einem der Länder Botswana, Kanada, Namibia oder Südafrika stammen.

<https://www.debeersgroup.com>

Inhorgenta: Internationale Besucher- und Ausstellerwerbung

Die Inhorgenta verstärkt ihre internationale Kampagne und geht insbesondere im europäischen Ausland intensiv auf Fachbesucher- und Ausstellerwerbung. Mit der Teilnahme an der Romanian Jewelry Week 2024 und der Inhorgenta Conference Anfang Oktober in Bukarest setzt das Team um Stefanie Mändlein, Exhibition Director, die Bemühungen fort. Nach den durchgeführten Inhorgenta „Trendfactory“-Veranstaltungen in London und Paris sowie der Kooperation mit schweizerischen Fondation Haute Horlogerie (FHH) ist das Engagement in Rumänien ein weiterer Baustein in Richtung internationale Expansion. Die Strategie hatte die Messe mit voller Unterstützung des Fachbeirats der Inhorgenta umgesetzt.

<https://inhorgenta.de>



Gemworld + Munich Show: Starker Auftritt in München

Mit hohen Besucherzahlen und zufriedenen Ausstellern ging am letzten Oktoberwochenende die Gemworld Munich zusammen mit der Munich Show 2024 zu Ende. Vor allem der Messesamstag war außerordentlich stark besucht. In fünf Messehallen konnten die Besucher die gesamte Bandbreite der Edelsteine und Mineralien sowie dessen, was kreative Designer oder kunstfertige Goldschmiede daraus entstehen lassen, entdecken. Über 350 der 1.150 Aussteller boten Schmuck und Edelsteine für den Fachhandel an, darunter relevante Großhandelslieferanten und Marken. Mit 32 Nationen war das Ausstellerfeld der Gemworld sehr international.

<https://munichshow.com>

BVJ: Schulung „Synthetische Diamanten“ auf der Gemworld

Im Rahmen der **Gemworld** in München fand eine Schulung „Synthetische Diamanten erkennen“ statt. Der Termin war – wie fast alle der Schulungsreihe – ausgebucht. Für das Frühjahr sind nicht nur Schulungen in Berlin und Hamburg geplant, sondern auch ein Schulungstermin im Rahmen der Inhorgenta Munich. Für Mitglieder der beteiligten Verbände gilt eine ermäßigte Teilnehmergebühr. Mit ihrem gemeinsamen Schulungsangebot wollen der Handelsverband Juweliere (BVJ), der Bundesverband Schmuck, Uhren, Silberwaren und verwandte Industrien e.V. (BVSU), der Bundesverband der Edelstein und Diamantindustrie sowie die Deutsche Gemmologische Gesellschaft e.V. (DGemG) die Teilnehmer bei der Erkennung synthetischer Diamanten unterstützen. Referent ist Dr. Tom Stephan, Geschäftsführer der Deutschen Gemmologischen Gesellschaft e.V. (DGemG) und Leiter des Ausbildungszentrums der DGemG.

<https://diamant-wissen.de/seminare>

Destatis: Einzelhandelsumsatz im August gestiegen

Die Einzelhandelsunternehmen in Deutschland haben im August 2024 laut Statistischem Bundesamt (Destatis) kalender- und saisonbereinigt sowohl real (preisbereinigt) als auch nominal (nicht preisbereinigt) 1,6 % mehr umgesetzt als im Juli 2024. Im Vergleich zum Vorjahresmonat August 2023 verzeichnete der Einzelhandel ein Umsatzplus von real 2,1 % und nominal 3,1 %. Zuvor waren die Einzelhandelsumsätze im Mai und Juni 2024 rückläufig gegenüber dem jeweiligen Vormonat (Mai 2024: real: -1,4 %, nominal: -1,1 %; Juni 2024: real: -1,1 %, nominal: -0,8 %). Anschließend stieg der Umsatz im Juli 2024 gegenüber dem Vormonat real um 1,5 % und nominal um 1,7 %. Der reale kalender- und saisonbereinigte Umsatz im Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln stieg im August 2024 um 1,1 % gegenüber dem Vormonat und um 1,2 % gegenüber dem Vorjahresmonat August 2023. Im Internet- und Versandhandel verzeichnete der reale Umsatz im August 2024 einen Anstieg von 8,9 % zum Vormonat

<https://www.destatis.de>



und lag damit 10,8 % über dem Umsatz des Vorjahresmonats August 2023.

BVSU: Exporte der deutschen Industrie bleiben schwach

Gegenüber dem Vormonat gingen die Exporte der deutschen Schmuck- und Uhrenindustrie im August 2024 merklich zurück. Dies teilte der Bundesverband Schmuck und Uhren auf Basis der Zahlen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) mit. Der Export von Schmuck sank demnach gegenüber dem Vormonat um fast 17,3 %, lag im Vergleich zum Vorjahreszeitraum jedoch 4,1 % höher. Der Export von Uhren und Uhrenteilen sank gegenüber dem Juli ebenfalls zweistellig um 14,4 %, legte gegenüber Vorjahresmonat aber um 4,3 % zu.

<https://bv-schmuck-uhren.de>

Juwelier Vogl: Übernahme von Juwelier Kuhnle

Der Aschaffenburg Juwelier Vogl übernimmt jetzt auch Juwelier Kuhnle im fränkischen Fürth. Der Traditionsjuwelier unter Führung von Marius Schafelner hat nach der Übernahme von CW Müller in Koblenz und Juwelier Depperich in Reutlingen jetzt ein drittes Haus von den bisherigen Inhabern aus dem Juwelier-Top-Segment übernommen. Die Vogl-Gruppe besteht damit jetzt aus vier Standorten. Das Stammhaus von Juwelier Vogl, der im vergangenen Jahr das 100-jährige Firmenjubiläum feiern konnte, wurde erst kürzlich umfangreich renoviert und erweitert. Die GZ Goldschmiede Zeitung berichtet in ihrer November-Ausgabe ausführlich über den neuerlichen Übernahme-Coup.

<https://www.juwelier-vogl.de>

Watches and Wonders: Junge Talente im Fokus

Auf der Watches and Wonders Geneva 2025 werden laut Veranstalter rund 60 Marken als Aussteller vertreten sein. Die Messe, 2022 nach dem Baselworld-Aus von der Watches and Wonders Geneva Foundation (WWGF) mit renommierten Marken wie Rolex, Richemont und Patek Philippe gegründet, schreibt ihre Erfolgsgeschichte damit vom 1. bis 7. April 2025 fort. Einen Schwerpunkt will man im kommenden Jahr bei der Jugend setzen: Neben den Neuheiten sollen die besten Auszubildenden, Absolventen und Handwerker ins Rampenlicht gerückt werden. Fachvorträge und Sonderausstellungen sollen junge Talente in den Vordergrund stellen. Aussteller sind unter anderem A. Lange & Söhne, Alpina und Frederique Constant, Armin Strom, Arnold & Son, Baume & Mercier, Bell & Ross, Bremont, Bulgari, Cartier, Chanel, Charriol, Chopard, Chronoswiss, Eberhard & Co, Grand Seiko, H. Moser, Hermes, Hublot, IWC, Jaeger-LeCoultre, Montblanc, Nomos, Norqain, Oris, Panerai,

<https://www.watchesandwonders.com>



Parmigiani, Patek Philippe, Piaget, Raymond Weil, Rolex, Tag Heuer, Tudor, U-Boat, Ulysse Nardin, Vacheron Constantin und Zenith.

HDE: Verbraucherstimmung bleibt getrübt

Die inzwischen seit mehreren Monaten anhaltende Abwärtsbewegung der Verbraucherstimmung setzt sich auch im Oktober fort. Das zeigt das aktuelle Konsumbarometer des Handelsverbandes Deutschland (HDE). Im Vergleich zum Vormonat gibt der Index erneut nach und geht damit bereits den vierten Monat in Folge zurück. In den letzten Monaten des Jahres wird ein vom privaten Konsum ausgehender Wachstumsimpuls daher voraussichtlich ausbleiben. Da die Anschaffungsneigung der Verbraucher im Vergleich zum Vormonat steigt, ist in den kommenden Wochen und Monaten mit einer minimalen Konsumausweitung zu rechnen. Gleichzeitig planen die Verbraucher allerdings auch, ihre Sparanstrengungen zu intensivieren. Ihre Konsumzurückhaltung ist somit weiterhin zu spüren. Mit einer konjunkturellen Erholung ist in diesem Jahr laut HDE nicht mehr zu rechnen.

<https://einzelhandel.de>

BMUV: Förderung von Repair-Cafés und Laienreparatur

Ab Dezember 2024 können ehrenamtliche Initiativen, die Verbrauchern die Reparatur defekter Produkte ermöglichen, eine Förderung beantragen. Mit über 3 Millionen Euro aus dem Förderprogramm "Reparieren statt Wegwerfen" können die Einrichtungen neue Maschinen, Werkzeuge oder Ausstattung anschaffen. Das Bundesumweltministerium will auf diese Weise Angebote für Verbraucher stärken, die ihre Produkte selber reparieren wollen anstatt sie vorzeitig zu entsorgen und neu zu kaufen. Das Förderprogramm ist die erste Bundesförderung dieser Art. Bundesumweltministerin Steffi Lemke meint, mit dem Förderprogramm 'Reparieren statt Wegwerfen' die Lebensdauer von Produkten zu verlängern. In der ersten Förderrunde des Programms können sich zunächst all jene Reparaturinitiativen bewerben, die als gemeinnützige Vereine organisiert sind. Jede gemeinnützige Reparatur-Initiative kann einmalig eine Förderung von bis zu 3.000 Euro beantragen. Die Förderung der so genannten „Laienreparatur“, die in Zusammenhang mit dem bevorstehenden „Recht auf Reparatur“ steht, stößt bei professionellen Reparaturbetrieben auf harsche Kritik. Uhren und Schmuck werden vom „Recht auf Reparatur“ voraussichtlich nicht erfasst.

<https://www.bmu.de>

IFH: Innenstadtsortimente wachsen online

Laut IFH Köln und BBE Handelsberatung gibt es ein spürbares Wachstum der „innenstadtrelevanten Sortimente“ im Online-Vertriebskanal.

<https://www.ifhkoeln.de>



Hierzu zählt man neben Fashion, CE/Elektro, Freizeit, Drogeriewaren, Wohnaccessoires, Papier-/ Büro-/Schreibwaren auch den Bereich Uhren/Schmuck. Im neuen Branchenbericht „Innenstadtssortimente 2024“ stellt man fest, dass mit Ausnahme des Pandemiejahres 2020 die innenstadtrelevanten Sortimente insgesamt gewachsen sind. Während der Internethandel (Umsätze Internet Pure Player, Versender, Hersteller sowie Onlineumsätze des stationären Handels) zwischen 2019 und 2023 um durchschnittlich 8,6 % wachsen konnte, gingen die Umsätze des rein stationären Handels um 2 % zurück. Laut den Frequenzmessungen von hystreet verzeichnen auch 2024 die Top-Lagen der Innenstädte noch Einbußen, beispielsweise minus 4,2 % (Köln, Schildergasse) bzw. minus 6,8 % (München, Neuhauser Straße) im Vergleich zu 2019. Eine noch drastischere Abwärtstendenz zeige sich bei der Anzahl der innenstadtrelevanten Unternehmungen: Von 130.000 Filialisten und kleinbetrieblichen Einzelhandelsunternehmungen der analysierten 7 Innenstadtssortimente im Jahr 2010, sind 2023 noch rund 89.300 verblieben.

Signet + De Beers: Kampagne für natürliche Diamanten

Der US-amerikanische Juwelierfilialist Signet Jewelers und der Diamantkonzern De Beers Group starten eine gemeinsame Kampagne für natürliche Diamanten. Vor allem junge Paare beziehungsweise die Käufer von Verlobungsringen sollen mit der Marketingaktion erreicht werden. Unter dem Motto „Worth the Wait“ (übers.: „das Warten lohnt sich“) will man für natürliche Diamanten als Symbol der modernen Liebe werben und die die einzigartigen Attribute des Materials herausstellen. 20.000 Vertriebsmitarbeiter von Signet wurden monatelang trainiert, um ihnen das erforderliche Wissen im Verkaufsgespräch zu vermitteln. Mit emotionalem und authentischem Storytelling mit verschiedenen realen Paaren will die Kampagne den Druck und die Freuden der Liebe veranschaulichen, während Paare sowohl als Individuen als auch in ihren Beziehungen wachsen. Diese Reise soll die Stärke und Belastbarkeit natürlicher Diamanten widerspiegeln, wenn sie aus der Tiefe der Erde reisen und sich in polierte Edelsteine verwandeln, um ihre wahre Schönheit zu offenbaren. Die Kampagne mit 90-, 30- und 15-Sekunden-Spots läuft in den USA auf allen Social Media-Kanälen und Online-Plattformen und PoS- und Schaufenster-Displays der 2.700 Signet-Shops.

<https://www.signetjewelers.com>

TÜV Verband: Mangelhafte Produkte auf Marktplätzen

Viele der per Direktversand über Online-Marktplätze wie Temu, Shein, AliExpress, Ebay oder Amazon Marketplace gelieferte Waren erfüllen laut dem TÜV-Verband nicht die in der EU geltenden Anforderungen. Mit dem Direktverkauf über Online-Plattformen kommen laut dem Geschäftsführer des TÜV-Verbandes Dr. Joachim Bühler massenhaft Produkte auf den

<https://www.tuev-verband.de>



europäischen Markt, die nicht die geltenden Anforderungen an die Produktsicherheit erfüllen. Die Bundesnetzagentur hat im Jahr 2023 rund 5.000 Warensendungen aus Drittstaaten kontrolliert und festgestellt, dass 92 % dieser Waren nicht den EU-Vorschriften entsprachen. Der Handelsverband HDE meldete, dass etwa 60 % der gelieferten Produkte wegen Verstößen gegen das Chemikalienrecht nicht verkehrsfähig waren. In einem aktuellen Positionspapier fordert der TÜV-Verband jetzt eine konsequente Anwendung des europäischen „Digital Services Act“ (DSA). Unsichere Produkte müssten schnell von den Plattformen entfernt werden, Ansprechpartner in der EU erreichbar sein und manipulative Werbung unterbunden werden. Es bestehe im Online-Handel weniger ein Regulierungs- als ein Kontroll- und Durchsetzungsdefizit, so Bühler. Notwendig seien EU-weit ausreichende Ressourcen für den Zoll und die Marktüberwachung.

BVJ: Delegiertenversammlung am 18. November

Die Delegiertenversammlung 2024 des Bundesverbandes der Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V. (BVJ) findet am 18. November statt. Schwerpunkte der diesjährigen Tagung werden die Öffentlichkeitsarbeit und Weiterbildungsaktivitäten des Verbandes bilden. Die Delegiertenversammlung ist das oberste Beschlussorgan des Verbandes. Aufgrund der terminlichen Nähe zu anderen Präsenzveranstaltungen findet die BVJ-Tagung als Videokonferenz statt.

<https://www.bv-juweliere.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

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

[BVJ Chef-Info abbestellen](#)

[Informationen zum Datenschutz](#)