

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

NDC: Bericht über synthetische Diamanten jetzt in Deutsch

Das Natural Diamond Council (NDC) hat den neuen Bericht über synthetische Diamanten jetzt auch in deutscher Sprache veröffentlicht. Die Daten- und Faktensammlung will einige der gängigen Missverständnisse im Zusammenhang mit synthetischen Diamanten aufgreifen und aktuelle Daten von international anerkannten Analysten und Forschern teilen. *„Synthetische Diamanten werden in unbegrenzten Mengen massenproduziert, doch mit ihnen verbundene Nachhaltigkeitsbehauptungen werden oft nicht ausreichend geprüft“*, sagte **David Kellie**, CEO des Natural Diamond Council. *„Unser Ziel ist es, Verbrauchern und anderen Interessengruppen ein ausgewogenes Bild zu geben, das differenzierte Diskussionen ermöglicht und es Konsumenten erleichtert, faktenbasierte Entscheidungen zu treffen.“* Der Bericht des NDC bietet eine datenbasierte Analyse und geht auf Terminologie, Offenlegung, Nachhaltigkeitsbehauptungen und Preisentwicklungen ein. Demnach werden beispielsweise mehr als 70 % der synthetischen Diamanten in Fabriken in China und Indien in Massenproduktion hergestellt. Der Herstellungsprozess ist energieintensiv und erfordert dauerhaft hohe Temperaturen von über 1.093 °C sowie große Mengen Wasser zur Kühlung der Reaktoren. Der Preis für einen synthetischen Diamanten von 1,5 Karat ist in den letzten 10 Jahren um 86 % gefallen, die durchschnittliche Handelsspanne gleichzeitig jedoch drastisch gestiegen. Der **vollständige Bericht** „Fakten über synthetische Diamanten“ ist [hier als PDF-Datei](#) abrufbar. Eine **Zusammenfassung** ist [hier als PDF-Datei](#) abrufbar.

<https://www.naturaldiamonds.com>

GfK/NIQ: Webinar nimmt Uhrenmarkt in den Fokus

Wer mehr zu aktuellen Entwicklungen im Uhrenmarkt in Deutschland im 1. Halbjahr 2025 wissen will, der ist bei dem kostenlosen **GfK/NIQ-Webinar „Der Uhrenmarkt im Fokus“** richtig. Am Dienstag, den **14. Oktober 2025** zwischen 10:00 und 10:45 Uhr gibt **Dr. Jürgen Kirsch**,

<https://niq.com>



Senior Consultant Retail Partnership DE bei GfK/NIQ, Einblicke in Zahlen und Trends. Das Webinar richtet sich speziell an Juweliere, Fachhändler und Branchenpartner, die fundierte Marktkenntnisse für strategische Entscheidungen nutzen möchten. Teilnehmer erhalten einen kompakten Überblick über die aktuellen Rahmenbedingungen, denen sich der Uhrenmarkt gegenüber sieht, und erfahren, wie sich diese auf das Konsumverhalten auswirken. Das Webinar wird via Microsoft Teams durchgeführt, die Teilnahme ist nach vorheriger **Registrierung** kostenfrei. Hier geht es zur Anmeldung:

<https://events.teams.microsoft.com/event/29182188-79f7-46df-a06b-7733d3befe61@6ac7a1f4-5fb1-4153-bb4f-12d2020a1f7d>

BVSU: „Zukunftswerkstatt“ für junge Führungskräfte

Der Bundesverband Schmuck, Uhren, Silberwaren und verwandte Industrien e.V. (BVSU) hat ein neues Netzwerk für junge Führungskräfte gestartet. Bei der Auftaktveranstaltung zur „**Zukunftswerkstatt**“ trafen sich rund 20 junge und junggebliebene Unternehmer und Führungskräfte aus der Schmuck- und Uhrenbranche auf Einladung des Industrieverbandes am 30. September in Pforzheim. In lockerer Atmosphäre, bei Getränken und persönlichen Gesprächen, stand die Premiere ganz im Zeichen des Kennenlernens und der inhaltlichen Weichenstellung. Gast des Abends war **Stefanie Mändlein**, Projektleiterin der Inhorgenta, die exklusive Einblicke in die Vorbereitungen zur Messe 2026 gab und mit den Teilnehmern über Trends und Chancen diskutierte. Die „Zukunftswerkstatt“ soll künftig als Plattform für Austausch, Inspiration und gemeinsames Lernen regelmäßig stattfinden. Teilnehmen können Vertreter von BVSU-Mitgliedsunternehmen. *„Die Zukunftswerkstatt lebt von den Ideen ihrer Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Wir wollen gemeinsam von Experten lernen, Erfahrungen teilen und auch mal Neues ausprobieren“*, betont **Guido Grohmann**, Hauptgeschäftsführer des BVSU. Das nächste Treffen ist für den 8. Dezember 2025 geplant, bei dem **Frank Michael Müller**, Herausgeber der Studien „Schmuckmonitor“ und „Uhrenmonitor“, der über Interessen und Kaufverhalten des deutschen Verbrauchers berichten wird.

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

Cibjo: Übersicht von „regel-konformen“ Laboren geplant

Der Weltschmuckverband Cibjo erwägt die **Auflistung von Laboren**, die sich den Prinzipien der sogenannten „Blauen Bücher“ verpflichtet haben. Die Gemmologische Kommission des Verbandes hat kürzlich eine erweiterte Ausgabe des „**Cibjo Gemmological Laboratories Blue Book**“ abgeschlossen. Darin werden grundlegende Management- und technische Anforderungen, Testprotokolle und akzeptierte Nomenklatur für gemmologische Labore aufgeführt. Jetzt sollen Edelsteinlabore identifi-

<https://cibjo.org>



ziert und aufgelistet werden, die sich verpflichten, die von Cibjo festgelegten Standards zu erfüllen. Hintergrund sind zunehmende Fälle von Bedenken gegen Edelsteinberichte einiger Labore. Gemmologische Labore gelten zunehmend als integraler Bestandteil des Edelsteinhandels, viele von ihnen sind Mitglieder des Cibjo.

Pandora: Führungswechsel bei Schmuck-Riese

Der dänische Schmuck-Hersteller Pandora erhält eine neue Chefin. **Berta de Pablos-Babier**, aktuell Chief Marketing Officer der Pandora Group, tritt im kommenden März die Nachfolge von CEO **Alexander Lacik** an. Lacik wechselt nach 7 Jahren an der Spitze des Konzerns in den Ruhestand. Die Spanierin Pablos-Babier kam vor einem Jahr als Marketingchefin und Mitglied der Konzernleitung zu Pandora. Zuvor war sie beim Luxusgüterkonzern LVMH, dem Lebensmittelkonzern Mars, dem Mode-Label Lacoste und dem zur Kering-Gruppe gehörenden Juwelier Boucheron aktiv. Der in 100 Ländern aktive dänische Schmuck-Konzern mit 37.000 Mitarbeitern und 4,2 Mrd. Euro Umsatz in 2024 zählt 6.800 Verkaufspunkte, darunter mehr als 2.700 hauseigene Concept Stores.

<https://pandoragroup.com>

HDE: Konsequenterer Strafverfolgung bei Ladendiebstahl

Nachdem die Expertenkommission des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz zur Reform der Strafprozessordnung in der vergangenen Woche ihre Arbeit aufgenommen hat, mahnt der **Handelsverband Deutschland (HDE)** zur zügigen Schaffung von Rahmenbedingungen für eine konsequente Strafverfolgung. Wenn Straftaten zügig sanktioniert werden, stärke dies das Vertrauen der Bürger in den Rechtsstaat, so der Verband. Aktuell würden bestimmte Taten wegen der Überlastung der Justiz und anderer Schwerpunktsetzungen nicht oder nur unzureichend verfolgt. Ladendiebe verursachen einen jährlichen Schaden von rund drei Milliarden Euro im Einzelhandel, werden aber nur unzureichend verfolgt. Die heute von Staatsanwaltschaften und Gerichten viel zu großzügig genutzten Möglichkeiten zur Verfahrenseinstellung konterkarieren in der Praxis eine spürbare Sanktion der Täter. Ladendiebstahl sei keine Bagatelle, betont der HDE.

<https://einzelhandel.de>

Gemworld Munich: Fachbesuchertage und volles Programm

Die Gemworld Munich 2025 öffnet vom **23. bis 26. Oktober** in München ihre Tore. Mit über 300 Ausstellern aus aller Welt in zwei Messehallen ist die Gemworld Munich Teil der Traditionsveranstaltung Munich Show - Mineralientage München. An den beiden **Fachbesuchertagen** (Donnerstag & Freitag) ist die Messe ausschließlich für Fachbesucher wie Händler,

<https://www.gemworldmunich.com>



Einkäufer, Juweliere und Designer geöffnet. Dies ermöglicht ein professionelles Umfeld zum Netzwerken, für geschäftliche Kontakte und zur Nutzung einer der zahlreichen Fachvorträge. Das gewohnt umfangreiche Angebot im Farbedelsteinbereich wird in diesem Jahr durch zahlreiche neue Aussteller ergänzt. In der Halle B5 findet sich neben dem großen Bereich Silber- und Lifestyle-Schmuck, der durch eine deutlich gewachsene New Design Area in Halle B6 ergänzt wird, auch der Bereich Fine Jewellery. Ergänzt wird das große Warenangebot durch ein attraktives **Rahmenprogramm** und zahlreiche Services. Über 50 verschiedene Vorträge und Talks im Forum in Halle B6 mit Themen von KI im Edelsteinhandel über Storytelling und nachhaltige Lieferketten bis hin zum hochaktuellen Thema synthetischer Diamanten werden angeboten. Hinzu kommt ein Schmuck-Workshop-Bereich mit „Tipps & Tricks vom Profi“ sowie der „Young Designers Corner Award“ mit der Präsentation der Fachschulen aus Pforzheim und Idar-Oberstein. Am ersten Messetag laden die Veranstalter zum Messe-After-work ab 17:30 Uhr „Meet & Connect“ im Eingang Ost ein – eine zwanglose Networkingplattform bei Musik und Getränk. Tipps zu Unterkunft und Anreise liefert die Homepage der Gemworld Munich.

BVJ: Juwelier Heinr. Kolkmeier ohne Nachfolge

Der Juwelier Heinr. Kolkmeier „Zur Trauringecke“ in Osnabrück (Große Straße 33) leitet den Räumungsverkauf wegen Geschäftsschließung ein. Das Traditionsunternehmen in Haupteinkaufslage schließt nach 129 Jahren, weil keine Unternehmensnachfolge gefunden werden konnte. **Hans-Heinrich Kolkmeier** (74), Vizepräsident im Handelsverband Juweliere (BVJ) und Obermeister der Uhrmacherinnung Osnabrück, führt das Geschäft seit den 70er Jahren in dritter Generation, heute zusammen mit seiner Frau Erika. Das Unternehmen wurde 1896 von Uhrmacher Heinrich Kolkmeier in unmittelbarer Nachbarschaft gegründet. Die Inhaberfamilie hat sich nach langer Überlegung zu dem Schritt entschlossen, weil trotz bester Vernetzung, treuer Stammkundschaft und profitabler Geschäftslage über Jahre hinweg kein Nachfolger gefunden werden konnte. Fehlende Unternehmensnachfolge ist in der Branche der mit Abstand häufigste Grund für Geschäftsschließungen.

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

Bundeskartellamt: Verfahren gegen Temu eingeleitet

Das Bundeskartellamt hat ein Verfahren gegen die Whaleco Technology Limited (Temu) mit Sitz in Dublin/Irland eingeleitet. Das Verfahren dient dazu, die von Temu auf dem deutschen Onlinemarktplatz unter der Domain temu.com verwendeten Konditionen für Händler sowie weitere Verhaltensweisen von Temu gegenüber den Händlern zu überprüfen. **Andreas Mundt**, Präsident des Bundeskartellamtes: „*Wir gehen dem*

<https://www.bundeskartellamt.de>



Verdacht nach, dass Temu unzulässige Vorgaben für die Preisgestaltung der Händler auf dem deutschen Marktplatz machen könnte. Solche Vorgaben könnten erhebliche Wettbewerbsbeschränkungen darstellen und letztlich auch Preiserhöhungen auf anderen Vertriebswegen zur Folge haben.“ In Deutschland verfügt Temu nach eigenen Angaben über 19,3 Mio. aktive Nutzer. Die vom Bundeskartellamt in den Blick genommenen Händlerkonditionen für einen Verkauf an Verbraucher in Deutschland betreffen eine mögliche Einflussnahme auf die Preisgestaltung der Händler auf dem deutschen Onlinemarktplatz von Temu unter anderem durch eine mögliche Bestimmung der Endverkaufspreise durch Temu selbst. Dem Bundeskartellamt liegt diesbezüglich auch eine Beschwerde des Handelsverband Deutschland (HDE) gegen Temu vor.

Wempe: Neue „Employer-Branding“-Strategie

Das Hamburger Familienunternehmen Gerhard D. Wempe GmbH & Co. KG hat eine neue **Employer-Branding-Strategie** gestartet. Herzstück der Strategie ist eine Kampagne mit dem Claim „The Luxury of Being You“, mit der sich Wempe als moderner und nahbarer Arbeitgeber präsentieren will. Die Kampagne rückt die eigenen Mitarbeiter und deren Individualität in den Fokus. Die als Markenbotschafter agierenden Mitarbeiter sollen so das Kundenvertrauen und Unternehmensimage gleichermaßen stärken. Mit der Kampagne reagiert Wempe auch auf den zunehmenden Fachkräftemangel in der Branche. Einen besonders hohen Bedarf verzeichnet Wempe bei Verkaufsberatern sowie bei Auszubildenden und Uhrmachern. Wempe konnte zuletzt 95 % (Bundesdurchschnitt: 42 %) seiner Ausbildungsplätze besetzen. Die Übernahmequote bei den Auszubildenden lag auf einem sehr hohen Niveau zwischen 85 und 95 %.

<https://www.wempe-karriere.de>

De Beers: Große Kampagne für „Desert Diamonds“

Die De Beers Group startet nach eigener Aussage jetzt die größte Marketingkampagne seit mehr als 10 Jahren. Damit unterstützt der Diamanten-Konzern die Markteinführung der so genannten „Desert Diamonds“, die erstmals Anfang des Jahres vorgestellt wurden. Es handelt sich dabei um eine Kollektion natürlicher Diamanten in warmen „Wüsten“-Farbtönen. Die Kampagne soll natürliche Diamanten feiern und massive Kaufimpulse setzen. Die vollintegrierte Kampagne soll sämtliche Fernseh-, Outdoor-, Digital-, Audio- und Social Media-Kanäle umfassen

<https://www.debeersgroup.com>

HDE: Stimmungsschub bleibt weiterhin aus

Nachdem sich die Verbraucherstimmung zuletzt erstmals seit Beginn des Jahres spürbar eingetrübt hatte, sind die Verbraucher im Oktober etwas

<https://einzelhandel.de/konsumbarometer>



optimistischer. Das geht aus dem aktuellen Konsumbarometer des **Handelsverbandes Deutschland (HDE)** hervor. Demnach legt der Index im Vergleich zum Vormonat geringfügig zu. Somit starten die Verbraucher zwar zuversichtlicher in das letzte Quartal des Jahres, doch ein klarer Stimmungsschub ist nicht zu erkennen. Die leichte Aufhellung der Verbraucherstimmung zeigt sich unter anderem in der etwas besseren Konsumlaune der Verbraucherinnen und Verbraucher. Ihre Anschaffungsneigung erhöht sich gegenüber dem Vormonat, während ihre Sparneigung nahezu unverändert bleibt. Zu beobachten ist beim Ausgabeverhalten eine Verlagerung vom Sparen hin zum Konsumieren. Ein Konsumaufschwung ist dadurch allerdings noch nicht in Sicht. Eine spürbare Erholung des privaten Konsums wird voraussichtlich frühestens im nächsten Jahr einsetzen. Die Konjunkturerwartungen sinken im Vergleich zum Vormonat. War mit dem Start der neuen Bundesregierung zunächst die Hoffnung auf ein gesamtwirtschaftliches Wachstum verbunden, schlagen die nicht erfüllten Erwartungen nun in Enttäuschung um. Allerdings beschränkt sich der Pessimismus der Verbraucher auf den konjunkturellen Ausblick, die Einkommenserwartungen steigen im Vormonatsvergleich.

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](#)