

### Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

---

#### **BVJ: Einladung für Mitglieder zur Inhorgenta**

---

Der Handelsverband Juweliere (BVJ) lädt seine Mitglieder zur Inhorgenta nach München ein. Vom 16. bis 19. Februar 2024 findet Europas führende Plattform für Schmuck, Uhren und Edelsteine mit über 800 Ausstellern auf 65.000m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche statt. In diesem Jahr wird die Inhorgenta 50 Jahre jung – ein Grund zum Feiern! Nachmittags gibt es Aperos in den Hallen, ab 18 Uhr lockt von Freitag bis Sonntag die After-Show-Geburtstagsparty mit Programm und Livemusik. Sonderausstellungen, die neue Wedding World und Workshops versprechen frische Impulse. Daneben locken die Trendfactory und die WatchTalks mit vollem Programm. Auch in diesem Jahr erhalten Mitglieder im Handelsverband kostenfreien Zutritt. Die Ticket-Codes für Tageskarten können Mitglieder mit Adressangabe per E-Mail (Betreff „Inhorgenta-Tickets“) direkt beim BVJ unter [bvj@einzelhandel-ev.de](mailto:bvj@einzelhandel-ev.de) oder bei ihrem Handelsverband bestellen.

---

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

---

#### **BVSU: Trendberichte Schmuck und Uhren 2024**

---

Der Bundesverband Schmuck und Uhren (BVSU) hat seine Trendberichte für das Jahr 2024 vorgestellt. Gemeinsam mit Autorin Jeannine Reiher wurden die Trends des Marktes bereits vor den Frühjahrsmessen aufgespürt. Für den Schmuckbereich heißen sie „Talking pieces“ und „Klassiker reloaded“. Wenn die Mode auftrumpft – mit Pailletten, Glitzerfäden und Strass, darf der Schmuck nicht nachstehen. Aufregende Talking pieces werden zum Blickfang und trennen die Lager: Auf der einen Seite dominieren skulpturale Designs in minimalistischer Ästhetik und fließenden, organischen Formen. Auf der anderen Seite entfaltet sich Luxus der Extraklasse, Stücke für den großen Auftritt. Im Gegenteil dazu stehen zeitlose Klassiker, die neu aufgelegt, abgewandelt und modern interpretiert werden. Bei den Uhrentrends 2024 herrscht Ruhe und Ausgeglichenheit auf dem Zifferblatt. In der Mode schon etwas länger ein Thema, etabliert sich „Quiet luxury“ nun auch bei den Uhren. Ruhige, matte Farben und

---

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

---



Neutrals sorgen für einen unaufgeregten, hochwertigen Look. Kleine Größen, schlichte, minimalistische Zifferblätter und unaufdringliche Farben verströmen visuell Ruhe und Ausgeglichenheit. Ausnahme bilden die Damenuhren, bei denen der Schmuckcharakter der Uhr gerne deutlich hervortreten darf. Die vollständigen Trendberichte können auf der Verbandsseite heruntergeladen werden.

### **Inhorgenta Award: Einreichungen noch bis zum 31. Januar**

---

Einreichungen zum Inhorgenta Award 2024 sind noch bis zum 31. Januar möglich. Am 17. Februar 2024 wird im Rahmen einer festlichen Gala im Münchener Showpalast der Inhorgenta Award 2024 verliehen. Eine hochkarätige, international renommierte Jury prämiert die besten Ihrer Art: Zeigen Sie der Branche, was Ihr Geschäft besonders macht und bewerben Sie sich für die Kategorie „Next Generation Retail“ als bester Juwelier des Jahres. In dieser Kategorie steht die Zukunft des Einzelhandels der Schmuck- und Uhrenbranche im Mittelpunkt. Händler können sich noch bis zum 31. Januar 2024 online hier bewerben:

<https://inhorgenta.com/de/award/ueber-den-award/inhorgenta-award/>

---

<https://inhorgenta.com/de>

---

### **GfK: Ergebnisse Basisstudie „Juweliere & Uhrenspezialisten“**

---

Die GfK Basisstudie für Juweliere hat die neuesten Entwicklungen im Vertriebskanal erhoben und spannende Trends rund um den Uhrenhandel in Deutschland aufgezeigt: Online-Marktplätze gewinnen auch bei Juwelieren an Bedeutung. 38 % verkaufen bereits auf Online-Marktplätzen wie Amazon oder Ebay. Auch das Thema „Certified Pre-Owned“ Uhren wird im Handel immer relevanter, 7 % der Juweliere verkaufen bereits „Certified Pre-Owned“ Uhren, weitere 6 % planen dies in naher Zukunft. Diese und viele weitere Insights findet man in der aktuellen Basisstudie für Juweliere der GfK. Um kostenfrei die Ergebnisse der Basisstudie sowie monatliche Marktberichte mit Trends, Umsatz- und Preisentwicklungen und Hitlisten zu erhalten, können Fachhändler kostenneutral beim GfK Partnerprogramm teilnehmen. Dadurch werden laut GfK präzisere, datengestützte Entscheidungen für einen nachhaltigen Geschäftserfolg möglich. Bei Interesse und Fragen kontaktieren Sie [julia.spitzl@gfk.com](mailto:julia.spitzl@gfk.com).

---

<https://www.gfk.com>

---

### **Bijou Brigitte: Positive Umsätze auch im vierten Quartal**

---

Der Modeschmuckkonzern Bijou Brigitte hat sich nach der Corona-Phase erholt. Nach vorläufigen Zahlen des Unternehmens hielt die positive Umsatzentwicklung des vergangenen Jahres auch im vierten Quartal an. In einem Umfeld, das von vielen Unsicherheiten und einer eingetrübten

---

<https://www.bijou-brigitte.com>

---



Konsumstimmung geprägt war, sei es Bijou Brigitte gelungen, das Jahr 2023 mit einem erfolgreichen Weihnachtsgeschäft abzuschließen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr stieg der Umsatz insgesamt um 21,1 Mio. Euro oder 6,8 % auf 327,6 Mio. Euro. Die Entwicklung lag innerhalb des prognostizierten Korridors. Gegenüber dem Vorjahr lag die Zahl der Filialen zum 31.12.2023 mit 897 nur um 5 Standorte niedriger. Verglichen mit dem Vor-Corona-Jahr 2019 lag der Umsatz in 2023 nur 1,9 % niedriger, dieser wurde jedoch mit 145 Standorten weniger erzielt.

## **BVJ: Alle wichtigen Termine im Branchenkalender 2024**

---

Der Handelsverband Juweliere (BVJ) hat den Branchenkalender 2024 vorgestellt. Die werbefreie Übersicht bietet weit über 100 Termine im Überblick. Der Branchenkalender auf der Verbandshomepage [bv-juweliere.de](https://www.bv-juweliere.de) ist eine umfangreiche Sammlung mit Messen, Events und Veranstaltungen aus der Branche - inklusive Links zu dem jeweiligen Internetauftritt. Der Branchenkalender wird kontinuierlich aktualisiert und liefert so das ganze Jahr über eine aktuelle Terminübersicht.

<https://www.bv-juweliere.de/Aktuell/Termine.php>

---

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

---

## **Swatch: Starke Marge trotz Wechselkursverlusten**

---

Die Swatch Group sieht für 2024 „sehr gute Chancen für weiteres Wachstum“ in Lokalwährungen. Im vergangenen Jahr hatte der Schweizer Uhren- und Schmuckkonzern mit massiven Währungseinbußen zu kämpfen. Trotzdem erreichte das Segment Uhren & Schmuck eine unverändert starke operative Marge von 17,2 %. Der Betriebsgewinn stieg leicht auf 1,19 Mrd. Schweizer Franken (CHF). Der Konzerngewinn konnte um 8,1 % auf 890 Mio. Franken gesteigert werden, die Nettomarge erreichte damit 11,3 %. Das Swatch Management sieht trotz starkem Franken große Wachstumschancen für 2024, insbesondere auch im unteren und mittleren Preissegment. Die Marke Swatch startete laut Unternehmen mit der Scuba Fifty Fathoms „Ocean of Storms“ sehr stark ins neue Jahr. Die zum Konzern gehörende Schmuckmarke Harry Winston soll im Jahr 2024 einen Umsatz von mehr als einer Milliarde Franken erzielen. Im unteren und mittleren Preissegment soll die starke Entwicklung der Marken Swatch und Tissot, aber auch Longines weitergehen. Omega profitiere als offizieller Zeitmesser der Olympischen Spiele in Paris von der weltweiten Medienpräsenz.

---

<https://www.swatchgroup.com>

---

## **Richemont: Zweistelliges Umsatzplus zum Jahresende**

---

Der Luxusgüterkonzern Richemont meldet für das 3. Quartal des laufenden Geschäftsjahres ein Umsatzwachstum um 8 % auf 5,6 Mrd. Euro. In

---

<https://www.richemont.com>

---



den vergangenen 9 Monaten bis Jahresende stieg der Umsatz des Unternehmens sogar um 11 %. Wachstum verbuchte man weltweit in fast allen Regionen, vor allem in Japan, Asien-Pazifik und Nord- und Südamerika. Nur in Europa gingen die Umsätze um 3 % zurück. Die Performance der Vertriebskanäle wurde vom Einzelhandel angeführt, der um 11 % (bzw. um 6 % zu konstanten bzw. tatsächlichen Wechselkursen) zulegen. Der Onlinehandel ging hingegen um 5 % zurück. Die drei Juwelierhäuser der Gruppe Buccellati, Cartier und Van Cleef & Arpels erzielten den stärksten Umsatzanstieg um 12 %. Die Uhrenmarken des Konzerns legten um 3 % zu, wobei sich A. Lange & Söhne, IWC, Jaeger-LeCoultre und Vacheron Constantin besonders positiv entwickelten.

### **EHI: Leichter Frequenzanstieg in Top-Einkaufsstraßen**

---

Die Top-10-Einkaufsstraßen Deutschlands konnten laut Daten vom EHI im vergangenen Jahr einen leichten Anstieg der Besucherzahlen um 0,5 % auf 203,62 Mio. Passanten verzeichnen. Das geht aus der Auswertung der Frequenzdaten von Hystreet hervor. Spitzenreiter im Ranking ist im Jahr 2023 mit 28,62 Millionen Passanten die Neuhauser Straße in München. Sie verzeichnet einen zweistelligen Besucherzuwachs von knapp 12 % im Vergleich zum Vorjahr und verdrängt die Münchner Kaufingerstraße auf Platz 2, die mit 28,56 Mio. 7 % weniger Menschen zählte. An dritter Stelle bleibt die Frankfurter Zeil mit 23,3 Passanten (minus 2,4 %). Auf den Plätzen vier und fünf folgen wie im Vorjahr die Georgstraße in Hannover (+4,9 %) und die Schildergasse in Köln (+3,9 %). Auch die Theatinerstraße in München verzeichnet mit einem Plus von 6,5 % auf 17,04 Mio. Besucher einen deutlichen Anstieg. Der Dortmunder Westenhellweg rückt trotz eines leichten Rückgangs der Besucherzahlen (-0,8 Prozent) von Platz 9 im 2022er-Ranking auf Platz 7 im aktuellen Ranking vor. Neu in den Top Ten ist die Hamburger Spitalerstraße mit 15,22 Mio. Besuchern.

---

<https://www.ehi.org>

---

### **Kartellstrafe: Bußgeld für Verbot von Rolex-Onlineverkäufen**

---

Ein Urteil der französischen Wettbewerbsbehörde (Autorité de la concurrence) gegen Rolex sorgt für Aufsehen. Das Unternehmen soll Bußgelder in Höhe von 91,6 Mio. Euro zahlen, weil Rolex ihren Vertriebspartnern über einen Zeitraum von mehr als 10 Jahren den Online-Verkauf von Rolex Uhren untersagt hatte. Hiergegen hatten der Juwelier und Ex-Konzessionär Pellegrin & Fils mit Unterstützung seiner Gewerkschaft (Union de la Bijouterie Horlogerie) geklagt. Die Behörde ist der Ansicht, dass die Bestimmungen des selektiven Vertriebsvertrags zwischen Rolex France und seinen Vertriebspartnern ein vertikales, wettbewerbsbeschränkendes Kartell zum Nachteil der Verbraucher und Händler darstellten. Rolex hatte das Verbot von Onlineverkäufen nicht bestritten. Zusätz-

---

<https://www.autoritedelaconcurrence.fr/>

---



lich zur Geldstrafe wurde Rolex verpflichtet, die Vertriebspartner schriftlich über das Urteil zu informieren und die Entscheidung in der Tageszeitung Le Figaro und der Fachzeitschrift Montres Magazine zu veröffentlichen. Den Vorwurf der ebenfalls von Pellegrin & Fils bemängelten Preisbindung seiner Vertriebspartner durch Rolex wies die Behörde zurück. Hierfür fanden die Wettbewerbshüter bei den durchgeführten Durchsuchungen bei Rolex France keine hinreichenden Beweise.

## **Osmium: Monopol steuert Preisfindung**

---

Aufgrund mehrerer Nachfragen aus Mitgliederzeilen weisen der Handelsverband Juweliere (BVJ) und der Bundesverband Schmuck, Uhren, Silberwaren und verwandte Industrien (BVSU) auf mangelnde Nachvollziehbarkeit im Preisfindungsprozess bei kristallinem Osmium hin. Kristallines Osmium wird nach eigener Aussage ausschließlich durch die deutsche „Osmium Institut zur Inverkehrbringung und Zertifizierung von Osmium GmbH“ in den Verkehr gebracht. Hierfür gebe es nur eine einzige Lieferquelle in der Schweiz, mit dem das Institut eine unbefristete Exklusivvereinbarung habe. Dadurch bestehe für kristallines Osmium ein Monopol. Die Preisfestlegung erfolgt laut Monopoloﬀenlegung der Osmium-Institute in der Schweiz. Kristallines Osmium wird derzeit nicht frei gehandelt, der Preis wird nicht über einen Kurs gebildet. Ein wesentlicher Teil bei der Preisbildung sind laut Anbieter nicht näher definierte Kosten für Kristallisation und Zertifizierung. Für Anleger bestehe die Chance darin, dass das endlich gewonnene Osmium in naher Zukunft „ausgehe“, so das Institut. Das zur Gruppe der Edelmetalle gehörende chemische Element Osmium ist in seinem flüssigen Rohzustand hoch toxisch. Laut Osmium Institut ist es in kristalliner Form unkritisch. Bei Missachtung der „Verarbeitungshinweise“, insbesondere bei Erhitzung, bestehen laut Osmium Institut möglicherweise erhebliche Gesundheitsrisiken.

---

<https://www.osmium.com>

---

## **eBay: Ausweitung der Echtheitsprüfung für Luxus-Artikel**

---

Der Online-Marktplatz eBay erweitert die Echtheitsprüfung für Luxus-Artikel. Damit haben deutsche Käufer zusätzlich Zugang zu einem Sortiment von Tausenden auf Authentizität geprüften Artikeln von Verkäufern aus Italien, Frankreich, Polen, Österreich, den Niederlanden, Spanien und Belgien. Die eBay-Echtheitsprüfung läuft in ausgewählten Märkten bereits seit 2020. Die Öffnung für den europäischen Markt, der laut einer Bain-Studie gut 50 % der globalen Verkäufe von gebrauchten Luxusgütern ausmacht, ist der laut eBay der „nächste logische Schritt“ in dieser Entwicklung. Die kostenfreie eBay-Echtheitsprüfung umfasst eine professionelle Überprüfung von Echtheit und Artikelzustand sowie den sicheren Versand. In einem nächsten Schritt plant die Online-Plattform

---

<https://www.ebay.de>

---



die sukzessive Ausweitung der Echtheitsüberprüfung in weitere Regionen und auf zusätzliche Kategorien.

## **IEG: 70-jährige Vicenzaoro bricht Rekorde**

---

Zu Ihrem 70-jährigen Jubiläum hat die Vicenzaoro „alle Rekorde gebrochen,“ so der Veranstalter Italian Exhibition Group (IEG). Die Zahl der Besucher stieg demnach noch einmal um 3 % gegenüber dem Rekord-Vorjahr – die absoluten Zahlen nennt die Messe jedoch nicht. Der Anteil der ausländischen Besucher lag im Rahmen der Messe Mitte Januar bei 60 %, 53 % kamen aus dem europäischen Ausland. Die Technologie-Messe im Rahmen der Vicenzaoro „T.Gold“ verzeichnete einen Besucheranstieg um 4,7 %, der Uhrenbereich „timepiece“ legte bei den Besucherzahlen um 13 % zu. Die Vicenzaoro findet zweimal im Jahr statt, die Herbstausgabe 2024 ist vom 6. bis 10. September.

---

<https://www.vicenzaoro.com>

---

## **Swatch Group: Erste Tissot Boutique in Deutschland**

---

Kurz vor Weihnachten hat Tissot die erste Monobrand Boutique Deutschlands eröffnet. Die Swatch Group setzt damit für ihre Konzernmarke im unteren und mittleren Preissegment in Frankfurt am Main Im Steinweg 6 auf ein exklusives Einkaufserlebnis in bester Lage in der Nähe von Zeil und Goethestraße. Die Tissot Boutique soll auf zwei Etagen und 120 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eine außergewöhnliche, abwechslungsreiche Shopping-Welt mit Barbereich bieten. Tissots neue Präsenz greift die Designcodes der Marke auf, wie sie bereits in den Boutiquen in Paris, Osaka oder Rom umgesetzt wurden. Im direkten Umfeld führen diverse Juweliere die Marke Tissot, zum Teil als Shop-in-Shop.

---

<https://www.tissotwatches.com>

---

### **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](mailto:bjv@einzelhandel-ev.de)  
Internet [www.bv-juweliere.de](http://www.bv-juweliere.de)

[BVJ Chef-Info abbestellen](#)

[Informationen zum Datenschutz](#)