

### Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

---

#### Inhorgenta: Februar-Termin steht weiterhin fest

---

Die Messe München hält auch in der aktuellen Pandemielage an dem ursprünglich geplanten Termin fest. Die Messe findet vom 11. bis 14. Februar 2022 auf dem Messegelände in München Riem statt. Projektleiterin Elena Jasper bleibt „zuversichtlich, dass sich die Situation bis dahin entspannt“. Derzeit plant man eine sichere Veranstaltung mit 3G+ für Aussteller und 2G für Besucher. Notfalls ließe sich die Zutrittsregelung noch auf 2G für alle oder sogar 2G+ nachschärfen. Das hohe Interesse der Aussteller bestätige die Rolle der Inhorgenta als Europas wichtigster Branchentreff, so der Veranstalter. Jasper: „Wir glauben fest daran, dass die Messe im Februar 2022 stattfinden wird und wir an die Erfolge der vergangenen Jahre anknüpfen können.“ Man beobachte natürlich weiterhin das aktuelle Geschehen und stehe in engem Austausch mit der Politik und den Partnern der Inhorgenta Munich.

---

[www.inhorgenta.com](http://www.inhorgenta.com)

---

#### IFH: Bedeutung vom Zahlverfahren „Ratenkauf“ steigt

---

Die Pandemiemaßnahmen und das anhaltend niedrige Zins-Niveau verändern das Einkaufsverhalten der Kunden. Laut einer Studie zu Entwicklungen des Konsumentenverhaltens von IFH Köln und TeamBank sorgt Corona nicht nur für eine weitere Verschiebung vom stationären Handel in den E-Commerce. Das Payment gewinnt bei den Kunden auch als Servicefaktor zusätzlich an Bedeutung. So ist Ratenkauf bei größeren Anschaffungen zwischenzeitlich unter den drei wichtigsten Zahlarten. Damit gewinnt dieser Service im stationären Geschäft, vor allem aber bei den Online-Zahlverfahren in der Schmuck- und Uhrenbranche an Bedeutung. Bereits in einer früheren Studie fand man heraus, dass gerade in Haushalten mit einem Nettoeinkommen zwischen 2.000 und 4.000 Euro eine Ratenkaufoption gefragt ist. Weitere Inhalte aus der IFH-Studie finden Sie [hier](#). Als Partner des BVJ bietet ratenkauf by easyCredit bei Vertragsabschluss attraktive Sonderkonditionen. Weitere Informationen:

---

[www.bv-juweliere.de](http://www.bv-juweliere.de)

---

<https://www.bv-juweliere.de/Partner/ratenkauf-by-easyCredit.php>

## **BVJ: einheitliches Logo für Batterierücknahme**

---

Die Konfusion über die unterschiedlichen Möglichkeiten wollen die Anbieter von Batterierücknahmesystemen jetzt gemeinsam entwirren. Die aktuell am Markt tätigen Anbieter haben gemeinsam eine einheitliche Kennzeichnung für Rücknahmestellen und eine gemeinsame Informationsplattform entwickelt. Die überall gleiche Kennzeichnung mit dem Sammelstellen-Logo soll den Kunden Orientierung geben und kann von allen Rücknahmestellen im Handel kostenfrei genutzt werden. Auf der Informationsseite <http://www.batterieruecknahmesysteme.de> wird zudem über die Bedeutung und gesetzlich vorgeschriebene Notwendigkeit der getrennten Sammlung von Batterien informiert. Auf der Seite finden sich auch Kontaktadressen für Händler, die Kontakt zu Entsorgungspartnern suchen.



---

[www.batterieruecknahmesysteme.de](http://www.batterieruecknahmesysteme.de)

---

## **Inhorgenta: Fokusthema „Future Retail –Zukunft des Handels“**

---

Auch im kommenden Jahr bietet die Inhorgenta mit der Trendfactory eine wertvolle Plattform für Information, Orientierung und Wissensvermittlung. Mit dem Fokusthema „Future Retail – die Zukunft des Handels“ liefert die Messe vom 11. bis 14. Februar 2022 mit Vorträgen, Seminaren und Diskussionen Know-how und Impulse rund um die aktuellen Herausforderungen der Schmuck-, Uhren- und Edelsteinbranche. Experten wie BVJ-Präsidiumsmitglied Marius Schafelner (Dr. Scharenberg Online) und Theresa Schleicher (Zukunftsinstitut) bieten Einblicke in das Spannungsfeld der Megatrends Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Die Trendfactory Munich (früher bekannt als Inhorgenta Forum) ist das Herzstück der Halle C2 der Messe. Sie präsentiert mit ihrem vielfältigen Seminarprogramm die Trends von übermorgen und bietet Top-Speakern aus der ganzen Welt eine Bühne. Das komplette Programm der Trendfactory wird in Kürze auf der Internetseite der Messe veröffentlicht.

---

[www.inhorgenta.com](http://www.inhorgenta.com)

---

## **Planet: Weitere Erholung im internationalen Tourismus**

---

Die Prognosen für die Entwicklung im internationalen Tourismus wurden leicht angehoben. Darüber informieren die aktuellen Veröffentlichungen des Finanzdienstleisters Planet Payment. Die weltweiten Reisebeschränkungen lockern sich zunehmend auf. Der Forecast für das Jahr 2022 wurde in der Folge basierend auf den Erkenntnissen bis zum November 2021 nach oben korrigiert. So wird sich der touristische Einzelhandel in Europa im Jahr 2022 bis auf 56 % des Niveaus von 2019 erholen – die

---

[www.planetpayment.com](http://www.planetpayment.com)

---



letzten Annahmen gingen nur von 46 % des Vorkrisenniveaus aus. Deutschland liegt dabei, basierend auf den zu erwartenden Ankünften von Reisenden, etwas hinter den europäischen Kernmärkten (Frankreich, Italien und Spanien) zurück. In einigen kaufkräftigen Herkunftsländern wie den Vereinigten Arabischen Emiraten ist die Impfquote mit 87 % sehr hoch, in anderen Ländern wie Russland mit 33 % hingegen niedrig. Im für das Geschäft mit Touristen besonders wichtigen China können keine Daten ermittelt werden, auch die zu erwartende Reisetätigkeit ist angesichts geltender Beschränkungen noch nicht zuverlässig prognostizierbar. Planet Payment bietet seinen Geschäftspartnern im Handel mit außereuropäischen Kunden vielfältige Informationen, Schulungen und Unterstützungsangebote.

### **Christ: Investition in stationäre Geschäfte**

---

Die Christ-Gruppe setzt weiter auf den stationären Handel und investiert mehr als 5 Millionen Euro in die Stärkung des Filialnetzes. Neue Flagship-Stores von Christ in Top-Lagen, wie der am Berliner Kurfürstendamm, sollen eröffnet werden. Ebenso steht die Expansion von Brinckmann & Lange im Fokus. Unter der Handels-Marke eröffnet man dieser Tage in einer ehemaligen Douglas-Filiale eine 350 m<sup>2</sup> große Boutique in Essen auf der Kettwiger Straße. In Regensburg zieht Christ vom Donau-Zentrum zurück in die Innenstadt, auf der Frankfurter Zeil wird Ende Januar ein neuer Flagship-Store mit integriertem Swarovski Wonderlab-Shop und Trauring-Lounge eröffnet. Im Frühjahr 2022 ist zudem die Eröffnung eines weiteren Christ Flagship-Stores in einer Metropole geplant. Olaf Schepers, Chief Procurement & Sales Officer von Christ will mit den Millionen-Investitionen das Filialnetz an Top-Standorten weiter optimieren und ausbauen.

---

[www.christ-corporate.com](http://www.christ-corporate.com)

---

### **Bain: Edelmarken übertreffen Vor-Corona-Umsatz**

---

Die Luxusgüterindustrie hat sich laut der Unternehmensberatung Bain & Company in 2021 unerwartet schnell von ihrem pandemiebedingten Einbruch erholt. Im laufenden Jahr wird der weltweite Markt für persönliche Luxusgüter, zu denen unter anderem hochwertige Kleidung, Schuhe, Lederwaren, Parfüm und Schmuck zählen, demnach gegenüber der Vorjahresperiode voraussichtlich um 29 % auf 283 Milliarden Euro wachsen. Damit wird er sogar 1 % über dem Ergebnis des Vorkrisenjahrs 2019 liegen. Mittelfristig wird erwartet, dass die Branche auf ihren gewohnten Wachstumspfad von 6 bis 8 % oder mehr pro Jahr zurückkehrt. 2025 dürften die High-End-Anbieter demnach bis zu 380 Milliarden Euro umsetzen. Den kräftigsten Schub hat der Branche erneut China verliehen. Dort verdoppelte sich das Marktvolumen 2021 gegenüber 2019 auf 60 Milliarden Euro. Zudem zeigten die USA ein solides Wachstum. Mit einem

---

[www.bain.de](http://www.bain.de)

---



Umsatz von 89 Milliarden Euro ist der amerikanische Kontinent aktuell der größte Luxusmarkt der Welt. Der Online-Umsatz mit Luxusgütern steigt laut Bain im laufenden Jahr um 27 % auf 62 Mrd. Euro. Mit ihren eigenen Webseiten generieren die Luxusanbieter mittlerweile 40 % des gesamten Onlineumsatzes im Bereich hochwertiger Produkte.

### **Glamira: Kooperation und Kampagne mit Sylvie Meis**

---

Der Online-Schmuckhändler Glamira kooperiert künftig mit Fernseh-Sternchen Sylvie Meis und startet eine erste eigene TV-Kampagne. Meis wird im kommenden Jahr das Gesicht der Marke in Deutschland. Anfang 2022 wird im Rahmen der Zusammenarbeit die exklusive Sonderkollektion „Sylvie Meis for GLAMIRA“ erscheinen. Der Schmuckhändler hat Niederlassungen in 8 Ländern und produziert seit 2012 auch eigene Schmuckstücke. Der Vertrieb erfolgt über insgesamt 76 Online-Shops in mehr als 65 Länder weltweit.

---

[www.glamira.de](http://www.glamira.de)

---

### **Bauer Walser: Übernahme von Scheideanstalt Carl Schaefer**

---

Die Bauer-Walser AG aus Keltern hat die traditionsreiche Gold- und Silber-Scheideanstalt Carl Schaefer übernommen. Die Pforzheimer Scheideanstalt wurde 2016 von der Münchener Beteiligungsgesellschaft Blue Cap aus der Insolvenz übernommen und wieder auf einen „profitablen Wachstumspfad“ gebracht. Bauer-Walser hat jetzt alle Anteile der Carl Schaefer GmbH übernommen und führt sie als eigenständige Firma weiter. Alle Mitarbeiter wurden übernommen.

---

[www.bauer-walser.net](http://www.bauer-walser.net)

---

### **Richemont: Starkes Wachstum in allen Geschäftsbereichen**

---

Der Luxusgüterkonzern Richemont konnte im ersten Halbjahr seines laufenden Geschäftsjahres (31.03.) den Umsatz in allen Geschäftsbereichen mit zweistelligen Wachstumsraten steigern. Von April bis September stieg der Umsatz gegenüber Vorjahr um 63 % auf 8,9 Mrd. Euro. Verglichen mit 2019 legte der Umsatz um 20 % zu. Der operative Gewinn stieg im gleichen Zeitraum auf 1,95 Mrd. Euro, die Gewinnmarge erreichte 22 %. Die Juwelier-Häuser des Konzerns Buccellati, Cartier und Van Cleef & Arpels entwickelten sich überdurchschnittlich. Der Halbjahres-Umsatz der Sparte stieg um 67 % auf 5,1 Mrd. Euro (plus 36 % im Vergleich zu 2019), die operative Marge kletterte von 30,1 auf 37,9 %. Der Umsatz der Uhrensparte stieg um 74 % gegenüber Vorjahr und 7 % gegenüber dem Vorkrisenniveau (2019). Richemont führt das Wachstum bei den Uhrenmarken A. Lange & Söhne, IWC Schaffhausen, Jaeger-LeCoultre, Panerai und Vacheron Constantin auf eine stärkere Konzentration auf Di-

---

[www.richemont.com](http://www.richemont.com)

---



rektvertrieb über Mono-Marken-Stores, Internet und eigene Geschäfte zurück.

## **Inhorgenta Award: Einreichungen bis Ende Januar**

---

Am 12. Februar 2022 wird in der BMW Welt München in feierlichem Ambiente der Inhorgenta Award verliehen. Er gilt als eine der wichtigsten und begehrtesten Auszeichnungen der Schmuck- und Uhrenbranche und feiert 2022 fünfjähriges Jubiläum. Eine hochkarätige, international renommierte Jury prämiert auch in diesem Jahr die besten Schmuckstücke, Uhren, Retailkonzepte & Designer. Der Preis wird in 8 Kategorien verliehen. Neu sind die Kategorien „Retailers Choice – Best Watch“ und „Retailers Choice – Best Piece of Jewelry“. Der Einreichungsschluss ist der 26.01. (Retailers Choice Kategorien: Einreichungsschluss 21.01.). <https://inhorgenta.awardsplatform.com/>

---

[www.inhorgenta.com](http://www.inhorgenta.com)

---

## **ZV Uhrmacher: Auszeichnung Immaterielles Kulturerbe**

---

Die Deutsche UNESCO-Kommission ehrte mit einer feierlichen Urkundenverleihung am 18. November in Düsseldorf das deutsche Uhrmacherhandwerk mit der Aufnahme in das bundesweite Verzeichnis Immaterielles Kulturerbe. Albert Fischer, Präsident des Zentralverbands für Uhren, Schmuck und Zeitmesstechnik und Timo Boxberg, Vizepräsident, nahmen die Auszeichnung im Schauspielhaus der Landeshauptstadt entgegen. Der Verband sieht die Aufnahme auch als Wertschätzung und Anerkennung für alle Betriebe, die im Uhrmacherhandwerk ausbilden.

<https://www.unesco.de/kultur-und-natur/immaterielles-kulturerbe/immaterielles-kulturerbe-deutschland/uhrmacherhandwerk>

---

[www.zv-uhren.de](http://www.zv-uhren.de)

---

## **Signet Jewelers: Übernahme von Diamonds Direct**

---

Der führende US-Diamantjuwelier Signet Jewelers hat die Übernahme von Diamonds Direct für 490 Mio. US-Dollar abgeschlossen. Diamonds Direct betreibt 22 gut eingeführte stationäre Geschäfte mit einem durchschnittlichen Jahresumsatz von 18,5 Mio. US-Dollar pro Standort. Nach der abgeschlossenen Übernahme des reinrassigen Online-Anbieters James Allen setzt Signet jetzt auf die Aquisition von einem hochprofitablen stationären Anbieter.

---

[www.signetjewelers.com](http://www.signetjewelers.com)

---

## **Christ: Erweiterung der Geschäftsführung**

---

Mit Michael Berghoff als Chief Digital Officer (CDO) erweitert die Christ-Gruppe die Geschäftsführung. Die Bedeutung des digitalen Geschäftes

---

[www.christ-corporate.com](http://www.christ-corporate.com)

---



ist im Unternehmen in den letzten Jahren signifikant gestiegen. Den Bereich will Christ ausbauen und beruft für dieses strategische Fokusthema erstmals einen CDO. Berghoff ist bereits seit mehr als 11 Jahren bei Christ tätig, zuletzt als Geschäftsleiter für E-Commerce, Omnichannel und Marketing. Darüber hinaus bleibt er weiterhin Geschäftsführer der Valmano GmbH, einem Tochterunternehmen der Christ-Gruppe. Die Christ-Geschäftsführung besteht damit aus Dr. Stephan Hungeling (CEO), Olaf Schepers (CPO & CSO) und Michael Berghoff (CDO).

### **Bastian Inverun: Peters neue Geschäftsführerin**

---

Franziska Peters ist neue Geschäftsführerin des Bremer Familienunternehmens Bastian. Zusammen mit ihrem Vater Stefan Peters, seit 2013 Alleininhaber der Silberschmuckmarke, leitet die studierte Betriebswirtin fortan sämtliche Geschicke des Schmuckunternehmens. Nachdem Franziska Peters in der Vergangenheit hauptsächlich in den Bereichen Marketing und Business Development verankert war, liegt ihr Schwerpunkt zukünftig insbesondere in den Bereichen Strategie, Einkauf & Logistik sowie Kollektionsentwicklung.

---

[www.bastian-inverun.de](http://www.bastian-inverun.de)

---

### **MCH Group: Neustart Baselworld „auf unbekannt verschoben“**

---

Die MCH Group hat entschieden, sich „für den Neustart der Baselworld mehr Zeit zu nehmen“. Die im Frühjahr 2022 geplante Baselworld wird nicht stattfinden. Aufgrund der Absage der Baselworld 2022 hat sich der Managing Director Michel Loris-Melikoff, entschieden, das Unternehmen zu verlassen und eine neue Herausforderung anzunehmen.

---

[www.mch-group.com](http://www.mch-group.com)

---

### **Inhorgenta: Thomas Sabo kehrt zurück, Casio setzt aus**

---

Auf der Inhorgenta Munich vom 11. bis 14. Februar 2022 kann die Messe München mit Thomas Sabo einen prominenten „Rückkehrer“ als Aussteller begrüßen. Der Hersteller will sich prominent in der Schmuck-Halle B2 präsentieren. Hier feiert auch Giovanni Raspini mit handgemachtem Silberschmuck aus Italien Messepremiere. Gleich mehrere neue Namen werden in der Uhren-Halle A1 in Erscheinung treten. Beim Designerschmuck in der Halle C2 gibt es Verstärkung aus Portugal und durch mehrere brasilianische Designer. Farbergé setzt ein weiteres Glanzlicht in der Halle B1, das neue Konzept der Carat Area in Halle C1 hat die renommierten Edelstein-Händler Abouchar und Gustav Caesar sowie die Edelsteinmanufaktur Herbert Stephan überzeugt. Nicht dabei ist in München in 2022 der Uhrenanbieter Casio. Der Hersteller hat seine Anmeldung zurückgezogen, da man sich „angesichts der anhaltend hohen Covid-Inzidenzzahlen in Deutschland, Österreich sowie anderen europäi-

---

[www.inhorgenta.com](http://www.inhorgenta.com)

---



schen Nachbarländern und der zudem sehr unklaren Entwicklungsperspektive für die kommenden Wochen“ gezwungen sehe, von einer Veranstaltung dieser Größenordnung Abstand zu nehmen.

### **Chronext: Kooperation mit Breuninger**

---

Der Onlinehändler Chronext setzt neben den eigenen Boutiquen auch auf die Partnerschaft mit stationären Händlern. In Nürnberg und Düsseldorf kooperiert der Pre-Owned Uhrenhändler mit dem Modekaufhaus Breuninger. In den beiden Filialen bietet man auf „Pop-up“-Flächen ein ausgewähltes Sortiment an. Ob das Shop-in-Shop-Konzept auf weitere Standorte ausgeweitet werden soll, gaben die Unternehmen nicht bekannt. Ob die Chronext-Flächen auch nach dem Weihnachtsgeschäft weiter betrieben werden, ließ man ebenfalls offen.

---

[www.chronext.de](http://www.chronext.de)

---

### **Tudor: Shops in Kooperation mit Handelspartnern**

---

In Hamburg wurde eine weitere Tudor-Boutique eröffnet. Die stark wachsende Tochter-Marke von Rolex setzt dabei auf die Partnerschaft mit dem Handel. Der Standort in der Hansestadt Ecke Neuer Wall wurde Ende November in Zusammenarbeit mit Juwelier Rüschenbeck gestartet. Erst kürzlich hatte Tudor eine Monobrand-Boutique in Kooperation mit dem ortsansässigen Juwelier Gadebusch in Köln eröffnet. Die Geschäfte im markanten Stil von Tudor setzen auf das aktuelle visuelle Konzept der Marke und damit die Farben Schwarz, Rot und Weiß. Markenbotschafter wie David Beckham spielen eine prägende Rolle.

---

[www.tudorwatch.com](http://www.tudorwatch.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 [bjj@einzelhandel-ev.de](mailto:bjj@einzelhandel-ev.de)  
Internet [www.bv-juweliere.de](http://www.bv-juweliere.de)

[BVJ Chef-Info abbestellen](#)

[Informationen zum Datenschutz](#)