

Gezielt und hochwertig: Juweliere ziehen positive Bilanz 2025

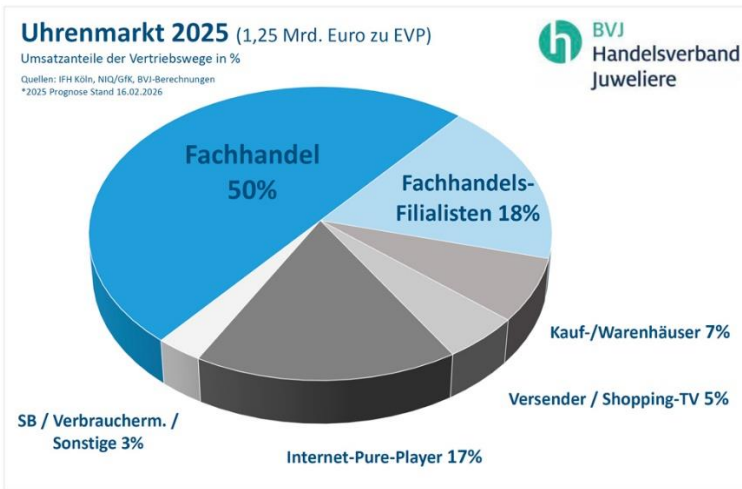
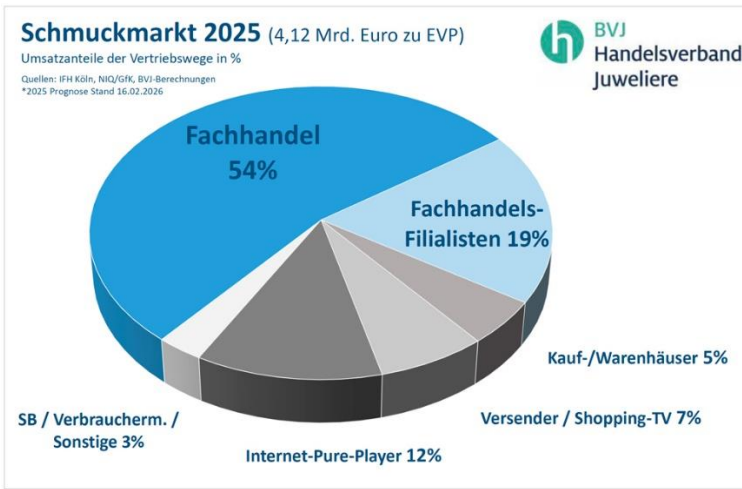
Köln/München, 20. Februar 2026

Der Umsatz mit Schmuck und Uhren entwickelt sich stabil. Dies teilte der Handelsverband Juweliere (BVJ) zum Auftakt der Branchenleitmesse Inhorgenta am 20. Februar 2026 in München mit. Insgesamt wurden in Deutschland im Jahr 2025 rund **5,37 Mrd. Euro*** mit **Schmuck und Uhren** umgesetzt (zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.). Dies entspricht einem Zuwachs gegenüber dem Vorjahr von **+2,1 %**. *„Auch und gerade in herausfordernden Zeiten scheint der Wunsch nach etwas Schönerem und Wertvollem ungebrochen“*, so BVJ-Präsident **Stephan Lindner**. *„Unsere Kunden kaufen gezielt und hochwertig nach dem Motto: ‚Wenn, dann richtig‘. Vor allem das Wertempfinden für Goldschmuck wird durch die Medienberichte über Edelmetallpreise zusätzlich beflügelt.“* Das Marktvolumen von **Schmuck** stieg um +2,1 % auf 4,12 Mrd. Euro*. Der Umsatz mit **Uhren** legte ebenfalls um +2,1 % auf 1,25 Mrd. Euro* zu. Insgesamt gingen die Stückzahlverkäufe zwar zurück, dieser Rückgang wurde jedoch durch gestiegene Durchschnittspreise überkompensiert. Bestes Beispiel hierfür sind laut BVJ-Beobachtung **Antragsringe** und **Trauringe**, die deutlich höherwertiger nachgefragt wurden.

Der **Fachhandel** als Vertriebsweg dominiert in beiden Sortimentsbereichen Schmuck und Uhren den Markt. Er konnte seinen wertmäßigen Marktanteil gegenüber dem Vorjahr sogar leicht steigern. *„In kaum einer Branche dominiert der Fachhandel so deutlich das Geschehen. Vertrauen, Kompetenz und Einkaufserlebnis sind wesentliche Faktoren für diesen Erfolg“*, so BVJ-Präsident **Stephan Lindner**. Bei **Schmuck** haben der Fachhandel und die Filialisten des Fachhandels einen wertmäßigen Marktanteil von **73 %*** (rund 90 % davon stationär / 10 % online). Bei **Uhren** liegt der Anteil von Fachhandel und Filialisten des Fachhandels bei **68 %*** (rund 85 % stationär / 15 % online). Dazu **Lindner**: *„Die Onlineshops der Juweliere sind weniger Umsatzbringer als vielmehr Zuführung zum stationären Geschäft. Die Kunden suchen nach wie vor das physische Einkaufserlebnis und die persönliche Beratung. Um so mehr, je höherwertiger das Produkt.“* Auch die **Internet-Pure-Player** konnten ihre Anteile gegenüber dem Vorjahr in 2025 steigern. Mit 12 %* wertmäßigem Marktanteil bei Schmuck und 17 %* bei Uhren ist ihre Bedeutung im Vergleich zu anderen Gebrauchsgütermärkten jedoch unterdurchschnittlich. Deutlich verloren haben unter den Vertriebswegen für Schmuck und Uhren in 2025 die **Warenhäuser**.

(*BVJ-Berechnungen auf Basis der Daten von IFH Köln, NIQ/GfK, Destatis und Unternehmensangaben)

PRESSMITTEILUNG



Die Grafiken in Druckauflösung finden Sie online unter www.bv-juweliere.de

Weitere Informationen bei:

**Bundesverband der Juweliere,
Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V. (BVJ)**

Joachim Dünkemann (Geschäftsführer)

Tel. 02 21 / 2 71 66 – 0

bvj@einzelhandel-ev.de