

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

BVJ+ZV: Einladung zum Branchentreff in Frankfurt

Der **Handelsverband Juweliere (BVJ)** lädt gemeinsam mit dem **Zentralverband der Uhrmacher** und dem Inova-Team zum **Branchentreff** auf der **Inova Collection** ein. **Verbandsmitglieder, Messebesucher, Aussteller, Medien- und Verbändevertreter** sind gleichermaßen willkommen. Bei Getränken und „Hessischen Tapas“, begleitet von sommerlichen Lounge-Tunes steht bei der „Dachgartenparty“ das Networking im Mittelpunkt. Die Teilnahme ist kostenfrei!

www.inova-collection.de

Branchentreff Handelsverband Juweliere+
Zentralverband der Uhrmacher + Inova Team
Samstag, 26. August 2023, 17.00-20.00 Uhr
Dachterrasse der Halle 11.1, Messe Frankfurt

Wichtiger Hinweis: Die kostenfreie Vorabregistrierung zur Inova Collection ist für den Besuch von Ausstellung und Branchentreff zwingend erforderlich. Registrierung unter <https://live.invitario.com/de/inova-collection-frankfurt-2023/Besucherregistrierung/>

Inhorgenta: Neue Hallenstruktur eröffnet Potenziale

Die Inhorgenta will sich zu ihrem 50-jährigen Jubiläum im Jahr 2024 zukunftsorientiert aufstellen. Neben einem kraftvollen **Trading-up** in den Hallen gehört dazu auch eine **neue Hallenstruktur**. Die neue Struktur soll Synergien ermöglichen, Raum für Wachstum insbesondere im Luxussegment schaffen und das Messererlebnis der Besucher verbessern. Die Weiterentwicklung wird vom **Messe-Fachbeirat**, zu dem auch der Handelsverband Juweliere (BVJ) und namhafte Handelsunternehmer der Branche zählen, mit vorangetrieben. Die Messeteilnehmer erwartet im kommenden Jahr:

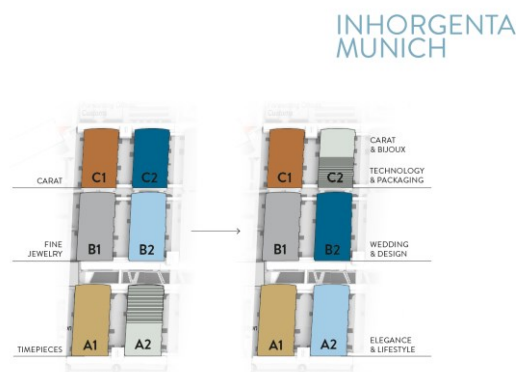
www.inhorgenta.de

- Die Hallen „Timepieces“ (A1), „Fine Jewelry“ (B1) und „Carat“ (C1)

bleiben in den gewohnten Hallen.

- „Elegance & Lifestyle“ sowie „Technology & Bijoux“ ziehen um, ebenso die Halle „Design“.
- „Elegance & Lifestyle“ (vormals Halle B2) zieht mit gewohnter Struktur in Halle A2.
- B2 wird die Halle der neu gestalteten Bereiche „Wedding & Design“ (vormals Teil der Halle B1 sowie Halle C2).
- „Technology/Packaging & Carat/Bijoux“ (vormals Halle A2) zieht in die Halle C2.

Auf diese Weise ergeben sich eine ganze Reihe von Vorteilen: In der Halle B2 „Wedding & Design“ treffen sich die Angebotswelten der neuen Wedding World sowie des „Contemporary Design & Vision“-Bereichs und schaffen einen einzigartigen Raum der Inspiration. Die Halle B1 „Fine Jewelry“ öffnet sich weiter für Potenziale im Luxury-Bereich und kann somit viele Marken von der Warteliste integrieren. Der Bereich „Carat“ (C1) hat die Möglichkeit im Bereich „Carat/Bijoux“ in der angrenzenden Halle C2 zu wachsen, der weiterhin mit „Technology/Packaging“ vereint bleibt. „Timepieces“ (A1) und „Elegance & Lifestyle“ (neu in Halle A2) profitieren durch die neue räumliche Nähe von den Überschneidungen ihrer Besucher-Zielgruppen und Themen.



Schweizer Uhrenindustrie: Boom in der Krise

Laut dem Verband der Schweizerischen Uhrenindustrie **FH** entwickelt sich die dortige Branche weiterhin „exzellent“. Die Schweizer Uhrenexporte stiegen demnach im Juni um 14 % im Vergleich zum Vorjahresmonat an. Das erste Halbjahr liegt damit bei einem Exportvolumen von 13,3 Mrd. Schweizer Franken, das sind **11,8 % mehr** als im Vorjahreszeitraum. Alle Materialien verzeichneten im Juni einen Anstieg. Uhren aus Edelmetallen leisteten wertmäßig den höchsten Beitrag, gefolgt von Bimetall-Uhren, trotz eines deutlichen Rückgangs der Stückzahlen (-38,8 %). Das **Gesamtvolumen** (+150.000 Stück) wurde hauptsächlich von der Kategorie „Andere Materialien“ getragen, die um 50,8 % auf insgesamt 485.000 Uhren anstieg. In allen Preissegmenten war ein Wachstum zu verzeichnen, sowohl nach Wert als auch nach Stückzahl. Insbesondere die Kategorie 200 bis 500 Franken (Exportpreis) bestätigte ihre allmähliche Erholung. Die Uhrenexporte nach Europa stiegen +12,6 %. Dabei reicht die Spannweite von Frankreich (+13,9 %), über Italien (+32,4 %) und Deutschland (+17,4 %) bis zu den schwächeren Märkten in Spanien (-6,9 %) und Niederlande (-6,7 %).



Swatch Group: Exzellente Aussichten für 2. Halbjahr

Laut der Swatch Group hat das Unternehmen exzellente Aussichten für das 2. Halbjahr 2023 in allen Märkten und Preissegmenten. Im 1. Halbjahr 2023 stieg der Nettoumsatz **um 18 %** auf 4,02 Mrd. Schweizer Franken (CHF). Der Nettoumsatz überstieg das bisherige Rekordhalbjahr 2018 um 8,5 %. Der Uhrenkonzern verzeichnet derzeit ein zweistelliges Wachstum in allen Preissegmenten des Uhren- und Schmuckbereichs, dank der **MoonSwatch** mit dem stärksten Wachstum im untersten Preisniveau. Die weltweite Nachfrage nach Swatch Uhren und der MoonSwatch habe sich nicht nur ungebremst fortgesetzt, sondern noch beschleunigt. Auch die Marke **Tissot** performte stark mit signifikanten Marktanteilsgewinnen in Nordamerika. Der Betriebsgewinn der Swatch Group stieg im Halbjahr um 36,4 % auf 686 Mio. CHF, die **operative Marge** von 13,9 auf jetzt **17,1 %**. Der Konzerngewinn kletterte in den ersten 6 Monaten um 55,6 % auf 498 Mio. CHF. Der Uhren- und Schmuckbereich (inklusive Produktion) erzielte eine deutlich gesteigerte operative Marge von 19,4 % (Vorjahr: 15,7 %). Swatch Group ist nach eigenen Angaben die größte Ausbilderin der Schweizer Uhrenindustrie und wird im August eine Rekordzahl neuer Lernenden empfangen.

www.swatchgroup.com

Richemont: Umsatzwachstum um 19 Prozent

Die Quartalsumsätze des Luxusgüterkonzerns Richemont stiegen im Ende Juni abgelaufenen Quartal zu konstanten Wechselkursen um 19 % gegenüber dem Vorjahr auf 5,32 Mrd. Euro im Quartal. Das Wachstum in Europa erreichte lediglich 11 %. Der Konzern verbuchte höhere Umsätze in fast allen Regionen und Vertriebskanälen sowie in allen Geschäftsbereichen. Die eigenen Juwelierhäuser **Buccellati, Cartier** und **Van Cleef & Arpels** steigerten den Umsatz (zu konstanten Kursen) um 24 %. Der Umsatz der Uhrenmarken des Unternehmens wuchs im gleichen Zeitraum um 10 % mit einer überdurchschnittlichen Entwicklung bei **A. Lange & Söhne, Jaeger-LeCoultre, Piaget** und **Vacheron Constantin**. Den **Direktvertriebsanteil** beziffert Richemont auf mittlerweile 74 %.

www.richemont.com

Inova: Plattform für Herbstorder und Ideengeber

Die Inova Collection empfiehlt sich vom 25. bis 27. August 2023 als Plattform für die Herbstorder, Ideengeber und Kommunikationsplattform für die Branche. Ob Schmuck, Edelsteine, Perlen oder Uhren – auf dem Gelände der Messe Frankfurt werden zahlreiche Produkthighlights präsentiert. Mit dem umfassenden Rahmenprogramm wird die Inova auch zum Community-Event. Hier kommen Vertreter der Branche zusammen, um sich auszutauschen und wertvolle Impulse zu erhalten. Bereits am ersten Messetag wird die „GOLDENE NOVA“ verliehen, am Abend lockt die Ino-

www.inova-collection.de



va Night als spektakulärer Ausklang des Messetages. Die Networking-Party findet in der Gaia Rooftop-Lounge über den Dächern Frankfurts statt. Beim GZ-Expertenforum am 26. August 2023 dreht sich alles um Fachkräfte. Unter dem Motto „Schafft sich die Branche gerade selbst ab?“ diskutiert GZ-Chefredakteur Axel Henselder live mit Branchenvertretern und Personalexperten. Außerdem lockt ein umfassendes Workshop-Programm und der BVJ+ZV Branchentreff (siehe Seite 1 in dieser Ausgabe).

GZ: 125 Jahre Goldschmiede Zeitung

Die GZ Goldschmiede Zeitung feiert ihren 125. Geburtstag mit einer großen Jubiläumsausgabe. Gleich zweimal erhielten GZ Abonnenten in diesen Tagen Post. Neben der ‚normalen‘ GZ erschien ein paar Tage später die mehr als **300 Seiten** starke Geburtstagsausgabe der GZ, die damit das älteste Fachmedium der Welt für Schmuck und Uhren ist. Im lesenswerten Editorial von Herausgeber **Christian Jürgens** schreibt er über 125 Jahre GZ, die Vergangenheit und die Zukunft. **Herzlichen Glückwunsch vom gesamten BVJ-Team zu 125 Jahren!** Die GZ ist das führende Fachorgan der Branche, in Print und online! Was hier nicht drin steht, war entweder nicht wichtig – oder ist nie passiert!

www.gz-online.de

Schmuck- und Edelsteinpreis: Glanzvolle Preisverleihung

Mit einer glanzvollen Gala wurden im Stadttheater Idar-Oberstein die Preise des 52. **Deutschen Schmuck- und Edelsteinpreises** sowie des 33. Deutschen Nachwuchswettbewerbs für Edelstein- und Schmuckgestaltung für das Jahr 2022 verliehen. Preisträger des Schmuck- und Edelsteinpreises 2022 ist **Kenneth Lacour Jones** aus Idar-Oberstein mit einem Ohrhänger-Schmuck aus schwarz rhodiniertem Silber und Gold mit weißen und champagnerfarbenen Diamanten und Colorit. Preisträgerin des Nachwuchswettbewerbs ist **Ronja Maria Pieroth** aus Schmidthachenbach. Sie kreierte ein Edelsteinobjekt aus Leopardenjaspis, Labradorit, Onyx und Colorit. Der Bundesverband der Edelstein- und Diamantindustrie e. V. bot den Besuchern der Veranstaltung unter anderem ein exzellentes Musikprogramm. Nach der Gala im Stadttheater fand eine grandiose Winners Night im Parkhotel statt.

www.deutscher-edelsteinpreis.de

Morellato+Christ: Kennzahlen der neuen Firmengruppe

Die Morellato Group, zu der seit kurzem auch die Christ Group gehört, stellt in ihrem aktuellen Finanzbericht Kennzahlen der neuen Firmengruppe vor. Der gemeinsame Proforma-Umsatz der beiden Gruppen (Morellato + Christ) erreicht demnach **780 Mio. Euro**. Der Geschäftsbe-

www.christ-corporate.com



reich in Deutschland ist mit einem Umsatz von 417 Millionen Euro angegeben. Der Gewinn vor Zinsen liegt aufgrund der Erwerbskosten für die Christ Group „nur“ bei 95,5 Mio. Euro. Investiert hat Morellato im vergangenen Jahr insgesamt 251 Mio. Euro. Mit der Übernahme von Christ hat Morellato jetzt 1.922 Mitarbeiter in Deutschland und insgesamt 4.416 weltweit. Laut Morellato ist ein vollständig integriertes Industriemodell das Ziel. Man setze weiterhin verstärkt auf Wachstum insbesondere der Eigen- und Lizenzmarken.

LVMH: Exzellentes 1. Halbjahr

Der Luxusgüterkonzern LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton verzeichnete im 1. Halbjahr 2023 ein Umsatzplus von 15 % auf 42,2 Mrd. Euro. Alle Geschäftsbereiche erzielten im 1. Halbjahr ein zweistelliges organisches Umsatzwachstum, mit Ausnahme des Bereichs Weine & Spirituosen. Der Gewinn aus wiederkehrenden Tätigkeiten stieg im 1. Halbjahr 2023 um 13 % auf 11,57 Mrd. Euro, die operative Marge erreichte 27,4 % des Umsatzes. Der Nettogewinn der Gruppe stieg um 30 % auf 8,48 Mrd. Euro. Die Business Group **Uhren & Schmuck** erzielte im 1. Halbjahr 2023 ein organisches Umsatzwachstum von 13 %. Im Schmuckbereich verzeichnete **Tiffany** dank des außergewöhnlichen Erfolgs der Wiedereröffnung in New York eine „ausgezeichnete Dynamik“. Bulgari verzeichnete zum 75-jährigen Jubiläum ein starkes Wachstum. TAG Heuer feierte das 60-jährige Bestehen seiner Carrera-Kollektion.

www.lvmh.com

Chronext: Weitere Investoren eingestiegen

Die Gebrauchtuhrenplattform Chronext erhält Verstärkung durch weitere Investoren. Die Schweizer Private Equity Gesellschaft **Helvetica Capital** steigt bei dem Unternehmen ein. Außerdem wird der Uhrenexperte und langjährige Managing Director von IWC **Linus Fuchs** das Unternehmen ab sofort als Investor und Verwaltungsratsmitglied unterstützen. Chronext wurde 2013 gegründet und hat seitdem nie schwarze Zahlen geschrieben.

www.chronext.de

Bain: Luxusgütermarkt auf Rekordkurs

Laut der aktuellen Bain-Studie zum globalen Luxusgütermarkt legt der weltweite Markt für persönliche Luxusgüter trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten weiter deutlich zu. Nach dem Höchstwert von 345 Mrd. Euro im Jahr 2022 (+ 19 % zu 2021) wachse der Markt solide weiter. In den ersten drei Monaten 2023 dürfte der Umsatz der Edelmarken mit hochwertiger Kleidung, Schuhen, Lederwaren, Parfüm und Schmuck laut Bain im Vergleich zum Vorjahresquartal um bis zu 11 % zugenommen haben.

www.bain.de



Für das Gesamtjahr 2023 werde das Plus je nach Konjunktorentwicklung voraussichtlich zwischen 5 und 12 % betragen. Auch für die kommenden Jahre stehen die Zeichen auf Wachstum. Laut Studie könnte das weltweite Marktvolumen bis 2030 auf bis zu 570 Mrd. Euro steigen. Die aktuelle Studie zeige zudem über alle Kategorien hinweg ein „Streben nach Höherem“, das von ikonischen und ultra-luxuriösen Produkten getrieben werde. Die Kundschaft setze auch im Top-Kundensegment inzwischen gezielt auf weniger, aber in ihren Augen umso exklusivere Käufe.

Horando: 10-jähriges Jubiläum der Online-Plattform

Die Online-Plattform Horando Deutschland feiert ihr 10-jähriges Jubiläum. Als Luxusuhrenplattform bietet man neue und zertifizierte gebrauchte Uhren (Certified Pre-Owned) an. Mehr als **6.500 Uhren** sind im eigenen Webshop gelistet und werden von Horando konsolidiert verkauft. Zusätzlich unterhält das Unternehmen direkte Markenkonzessionen, kauft Uhren an und kümmert sich um Uhrenservice, Wartung, Zertifizierung, Finanzierung und Versicherung. Das Unternehmen mit Sitz im bayerischen Bamberg, bietet seinen Kunden Marken wie Rolex, Patek Philippe, Omega, Breitling oder IWC. Ein Highlight sei beispielsweise der Verkauf einer Patek Philippe Nautilus 5711/1P-001 für knapp 500.000 Euro, die online über Horando verkauft wurde.

www.horando.de

Destatis: Weniger geerbtes und geschenktes Vermögen

Im Jahr 2022 haben die Finanzverwaltungen in Deutschland Vermögensübertragungen durch Erbschaften und Schenkungen in Höhe von 101,4 Mrd. Euro veranlagt. Wie das Statistische Bundesamt (Destatis) weiter mitteilt, sank das steuerlich berücksichtigte geerbte und geschenkte Vermögen damit um 14,0 % gegenüber dem **Rekordjahr 2021**, in dem es den Höchstwert seit 2009 erreicht hatte. Das geschenkte Vermögen sank im Vergleich zum Vorjahr um 23,6 % auf 41,7 Mrd. Euro. Nachdem das geschenkte Vermögen seit 2016 gesunken war, stieg es im Jahr 2021 deutlich an und sank im Jahr 2022 auf das Niveau von 2018. Für den Rückgang war vor allem das verschenkte Betriebsvermögen ausschlaggebend. Dieses halbierte sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr (-53,7 %) und sank auf 12,4 Mrd. Euro. Durch Erbschaften und Vermächtnisse wurde im Jahr 2022 Vermögen von 59,7 Mrd. Euro übertragen. Nachdem das geerbte Vermögen vier Jahre in Folge gestiegen war, sank es 2022 im Vergleich zum Vorjahr um 5,8 %. Geerbt wurde im Jahr 2022 vor allem **übriges Vermögen** (29,6 Milliarden Euro; -14,3 % zum Vorjahr) wie Bankguthaben, Wertpapiere, Anteile und Genussscheine sowie Grundvermögen mit 23,7 Mrd. Euro (-0,8 %).

www.destatis.de



BVSU: Neumitglied der Watch & Jewellery Initiative 2030

Der Bundesverband Schmuck, Uhren, Silberwaren und verwandte Industrien e.V. (BVSU) ist der **Watch & Jewellery Initiative 2030** (WJI 2030) beigetreten. Als so genanntes „Affiliate Member“ wird der BVSU mit WJI 2030 zusammenarbeiten, um seinen Mitgliedsunternehmen Unterstützung zur Erreichung zentraler Nachhaltigkeitsziele in den drei Bereichen Klimaresilienz, Ressourcenschutz und der Förderung von Inklusion zu bieten. Hierzu wird der Industrieverband aktiv in den Gremien der WJI 2030 mitarbeiten und die Arbeit und Möglichkeiten der Teilnahme gemeinsam mit der Initiative in Deutschland bewerben. Die Watch and Jewellery Initiative 2030 wurde im Jahr 2022 von **Cartier** und **Kering** ins Leben gerufen, aus der gemeinsamen Überzeugung heraus, dass die globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) und die Bestrebungen für eine nachhaltige Industrie nur durch gemeinsame Anstrengungen erreicht werden können.

www.bv-schmuck-uhren.de

Bijou Brigitte: Deutliche Erholung des Geschäfts

Der Bijou Brigitte-Konzern erzielte nach vorläufigen Zahlen im ersten Halbjahr dieses Jahres einen Umsatz in Höhe von 148,9 Mio. Euro. Das ist eine deutliche Erholung des Geschäftes nach der Corona-Flaute. Im Vorjahreszeitraum wurde ein Umsatz von 131,4 Mio. Euro erzielt. Das Filialnetz hat sich im Vergleich zum Jahresende (31.12.2022) von 902 Filialen um drei Filialen verkleinert. Im Geschäftsjahr 2022 hat der Konzern einen Umsatz von 306 Mio. Euro erreicht. Für das laufende Jahr wurde ein Umsatz von 320 bis 340 Mio. Euro prognostiziert.

www.bijou-brigitte.com

Planet: Deutschland lockt spendierfreudige Chinesen

Chinesische Touristen dominieren laut dem Dienstleister Planet immer mehr den Tax-Free-Markt in Deutschland. Im bisherigen Jahresverlauf ist der Marktanteil Chinas an den Touristenumsätzen in Deutschland von 10 % im Januar auf 32 % im Juni gestiegen. Damit liegen die Chinesen wieder vor anderen führenden Herkunftsländern wie USA, Singapur und die Vereinigten Arabischen Emirate (VAE). Im Vergleich: Auf chinesische Touristen entfielen in Frankreich 13 % des Tax-Free-Marktes und in Italien 9 %. Grund für den überproportionalen und schnellen Anstieg der chinesischen Nachfrage nach Tax Free Shopping hierzulande sind nicht nur die engen wirtschaftlichen Beziehungen zwischen den beiden Nationen. Ausschlaggebend: Deutschland hat mehr Flugverbindungen nach China als jedes andere Land in Europa und bietet Direktflüge von mindestens drei Städten an: Frankfurt, München und Berlin. Folglich überrascht es nicht, dass diese Städte die meisten steuerfreien Waren an chinesische Besucher verkaufen. Air China nahm die Flüge von Shanghai nach

www.weareplanet.com



Frankfurt am 10. Januar wieder auf. Im April hat Lufthansa die Strecke Shanghai-München wieder aufgenommen und wird bis August mehr als 40 wöchentliche Flüge nach China anbieten.

Destatis: Einzelhandelsumsatz um 4,5 % niedriger

Die Einzelhandelsunternehmen in Deutschland haben nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) im 1. Halbjahr 2023 real (preisbereinigt) 4,5 % weniger umgesetzt als im 1. Halbjahr 2022. Im Vergleich hierzu stiegen die nominalen (nicht preisbereinigten) Umsätze um 3,6 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die Differenz zwischen den nominalen und realen Ergebnissen spiegelt das deutlich gestiegene Preisniveau im Einzelhandel wider. Der Umsatz im Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln verzeichnete im 1. Halbjahr real einen Rückgang um 3,6 %, nominal stieg er um 1,1 %. Besonders hoch fiel der Umsatzrückgang im Internet- und Versandhandel aus, der im Zeitraum von Januar bis Juni 2023 ein Minus von real 7,3 % und nominal von 2,6 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum verbuchte. Ein ähnliches Bild zeigt auch die Umsatzentwicklung der Baumärkte. Hier sanken die Umsätze real um 6,9 % und nominal um 0,8 %. Im Gegensatz hierzu wurde im Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren im 1. Halbjahr 2023 real 7,3 % und nominal 9,3 % mehr Umsatz erwirtschaftet.

www.destatis.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

[BVJ Chef-Info abbestellen](#)

[Informationen zum Datenschutz](#)