

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

Inhorgenta: Positives Fazit der Jubiläums-Messe

Zu ihrem 50-jährigen Jubiläum präsentierte sich die Inhorgenta vom 16. bis 19. Februar frischer, moderner, vielfältiger, internationaler und hochkarätiger denn je. Mit rund 25.000 Besuchern aus 90 Ländern kamen in diesem Jahr 5 % mehr Gäste nach München als im Vorjahr. Mit 870 Ausstellern aus 37 Ländern wuchs die Inhorgenta auf Ausstellerseite sogar um 9 % gegenüber 2023. Die Hälfte der Aussteller kam aus dem Ausland, womit die Messe noch einmal internationaler geworden ist. „Dieser große Zuwachs an Ausstellern und Besuchern ist eine großartige Bestätigung für unser neues Konzept und ich freue mich schon auf die Umsetzung der Pläne zur Internationalisierung für 2025“, so Messeleiterin Stefanie Mändlein. Die Inhorgenta erhielt von den Besuchern hervorragende Noten: Sie wurde fast ausschließlich von Fachbesuchern mit hoher Entscheidungskompetenz besucht. 96 Prozent fanden die Inhorgenta gut bis ausgezeichnet und 94 Prozent der Besucher glauben, dass die Bedeutung der Messe zunehmen oder gleichbleiben wird. Die nächste Inhorgenta findet vom 21. bis 24. Februar 2025 in München statt.

<https://inhorgenta.com/de>

BVSU: Ausbildungsinitiative Schmuck gestartet

Der Bundesverband Schmuck, Uhren, Silberwaren und verwandte Industrien (BVSU) hat seine neue Ausbildungsinitiative im Internet gestartet. Zentrale Komponente ist eine Stellenbörse für zukünftige Auszubildende. Um für bestehende Fachkräfte und zukünftige Auszubildende attraktiv zu bleiben, geht es laut dem Verband für Unternehmen um Attraktivität und Sichtbarkeit, für die Beschäftigten um Möglichkeiten der Selbstverwirklichung und um attraktive Vergütung. Mit der Gründung der „Fachgruppe Fachkräftesicherung“ im Jahr 2023 wurde eine Plattform zur Diskussion und Strategieentwicklung geschaffen, mit dem Verband und Mitgliedsunternehmen gemeinsam dem Fachkräftemangel begegnen möchten. Als erstes sichtbares Ergebnis präsentiert der BVSU die neue Internetseite.

<https://ausbildung-schmuck.de>



Swatch Group: Umsatz- und Gewinnsteigerung

Die Swatch Group hat ihren aktuellen Geschäftsbericht mit Rekordwerten vorgelegt. So konnte das Unternehmen den Umsatz um 12,6 %, bereinigt um 5,2 % auf 7,89 Mrd. Schweizer Franken (CHF) steigern. Im gleichen Zeitraum stieg der Betriebsgewinn um 2,8 % auf 1,19 Mrd. CHF. Das Konzernergebnis gibt Swatch mit 890 Mio. CHF an, 8,1 % mehr als im Vorjahr. Das Segment Uhren & Schmuck hat dabei eine operative Marge von 17,2 % erreicht. Der Umsatzanteil des Retailbereichs am Gesamtumsatz des Segmentes stieg auf knapp 45 %. Der durchschnittliche Umsatz pro Store lag laut Swatch 20 % über dem Vorjahreswert. Die Marke Swatch verzeichnete ein Rekordwachstum von über 60 %, gefolgt von Longines, Tissot und Harry Winston mit hohen zweistelligen Steigerungsraten.

<https://www.swatchgroup.com>

FH Swiss: Schweizer Uhrenexporte gehen leicht zurück

Die Schweizer Uhrenindustrie musste laut ihrem Verband FH Swiss nach diversen Rekorden im Februar einen leichten Dämpfer hinnehmen. Nach zwei Jahren kontinuierlichen Wachstums gingen die Export-Umsätze auf Monatsbasis erstmals um 3,8 % zurück. Der Rückgang begründet sich im Wesentlichen durch den Umsatzrückgang bei Stahluhren um 10,6 %, obwohl die Stückzahlen in diesem Segment um 3,1 % stiegen. Uhren aus Edelmetall zeigten sich mit einer Umsatzentwicklung von plus 0,2 % stabil. Während die Exportumsätze in die USA und nach Japan um über 5 % stiegen, gingen die Exporte nach China um 25 % und Hong Kong um 18 % zurück. Die europäischen Märkte nahmen Schweizer Uhren im Wert von im Schnitt 3,5 % weniger ab.

<https://www.fhs.swiss>

Francéclat: Französische Schmuck und Uhren mit Zuwachs

Die französische Schmuck- und Uhrenindustrie konnte laut der Organisation Francéclat im vergangenen Jahr deutlich zulegen. Bei der Schmuckproduktion wurde die Fünf-Milliarden-Euro-Marke durchbrochen und bei den Uhren- und Schmuckexporten sogar die Zehn-Milliarden-Euro-Marke geknackt. Die französischen Uhrenhersteller steigerten ihren Umsatz um 7 % auf ein Rekordhoch von 410 Mio. Euro. Die Schmuckproduktion in Frankreich wurde seit 2015 verdreifacht. Die Hersteller setzten in 2023 rund 5,4 Mrd. Euro um, ein Plus von 17 % gegenüber Vorjahr. Der Fokus der französischen Industrie liegt auf echtem Schmuck (4,7 Mrd. Euro, +17 %). Der Modeschmuckbereich machte rund 0,5 Mrd. Euro Umsatz aus (+16 %). Die Importe von Schmuck und Uhren nach Frankreich stiegen um 8 % auf 9,8 Mrd. Euro.

<https://international.franceclat.fr>



HDE: Schieflage bei Marktüberwachung

Angesichts der wachsenden Zahl an Paketen aus dem Nicht-EU-Online-Handel warnt der Handelsverband Deutschland (HDE) vor den Folgen unzureichender Einfuhrkontrollen. Im Sinne der Produktsicherheit und des fairen Wettbewerbs fordert der Verband eine Neuordnung der Marktüberwachung in Deutschland. Stephan Tromp, stellvertretender HDE-Hauptgeschäftsführer: „Der Zoll ist mit der schieren Masse an Paketen überfordert und die dezentrale Organisation der Marktüberwachung führt zu Sicherheitsrisiken für die Verbraucher und bringt eine extreme Wettbewerbsverzerrung zulasten des deutschen Handels mit sich. Die Marktüberwachung ist organisiert wie zu Zeiten von Tante Emma, als es nur den stationären Handel gab und die amtliche Überwachung der Produkte vor Ort ausreichte.“ Der HDE fordert daher eine Neuordnung der Marktüberwachung in Deutschland. „In Zeiten des globalen Internethandels stößt das dezentrale Modell der Marktüberwachung an seine Grenzen. Es überfordert die kommunalen Behörden“, so Tromp. Während 2023 laut Europäischer Kommission zwei Milliarden Pakete mit einem Warenwert unterhalb der Zollfreigrenze von 150 Euro aus Nicht-EU-Staaten in die EU verschickt wurden, meldet die Bundesnetzagentur für das Jahr 2023 die Prüfung von nur rund 5.000 Warensendungen. Von den geprüften Sendungen erhielten 92 Prozent keine Freigabe.

www.einzelhandel.de

gfu: Höherwertige „Core Wearables“ in 2023

Die Zahl der verkauften Core Wearables ist im vergangenen Jahr um 18,3 % auf 7,2 Mio. Stück zurückgegangen. Das geht aus dem Home Electronics Market Index (HEMIX) von gfu Consumer & Home Electronics (gfu) und GfK hervor. Die Angaben basieren auf den Daten des GfK Handelspanels ergänzt um die von GfK nicht erhobenen Vertriebswege. Die Umsätze sanken im gleichen Zeitraum jedoch nur leicht um 0,5 % auf 1,45 Mrd. Euro. Grund sind die gestiegenen Durchschnittspreise für Core Wearables von 203 auf 247 Euro im Jahr 2023. Das Segment der privat genutzten Telekommunikationsprodukte zu denen Core Wearables gerechnet werden, entwickelte sich 2023 mit einem Umsatzrückgang von 2,2 % auf knapp 15,5 Mrd. Euro negativ. Laut gfu-Definition gehören zu Core Wearables Smart Watches (ohne SIM), Smart Glasses (ohne SIM), Health & Fitness Tracker, Wrist Sport Computer, Connected Watches und Locators. Die so genannten Earables (Smart Headsets) sind im Segment „Kopfhörer + Stereo Mobilfunkheadsets“ und die Smart Watches mit SIM-Karte im Segment „Smartphones“ enthalten – und werden nicht im Bereich Core Wearables erfasst.

www.gfu.de



Amazon: Starker Einsatz gegen Produktfälschungen

<https://www.amazon.com>

Der Internetriese Amazon verstärkt seine Aktivitäten gegen Produktfälschungen. Nach Unternehmensangaben habe man im vergangenen Jahr mehr als 7 Mio. gefälschte Produkte identifiziert, beschlagnahmt und ordnungsgemäß entsorgt. Die im Jahr 2020 gegründete Abteilung des Unternehmens gegen Fälschungskriminalität „Counterfeit Crimes Unit“ hat demnach mehr als 21.000 Anbieter mit unlauteren Absichten im Rahmen von Gerichtsverfahren und Meldungen an die Strafverfolgungsbehörden gestoppt. Auch gegen die Eröffnung von unseriösen Amazon-Verkäuferkonten geht der US-Riese nach eigenen Angaben vor. So wurden weltweit in 2023 mehr als 700.000 Versuche verhindert, entsprechende Konten zu eröffnen, noch bevor sie im Verkauf aktiv werden konnten. Amazon arbeitet aktiv an einem besseren Image und will sich als Plattform so auch von chinesischer Konkurrenz abgrenzen.

EU-Parlament: Initiativen gegen Zeitumstellung

<https://www.europarl.europa.eu>

Der Beschluss des EU-Parlaments aus dem Jahr 2019, die Zeitumstellung in den Mitgliedsstaaten abzuschaffen, könnte neuen Rückenwind erhalten. Eigentlich hatte das Parlament nach einer Bürgerbefragung, bei der im Sommer 2018 rund 4,5 Mio. Menschen mehrheitlich (84 %) für die Abschaffung der Zeitumstellung gestimmt haben, das Ende von Sommer- und Winterzeit bereits beschlossen und wollten dies bis 2021 umsetzen. Dies ist bislang jedoch am Widerstand von Mitgliedsstaaten gescheitert. Jetzt wollen verschiedene Parlamentarier die Sommerpause nach den diesjährigen EU-Wahlen dafür nutzen, die Abschaffung voranzutreiben.

HDE: 2,2 Milliarden Euro im Ostergeschäft

<https://einzelhandel.de/ostern>

Für das diesjährige Ostergeschäft im Einzelhandel rechnet der Handelsverband Deutschland (HDE) mit einem Umsatz von 2,2 Milliarden Euro. Zu diesem Anlass rund um das Osterfest Geld auszugeben, planen 41 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher. Das ergab eine im Auftrag des HDE durchgeführte, bevölkerungsrepräsentative Umfrage unter 1.500 Personen. Im Vergleich zum Vorjahr bleiben die Umsätze im Ostergeschäft damit stabil. „Das Osterfest ist für den Einzelhandel mit wichtigen Umsatzimpulsen verbunden. In den Geschäften ist das Angebot an anlassbezogener Ware groß, besonders beliebt sind bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern Lebensmittel“, so HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth. Wer zu Ostern Geschenke kauft, greift laut HDE-Umfrage vor allem zu Lebensmitteln. Während 74 Prozent Lebensmittel verschenken wollen, planen knapp 47 Prozent den Kauf von Blumen und gut 45 Prozent den Kauf von Dekoartikeln. Auch Spielwaren zählen zu den rund um Ostern meistgekauften Produkten. Die Verbrau-



cherinnen und Verbraucher, die zu Ostern anlassbezogene Ausgaben tätigen, geben hierfür im Durchschnitt 39 Euro pro Kopf aus. „Das diesjährige Ostergeschäft kann dazu beitragen, die Konsumstimmung wieder etwas zu verbessern“, so Genth.

Otto Group: E-Commerce-Umsätze rückläufig

Die weltweiten E-Commerce-Umsätze der Otto Group werden nach erster Prognose im laufenden Geschäftsjahr 2023/24 (29. Februar 2024) auf vergleichbarer Basis um rund 9 % auf knapp 10,8 Mrd. Euro zurückgehen. Dies geht mit einer voraussichtlich verbesserten operativen Profitabilität einher. An den Investitionen in Logistik, IT und in kundennahe Lösungen im Bereich der Künstlichen Intelligenz hält die Handels- und Dienstleistungsgruppe grundsätzlich fest. „Im laufenden Geschäftsjahr stand und steht die Ergebnissicherung im Vordergrund. Insofern war mit einem Umsatzrückgang im E-Commerce zu rechnen. Hinzu kam, dass das Weihnachtsgeschäft sowohl bei uns als auch im Gesamtmarkt weniger stark als erhofft verlief. Dennoch: Unsere Steuerung der Gruppe ist erfolgreich“, so Sebastian Klauke, Konzern-Vorstand E-Commerce, Technologie, Business Intelligence und Corporate Ventures der Otto Group. Erfreulich ist laut Unternehmen die Entwicklung der Plattformtransformation bei OTTO. So konnten die auf dem OTTO-Marktplatz im Geschäftsjahr 2023/24 im Vergleich zum Vorjahr erzielten Partnerumsätze deutlich gesteigert.

<https://www.ottogroup.com>

Destatis: Einzelhandelsumsatz im Februar real gesunken

Die Einzelhandelsunternehmen in Deutschland haben im Februar 2024 nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) kalender- und saisonbereinigt real (preisbereinigt) 1,9 % und nominal (nicht preisbereinigt) 1,8 % weniger umgesetzt als im Januar 2024. Im Vergleich zum Vorjahresmonat Februar 2023 verzeichnete der Einzelhandel ein Umsatzminus von real 2,7 % und nominal von 0,4 %. Die Differenz zwischen den nominalen und realen Ergebnissen spiegelt das gestiegene Preisniveau im Einzelhandel wider. Der reale kalender- und saisonbereinigte Umsatz im Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln sank im Februar 2024 um 1,0 % gegenüber dem Vormonat und um 2,6 % gegenüber dem Vorjahresmonat Februar 2023. Im Internet- und Versandhandel verzeichnete der reale Umsatz im Februar 2024 einen Rückgang von 2,8 % zum Vormonat und lag damit 4,7 % unter dem Umsatz des Vorjahresmonats Februar 2023.

www.destatis.de



Christ: Vertrieb auf Plattform von Elektronikhändler Galaxus

Der Juwelier Christ vertreibt seine Produkte jetzt auch über den Online-Marktplatz von Galaxus Deutschland. Der Elektronikhändler hatte seine Plattform vor rund einem Jahr für Partner geöffnet. Das selektive Händlerprogramm des Onlineshops ermöglicht Partnern, ihr Sortiment unter eigenem Namen auf galaxus.de anzubieten. Partner wie Christ, Möbelschmied Beliani oder Sportfachhändler Ballsportdirekt.de erweitern den Galaxus-Marktplatz um ihre Produkte. Juwelier Christ ist auf der Plattform mit mehr als 10.000 Produkten live, von Uhren und Smartwatches bis hin zu Schmuck.

<https://www.galaxus.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 bjj@einzelhandel-ev.de

Internet www.bv-juweliere.de

[BVJ Chef-Info abbestellen](#)

[Informationen zum Datenschutz](#)