

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

Messe München: Inhorgenta als „Anker in bewegter Zeit“

Die Messe München wertet die europäische Leitmesse für Schmuck, Uhren, Edelsteine als „Anker in bewegter Zeit“. Laut Stefan Rummel, Geschäftsführer Messe München, ist das internationale Ausstellerinteresse an der Inhorgenta Munich auf Vor-Corona-Niveau. Die Messe werde vom 24. bis 27. Februar 2023 dem Fachpublikum wieder eine einzigartige Vielfalt bieten. Besonders die „Fine Jewelry“-Halle B1 erfahre eine hohe Nachfrage und habe bereits eine Warteliste. Voll gebucht sind laut Rummel nach aktuellem Stand auch die Edelstein-Halle C1 „Carat“ und die B2, Heimat für „Elegance & Lifestyle“-Schmuck. Neu an Bord sind ein französischer Gemeinschaftsstand in der Uhren-Halle A1 „Timepieces“ und voraussichtlich erstmals ein italienischer Gemeinschaftsstand in der B2. Die Inhorgenta 2023 kehrt nach einer einmaligen Verschiebung wieder zum bewährten Termin wie auch dem bewährten Hallenkonzept aus 2020 zurück. Ein starker Fokus soll auf das Konferenzprogramm mit hochkarätigen Experten gesetzt werden.

www.inhorgenta.com

HDE: Weihnachtsgeschäft „weitgehend stabil“

Nach der Prognose des Handelsverband Deutschland (HDE) verläuft das diesjährige Weihnachtsgeschäft „weitgehend stabil“. Auch für die Uhren- und Schmuckbranche, die 27 % ihres Jahresumsatzes in den Monaten November und Dezember erzielt, sollen die historisch schwierigen Rahmenbedingungen nur verhältnismäßig leichte Auswirkungen haben. Zwar steigt der Umsatz laut HDE-Prognose nominal um 5,4 %. Real, also preisbereinigt ergibt sich ein Minus von 4 %. Erstmals wird auch der Online-Handel nach zwei starken Pandemie Jahren einen realen Umsatzrückgang zu verzeichnen haben. Laut einer HDE-Umfrage sind die Kunden trotz allem entschlossen, in Geschenke zu investieren: Fast ein Fünftel der Befragten plant, mehr als 300 Euro für Weihnachtsgeschenke auszugeben – im Vergleich zum Vorjahr wollen insgesamt mehr als 40 Prozent

www.einzelhandel.de



die Höhe ihrer Ausgaben für Geschenke zum Jahresende stabil halten. 11 % der Kunden planen, Weihnachtsgeschenke aus dem Uhren- und Schmuckbereich zu kaufen.

Nomos: Starker Schutz der Herkunftsbezeichnung Glashütte

Der Uhrenhersteller sieht in der Verabschiedung der Glashütte-Verordnung (Verordnung zum Schutz der geografischen Herkunftsangabe „Glashütte“, Glashütteverordnung – GlashütteV) durch den Bundesrat einen Meilenstein für den Uhrenort Glashütte. Durch den besonderen Schutz der Herkunftsbezeichnung wachse der Wert und das Prestige der Produkte. Das „Made in Glashütte“ toppe jetzt das „Made in Germany“, so Nomos. Die Glashütte-Verordnung („Lex Glashütte“) regelt den Schutz der Glashütter Herkunft für Uhren auf Grundlage des Gesetzes über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen. §137 des Markengesetzes (MarkenG) formuliert darin nähere Bestimmungen zum Schutz einzelner geographischer Herkunftsangaben. Fälschliche Angaben zur Herkunft „Glashütte“ sind damit nicht nur Irreführung, sondern ein Verstoß gegen das Markengesetz.

www.glashuette.com

WDC: Konfliktreiche Sitzung zum Kimberley Prozess

Der russische Krieg gegen die Ukraine ist nicht ohne Auswirkungen auf die Plenums-Sitzung des Kimberley Prozesses in Gaborone/Botswana geblieben. Im Vorfeld der turnusmäßigen Sitzung wurden zahlreiche Stellungnahmen und Anträge eingereicht, unter anderem von der EU, den USA, Kanada und Russland. Strittig war, ob die Einflüsse des Krieges in der Ukraine auf den Kimberley Prozess im Rahmen der Tagung überhaupt diskutiert werden sollten. Bereits die Frage einer offiziellen Behandlung des Konfliktes auf der Agenda sorgte für Diskussionen bis zur Blockade der Abschlusserklärung. Eine erfolgreiche Abschlusserklärung der Tagung konnte nur durch einen Kompromissvorschlag des World Diamond Council (WDC) erzielt werden, der die konträren Positionen „aus der Sackgasse“ führte. Im Ergebnis blieb das viertägige Event aber ohne offizielle Verurteilung des russischen Angriffs. Die Eingaben der unterschiedlichen Staaten wurden jedoch dem finalen Communiqué des KP-Plenums 2022 angehängt.

www.worddiamondcouncil.org

HDE: Leichte Verbesserung der Verbraucherstimmung

Nach mehrmonatigem Negativtrend mit immer neuen Allzeittiefs verbessert sich die Verbraucherstimmung im November leicht. Wie das aktuelle Konsumbarometer des Handelsverband Deutschland (HDE) zeigt, legt der Index im Vergleich zum Vormonat geringfügig zu. Allerdings befindet

einzelhandel.de/konsumbarometer



sich das Konsumbarometer weiterhin auf einem niedrigen Niveau. Der Blick auf Konsum und Anschaffungen war in den vergangenen Monaten von starker Zurückhaltung geprägt. Diese negative Entwicklung hält im November nicht länger an. Die Anschaffungsneigung der Verbraucherinnen und Verbraucher steigt zum Weihnachtsgeschäft. Zwar verbleibt sie auf niedrigem Niveau, doch die zum Teil nachlassende Konsumzurückhaltung erlaubt einen etwas optimistischeren Blick auf die Vorweihnachtszeit. Obwohl die kontinuierliche Eintrübung der Verbraucherstimmung zunächst ein Ende gefunden hat, ist noch kein Optimismus zu beobachten. Vielmehr bleibt die Stimmung unter Verbrauchern trotz leichter Verbesserung recht schlecht. Die steigenden Lebenshaltungskosten werden weiterhin mit Sorge betrachtet.

Juwelier#Business: Neues Fachmagazin für die Branche

Mit „Juwelier#Business“ geht in der Branche ein neues Fachmagazin an den Start. Als B2B-Magazin für den Schmuck- und Uhrenhandel will man mit fachlicher Kompetenz und seriöser Berichterstattung überzeugen. Inhaltlich drehen sich die Themen um das Zusammenspiel von Juwelier und Kunde sowie Händler und Lieferant. Das Team der neuen Publikation besteht aus Brancheninsidern, die Jahrzehnte Erfahrung in der Schmuck- und Uhrenbranche mitbringen. Die Redaktionsleitung hat Ulrich Voss, ehemaliger Chefredakteur von BlickpunktJuwelier. Juwelier#Business erscheint im Verlag Mediafreiheit aus Filderstadt.

www.juwelierbusiness.de

Finbold: China und Indien dominieren Goldschmuckmarkt

Laut einem aktuellen Bericht des Londoner Finanznachrichtendienstes Finbold kontrollieren China und Indien den weltweiten Goldschmuckmarkt mit einem Anteil (nach Gewicht) von 60,53 %. Dabei liegt China mit knapp 32 % nur leicht vor Indien. Weit abgeschlagen folgen die USA mit 7 % auf Rang 3 und die Türkei und Europa mit je 3,2 %. Die hohe Nachfrage nach Goldschmuck in China wie auch Indien führt Finbold auf kulturelle Aspekte und wachsenden Wohlstand zurück. Auch die Aufhebung der Regelungen für privaten Goldbesitz in China habe dort die Nachfrage forciert. Der Goldmarkt habe auch als Anlageprodukt generell von höheren Risiken und Unsicherheiten profitiert.

www.finbold.com

Heraeus: Hohe Goldkäufe der Zentralbanken

Die Goldkäufe von Zentralbanken erreichen laut Heraeus ihren Höchststand seit Jahrzehnten. Die Käufe der globalen Zentralbanken verzeichneten im 3. Quartal 22 einen Anstieg von 115 % gegenüber dem Vorquartal. Laut dem World Gold Council ist der aktuelle Quartalswert für die

www.heraeus.com



Goldkäufe der größte seit Beginn der Aufzeichnungen. Die Goldkäufe der Zentralbanken seit Jahresbeginn in den ersten drei Quartalen steigt auf 673 Tonnen, was schon jetzt einen Zuwachs von 45 % gegenüber den Käufen des Gesamtjahres 2021 darstellt. Bei einem weiter steigenden Zinsniveau vor allem in den USA sehen die Analysten trotzdem keine klaren Indikatoren für ein weiteres Wachstum am Goldmarkt. Der Goldpreis beendete den Oktober laut Deutsche Bank um 1,8 % niedriger als im Vormonat und markierte damit den siebten negativen Monat. Dies ist laut den Frankfurtern die längste Negativserie seit mehr als 150 Jahren.

Destatis: Umsatzsteigerung bei hoher Inflation

Bei der derzeit hohen Inflation steigt der Einzelhandelsumsatz nur leicht. Die Einzelhandelsunternehmen in Deutschland haben im September 2022 nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) kalender- und saisonbereinigt real (preisbereinigt) 0,9 % und nominal (nicht preisbereinigt) 1,8 % mehr umgesetzt als im August 2022. Im Vergleich zum Vorjahresmonat September 2021 verzeichnete der Einzelhandel im September 2022 ein Umsatzminus von real 0,9 % und nominal ein Umsatzplus von 9,9 %. Die Differenz zwischen den nominalen und realen Ergebnissen spiegelt die hohen Preissteigerungen im Einzelhandel wider. Im Vergleich zum Jahres-Höchstwert im März 2022 ging der Einzelhandelsumsatz um 3,8 % zurück, lag jedoch um 3,2 % höher als im September des Vor-Corona-Jahres 2019. Der Umsatz im Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln stieg im September 2022 gegenüber dem Vormonat real um 2,4 % und lag um 0,2 % über dem Niveau des Vorjahresmonats. Der Handel mit Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren verbuchte ein erhebliches Umsatzplus von 9,9 % gegenüber dem Vormonat und 11,8 % gegenüber dem Vorjahresmonat. Im Internet- und Versandhandel stiegen die Umsätze im September 2022 gegenüber dem Vormonat real um 5,8 % und lagen damit 1,0 % unter dem Niveau vom September 2021. Der Tankstellen-Umsatz verzeichnet mit 15,7 % den höchsten Rückgang seit Beginn der Zeitreihe 1994. Der September 2022 ist der erste Monat nach Auslaufen des Tankrabatts.

www.destatis.de

Planet: Zusammenführung der Marken

Der BVJ-Paymentpartner Planet führt die Marken Datatrans, Hoist, protel und Proximis unter der Marke Planet zusammen. Durch den Schulterchluss unter einer Marke mit Unterstützung der Mehrheitseigner Advent International und Eurazeo will man das Wachstum noch besser unterstützen und Kunden jederzeit und überall ein konsistenteres, praktischeres und umfangreicheres personalisiertes Erlebnis bieten. Durch die Integration der Unternehmen sollen die Vorteile der immer stärker vernetzten digitalen Welt gehoben und dazu Software, Zahlungslösungen und Tech-

www.weareplanet.com



nologie in einer einzigen Plattform für den Connected Commerce kombiniert werden. Ziel ist ein reibungsloses Zahlungserlebnis für die Kunden. Der Wechsel auf die neue, einheitliche WeArePlanet Identität sei ein wichtiger Schritt bei der Zusammenführung der Unternehmen. Eine der ersten Maßnahmen ist der Wechsel zu der gemeinsamen weareplanet.com Domain. Die Ansprechpartner und [Kontaktdaten für BVJ-Mitglieder](#) ändern sich nicht.

Thomas Sabo: Verstärkung im Vertrieb

Der Hersteller Thomas Sabo will seinen Vertrieb durch die Rückkehr von Ralf Barthelmeß verstärken. Der ehemalige Vertriebschef des Unternehmens ist bereits heute beratend für das Unternehmen tätig und wird mit Wirkung zum 1. Januar 2023 neuer Senior Vice President Wholesale. Er soll in Zusammenarbeit mit dem CEO Dr. Gunnar Binder und dem Firmengründer Thomas Sabo den Vertrieb neu aufstellen und an die alten Erfolge anknüpfen, so das Unternehmen. Barthelmeß war bereits von 2006 bis 2016 bei Thomas Sabo, bevor er mit Geschäftspartnern die Vertriebsfirma Watchpeople gründete.

www.thomassabo.com

Vicenzaoro: Uhren-Segment erhält eigenen Bereich

Mit rund 40 Uhrenmarken soll auf der italienischen Schmuck-Fachmesse Vicenzaoro ein Businessbereich für Uhren geschaffen werden. Unter dem Titel „TIME“ sollen in Halle 1 etablierte und neue Marken aktuelle Uhrmacherkunst präsentieren. Als Aussteller werden Namen wie Edox, U-Boat, GaGà Milano und Locman genannt. Außerdem sollen Zubehör- und Komponentenanbieter auf der Messe ausstellen. Die Vicenzaoro wird von der Italian Exhibition Group (IEG) vom 20. bis 24. Januar 2023 in Vicenza veranstaltet.

www.vicenzaoro.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
Internet www.bv-juweliere.de

[BVJ Chef-Info abbestellen](#)

[Informationen zum Datenschutz](#)