

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

BVJ+EPM: Pressearbeit pro Ohrlochstechen im Sommer

In einer gemeinsamen Pressemeldung weisen die Verbände Handelsverband Juweliere (BVJ) und der Internationale Verband der Ohrlochstech-Spezialisten (EPM) darauf hin, dass Ohrlochstechen im Sommer bei guter Pflege kein Problem ist. Vor allem aufgrund von irreführenden Medien-Meldungen war die Veröffentlichung vor der beginnenden Hauptferienzeit notwendig geworden. Laut den Verbänden steht mit professioneller Durchführung und verantwortungsvoller Nachsorge dem Ohrlochstechen im Sommer nichts im Wege. Vielmehr sind die Sommerferien für viele Familien genau der richtige Zeitpunkt, ihren Kindern fachgerecht Ohrlöcher stechen zu lassen. Die Pressemeldung mit begleitendem Bildmaterial steht auch Juwelieren zur Nutzung in ihrer Kundenkommunikation bei Quellennennung frei.

<https://www.bv-juweliere.de/Aktuell/Presseinformation/Ohrloecher-im-Sommer-bei-guter-Pflege-kein-Problem>

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

BVJ: Synthetische Diamanten sind nicht „echt“

Der Handelsverband Juweliere (BVJ) weist erneut auf mögliche rechtliche Konsequenzen für Juweliere bei der Verwendung von unkorrekter Nomenklatur zu synthetischen Diamanten hin. Auch die Verwendung des Begriffes „echt“ in Zusammenhang mit synthetischen Diamanten ist rechtlich höchst bedenklich und beinhaltet ein hohes Abmahnrisiko. Einige Hersteller hatten in jüngster Vergangenheit synthetisch hergestellte Steine in ihren Marketing-Vorlagen als „echte Diamanten“ bezeichnet. Regelmäßig informiert der BVJ über mögliche wettbewerbsrechtliche (Irreführung) und strafrechtliche (Betrug) Konsequenzen, die aus verbrauchertäuschender Kommunikation resultieren können. Vor allem die unkritische Übernahme von Marketingtexten und Werbesprüchen von Lieferantenseite birgt hier erhebliche Risiken. Bei der Verwendung irreführender oder bewusst

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



täuschender Formulierungen in der Endverbraucher-Kommunikation kann der Händler direkt belangt werden. Dies gilt auch dann, wenn er nicht selbst der Urheber ist und sich auf die Korrektheit von Lieferantenformulierungen und Werbeaussagen verlässt.

Richemont: Schmuck läuft besser als Uhren

Der Umsatz des Luxusgüterkonzerns Richemont stieg im 2. Quartal 2025 um 3 % (um 6 % zu konstanten Wechselkursen) auf 5,4 Mrd. Euro. Der Schmuckbereich mit den Marken Buccellati, Cartier, Van Cleef & Arpels und Vhernier legte um 11 % auf 3,91 Mrd. Euro Umsatz zu. Die Uhrenmarken des Unternehmens (A. Lange & Söhne, Baume & Mercier, IWC Schaffhausen, Jaeger-LeCoultre, Panerai, Piaget, Roger Dubuis und Vacheron Constantin) verloren 7 % und fielen auf 824 Mio. Euro Umsatz.

<https://www.richemont.com>

Wempe: Boutiquen mit IWC Schaffhausen und Panerai

Wempe baut die Kooperation mit führenden Uhrenmarken weiter aus. In der Hamburger 1A-Lage am Neuen Wall hat der Juwelier im Juni auf 120 Quadratmetern Verkaufsfläche eine IWC-Boutique eröffnet. In unmittelbarer Nähe zu weiteren Luxusmarkengeschäften wie Breitling oder Cartier will man die Position in der Heimatstadt des Unternehmens stärken. Bei der Präsentation von der Richemont-Marke IWC Schaffhausen steht neben den Uhren das Marken-Erlebnis im Vordergrund. Im Juli hat Wempe jetzt in Stuttgart eine Marken-Boutique in Zusammenarbeit mit Panerai eröffnet. Im Dorotheen Quartier präsentiert man auf 49 Quadratmetern Verkaufsfläche die italienische Nobelmarke, ebenfalls aus dem Richemont-Konzern.

<https://www.wempe.com>

Swatch Group: China verhagelt Halbjahresbilanz

Die Swatch Group hat im ersten Halbjahr 2025 einen Umsatz von 3,06 Mrd. Schweizer Franken (CHF) erzielt und damit auf vergleichbarer Basis 7,1 % weniger als im Vorjahreszeitraum. Zu aktuellen Kursen lag das Minus bei 10,4 %, der negative Währungseffekt betrug 113 Mio. CHF. Der Betriebsgewinn sank von 204 Mio. im Vorjahr auf jetzt 68 Mio. CHF, der Konzerngewinn sank von 147 auf 17 Mio. CHF. Der Umsatzrückgang ist laut dem Konzern ausschließlich auf China inklusive Hong Kong und Macau zurückzuführen. Hier lag der Umsatz im Großhandelsgeschäft 30 % unter Vorjahresniveau, die eigenen Läden verloren in China 15 %. Die Umsätze der übrigen Regionen erreichten demnach in Lokalwährungen das Niveau der Rekordjahre 2023 und 2024. Der Konzern rechnet für das zweite Halbjahr mit einer leichten Verbesserung des Konsums in China.

<https://www.swatchgroup.com>



Die Swatch Group erzielt mittlerweile über 45 % des Gesamtumsatzes des Uhren- und Schmuckbereichs mit eigenen Retailaktivitäten, also Direktvertrieb über eigene Läden und Onlineverkauf.

TeamBank: Markteinführung von Rechnungskauf

Der BVJ-Partner TeamBank erweitert mit der Markteinführung von ‚easyCredit-Rechnung‘ das Produktportfolio um die bei Kunden beliebte Zahlart Rechnungskauf. Mit easyCredit-Rechnung können höherpreisige Online-Einkäufe zwischen 50 Euro und 5.000 Euro bequem auf Rechnung bezahlt werden. Frühestens 30 Tage nach Erhalt der Ware wird der Rechnungsbetrag vom Konto der Kundinnen und Kunden eingezogen. Händler erhalten den Rechnungsbetrag ohne Ausfallrisiko zeitnah nach der Waren-Lieferung durch die TeamBank erstattet. In bestehende Online-Shops lässt sich die „buy now pay later-Lösung“ nahtlos im Betrieb integrieren.

<https://partner.easycredit.de/rechnung>

Edahn Golan: Großhandelspreise für Synthesen fallen weiter

Nach Untersuchung des Branchenkenners Edahn Golan sind die Großhandelspreise für synthetische Diamanten im zweiten Quartal 2025 weiter gefallen. Gegenüber dem letzten Quartal sanken die Preise durchschnittlich um 6,7 %. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum fielen die Großhandelspreise in der populären Kategorie zwischen 1 und 3 Karat um 42 %. Vor allem die größeren Steine mit 3 Karat verloren gegenüber dem Vorjahr um die Hälfte. Die durchschnittlichen Einzelhandelspreise für einen runden Einkaräter mit IGI Zertifikat liegen laut Golan bei rund 191 US-Dollar und damit etwa doppelt so hoch, wie der Großhandelspreis, der deutlich unter 100 Dollar gefallen ist.

<https://www.edahngolan.com>

BIBB: Umsetzungshilfe für Goldschmiedeausbildung

Das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) stellt eine Umsetzungshilfe für den neu geordneten Ausbildungsberuf zum Gold- und Silberschmied/-in sowie Edelsteinfasser/-in zur Verfügung. Die Ausbildungen der Berufe wurden strukturell und inhaltlich modernisiert. Goldschmied/-in und Silberschmied/-in wurden zu einem Ausbildungsberuf mit der Berufsbezeichnung Gold- und Silberschmied/-in zusammengefasst. Der Ausbildungsberuf Edelsteinfasser/-in bleibt weiterhin als eigenständiger Ausbildungsberuf bestehen. In den neuen Verordnungen finden u. a. veränderte Arbeits- und Geschäftsprozesse, neue Fertigungstechniken, Aspekte der Nachhaltigkeit, der Digitalisierung sowie der Qualitätssicherung Berücksichtigung. Die Umsetzungshilfe beinhaltet ausführliche Informationen zu den Ausbildungsinhalten der beiden

<https://www.bibb.de/neue-berufe>



Berufe. Sie erleichtert Ausbilder/-innen und Berufsschullehrer/-innen mit ausführlichen Erläuterungen zu den Lernzielen des Ausbildungsrahmenplans und Informationen zu den Lernfeldern des Rahmenlehrplans die Vermittlung der Inhalte in der Ausbildungspraxis. Checklisten und Muster für die betriebliche Ausbildung und Hinweise zu den Prüfungen runden das Angebot der Umsetzungshilfe ab. Die Publikation basiert auf der Verordnung vom 20. März 2025. Auf der Seite des BIBB stehen neben der Umsetzungshilfe außerdem Materialien für Berufsschulen, Betriebe und für Prüfungen zum Download zur Verfügung https://www.bibb.de/dienst/berufesuche/de/index_berufesuche.php/profile/apprenticeship/edelsf25?page=3

GZ+IEG+BVJ: „German Get-Together“ auf Vicenzaoro

Die GZ und Vicenzaoro vertiefen ihre Partnerschaft mit German Get-Together am 6. September ab 18 Uhr auf dem Messeplatz in Vicenza – unterstützt vom Handelsverband Juweliere (BVJ). Drinks, Fingerfood und beste Gesellschaft versprechen einen Abend voller Austausch, Netzwerk und Inspiration. Erstmals laden die Partner zu dem gemeinsamen Get-Together auf dem Messegelände ein. Am Vicenzaoro-Samstag heißt es dann bei Drinks und Fingerfood: anstoßen, austauschen und neue Kontakte knüpfen. Der Abend richtet sich an alle Aussteller und Besucher der Messe und bietet in entspannter Atmosphäre Raum für persönliche Begegnungen und frische Impulse.

<https://www.vicenzaoro.com>

Inhorgenta: Kooperation mit Fondation Haute Horlogerie

Die Inhorgenta wird offizieller Partner der Fondation Haute Horlogerie (FHH) und baut die strategische Zusammenarbeit 2026 weiter aus. Nach einem erfolgreichen Auftakt der Kooperation in 2025 intensivieren beide Institutionen ihre Zusammenarbeit, um für die Messe in 2026 ein noch wegweisenderes und eindrucksvolleres Erlebnis des Uhrmacherhandwerks zu schaffen. Die Partner wollen vom 20. bis 23. Februar 2026 einen erweiterten und neu ausgerichteten FHH Cultural Space auf der Inhorgenta schaffen. Geplant ist ein kuratiertes Programm mit Ausstellungen, Vorträgen und immersiven Erlebnissen. Das Ziel sei, zu inspirieren, Wissen zu vermitteln und generations- sowie fachübergreifende Dialoge anzustoßen.

<https://inhorgenta.com/de>

Casio: Erste mechanische Uhren im Sortiment

Casio bringt seine ersten mechanischen Uhren auf den Markt. Als Teil der Edifice-Kollektion soll die „EFK-100-Serie“ mit Preisen von unter 300 Euro bis 450 Euro das breite Sortiment des japanischen Herstellers ergänzen.

<https://www.casio.com/de>



Vor 51 Jahren brachte der Hersteller seine weltweit erste Digitalarmband-Uhr auf den Markt. Seitdem sucht die Breite und Tiefe des Casio-Sortiments mit batteriebetriebenen Uhren ihresgleichen. Die erste mechanische Kollektion besteht aus Dreizeiger-Datum-Modellen. Das Werk ist durch einen Glasboden zu sehen. Die Modelle sollen alle „Casio-typischen Eigenschaften wie Zuverlässigkeit und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis“ haben, teilte das Unternehmen mit. Die weltweite Markteinführung soll im August starten.

Watches of Switzerland: Uhrenhändler mit Rekordumsatz

Die Watches of Switzerland Group hat im Geschäftsjahr 2025 (27. April) einen Umsatz von 1,65 Mrd. Britischen Pfund erzielt und damit 8 % mehr als im Vorjahr. 82 % der Umsätze entfallen auf den Verkauf von Luxusuhren. Getrieben durch die Übernahme der Schmuckmarke Roberto Coin stieg der US-Umsatz erstmals über 1 Mrd. Dollar. Vor allem das zweite Halbjahr (November 2024 bis April 2025) war für Watches of Switzerland insgesamt mit einem Umsatzplus von 12 % besonders stark. Das Ergebnis (EBIT) stieg im Geschäftsjahr um 12 % auf 150 Mio. Pfund. Der schwerpunktmäßig in Großbritannien und den USA aktive Luxusuhrenhändler mit 208 Showrooms und über 3.000 Mitarbeitern will künftig in Europa weiter expandieren.

<https://www.thewosgroupplc.com>

GfK NIQ: Uhren-Panel mit mehr Marktabdeckung

Durch die Einbindung großer Food Discounter in Deutschland in das Panel der GfK wächst die Marktabdeckung mit spürbar positiven Effekten für die Kategorie „Watches“. Vor allem bei der Stückzahlbetrachtung werden die Marktzahlen aussagekräftiger. Das Umsatzvolumen erhöht sich durch die geringen Durchschnittspreise der in diesen Vertriebsformen verkauften Uhren nur unwesentlich. In der rückwärtigen Betrachtung steigen die Stückzahlen für 2022 um 6 %, 2023 um 4 % und 2024 um 1 %. Für das laufende Jahr ergeben sich keine Änderungen der Stückzahlen im Gesamtmarkt. Beim Umsatz werden die Daten für 2022 um 0,1 % nach oben korrigiert, 2023 ebenfalls 0,1 % und 2024 um 0,003 %. Die Verkäufe der Discounter werden künftig in der Gruppe der Generalisten mit erfasst.

<https://nielseniq.com/global/de>

HDE: Vertrauensbruch der Regierung bei Stromsteuer

Der Handelsverband Deutschland (HDE) kritisiert die Entscheidung des Koalitionsausschusses für eine Abkehr von der versprochenen Stromsteuersenkung für alle deutlich. Dass die Bundesregierung ein zentrales Versprechen aus ihrem Koalitionsvertrag bricht, beschädigt das

<https://www.einzelhandel.de>



Vertrauen der Handelsunternehmen sowie der Verbraucherinnen und Verbraucher in die Politik laut HDE nachhaltig. Der Verband bekräftigt zudem seine Forderung nach spürbaren Entlastungen. „Auf das Wort der Bundesregierung ist offenbar kein Verlass. Wenn nicht einmal ein zentrales Entlastungsversprechen aus dem Koalitionsvertrag eingelöst wird, sehe ich schwarz für die Zukunft des Wirtschaftsstandorts Deutschland“, so HDE-Präsident Alexander von Preen. Unternehmen könnten nur dann erfolgreich wirtschaften, wenn die politischen Rahmenbedingungen für Zuverlässigkeit und Planbarkeit sorgten. Für den Einzelhandel hätte eine Stromsteuersenkung zu Kostenentlastungen in Höhe von 700 Millionen Euro geführt. „Die Stromsteuersenkung für alle steht im Koalitionsvertrag. Darauf haben sich die Händlerinnen und Händler eingestellt. Jetzt fehlen Hunderte Millionen Euro in der Geschäftsplanung“, so von Preen weiter. Dadurch müssten wichtige Investitionen nun ausfallen.

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](#)