

09.12.2016 – 10:30 Uhr

Diamantenreport 2016 von Bain / Rückkehr in die Wachstumsspur

München (ots) -

- Verkäufe von Rohdiamanten steigen im ersten Halbjahr 2016 um rund 20 Prozent
- Einzelhändler setzen auf starkes Weihnachtsgeschäft
- Millennials rücken als Zielgruppe in den Fokus

Für die weltweite Diamantenbranche zeichnet sich 2016 eine Erholung ab. Die Verkäufe von Rohdiamanten zogen im ersten Halbjahr um rund 20 Prozent an. Im Gesamtjahr 2015 waren sie um 24 Prozent eingebrochen. Auch die Preise stabilisieren sich nach ihrem Rückgang von 15 Prozent im Vorjahr. Insbesondere Unternehmen, die Diamanten weiterverarbeiten, stocken ihr Einkaufsvolumen wieder auf. Viele Einzelhändler setzen auf ein starkes Weihnachtsgeschäft. Das geht aus dem aktuellen Branchenreport "The Global Diamond Industry 2016" hervor, den die internationale Managementberatung Bain & Company und das Antwerp World Diamond Centre (AWDC) jährlich veröffentlichen.

Nach einer Schwächephase 2015 findet die Diamantenbranche in diesem Jahr zurück zu neuem Wachstum. Mittelgroße Zwischenhändler und Weiterverarbeiter von Diamanten kauften 2016 wieder mehr Rohdiamanten ein. Im vergangenen Jahr waren die Geschäfte im Diamantenmarkt rasant zurückgegangen, weil die Nachfrage ausblieb und in der Folge die Preise drastisch fielen. Die Lager der Hersteller quollen über. Spezialfirmen aus dem Midstream der Wertschöpfungskette, zum Beispiel Diamantschneider, reduzierten ihre Einkäufe von Rohedelsteinen massiv und beschränkten sich auf den Verkauf ihrer Lagerbestände.

Abzuwarten bleibt, ob auch die Juweliere und großen Warenhäuser vom anziehenden Rohdiamantenabsatz profitieren. "Sollte die Nachfrage der Konsumenten nicht steigen, füllen die zunehmenden Rohdiamantenverkäufe eher die Lager der Händler und Diamantenverwerter, als dass sie bei den Einzelhändlern für mehr Umsatz sorgen", stellt Dr. Klaus Neuhaus, Bain-Partner und Leiter der Praxisgruppe Industrie, fest.

USA bleiben der Fels in der Brandung

Wie schon in den Jahren zuvor, waren die USA auch 2015 der entscheidende Wachstumsmotor für die Diamantenindustrie. Speziell Kunden mit mittleren Einkommen sorgten für steigende Gewinne der Juweliere. Der Markt in China dagegen war schwierig. Reisebeschränkungen in Hongkong und Macau wirkten sich negativ auf den Diamantenabsatz aus. Im übrigen China entwickelte sich der Konsum indes leicht positiv.

Von der negativen Entwicklung in China profitierten Europa und Japan 2015 in Form von steigenden Käufen in Euro und Yen. Makroökonomische Effekte wie Einkommenssteigerungen kurbelten in Indien den Diamantenkonsum an. Der starke Dollar führte am Ende dennoch zu einem Minuswachstum.

Bain geht davon aus, dass Währungsschwankungen im laufenden Jahr insgesamt deutlich geringere Auswirkungen auf das Wachstum der Diamantenbranche haben werden als 2015. Allerdings besteht das Risiko einer Konjunkturabschwächung in den USA. Dort signalisieren Verkaufsrückgänge bedeutender Juweleneinzelhändler in der ersten Jahreshälfte 2016 eine mögliche Eintrübung der Nachfrage. Das gilt auch für China. Die Hoffnungen der Händler auf ein gutes Diamantenjahr 2016 ruhen auf dem anstehenden Weihnachtsgeschäft.

Anfälligkeit für Krisen weiter reduzieren

Die Herausforderungen der Diamantenindustrie haben sich seit dem letztjährigen Report kaum verändert. "Zwischenhändler und Verarbeiter von Diamanten müssen ihre Geschäftsmodelle auf deren Anfälligkeit hin überprüfen - sei es hinsichtlich externer Faktoren wie Wechselkursschwankungen oder in Bezug auf Nachfrageeinbrüche", so Bain-Partner Neuhaus. "Wichtig für die Unternehmen sind beispielsweise neue Wege zur Zwischenfinanzierung in schwierigeren Zeiten."

Außerdem heizen synthetisch hergestellte Diamanten den Wettbewerb an. Darauf müssen sich Anbieter von natürlichen Edelsteinen vorbereiten und unter anderem in ihrem Marketing die emotionale Komponente der Natursteine stärker betonen. "Gleichzeitig sollten sie intensiver daran arbeiten, dass Plagiate entdeckt werden und vom Markt verschwinden", betont Neuhaus.

Neue Zielgruppe Millennials

Große Hoffnungen setzt die Diamantenbranche auf die Käufergruppe der Millennials, also den zwischen 1980 und 2000 Geborenen. Diese Käuferschicht umfasste 2015 in China, Indien und den USA insgesamt rund 900 Millionen potenzielle Kunden. In diesen drei Ländern machen Millennials zwischen einem Viertel und einem Drittel der Bevölkerung aus. Ihr Einkommen betrug 2015 rund acht Billionen US-Dollar, bis 2030 wird es sich in etwa verdoppelt haben. Wären die Millennials eine Nation, stünden sie für die viertstärkste Volkswirtschaft der Welt hinter den USA, der Europäischen Union und China.

Schmuck und Juwelen sind die bevorzugten Geschenke der Millennials für Partner und Verwandte. In China und Indien sind Juwelen das Geschenk Nummer eins. In den USA wählen junge Menschen bei Weihnachts- oder Geburtstagsgeschenken Schmuck am dritthäufigsten. "Die Millennials sind eine bislang vernachlässigte, aber hochattraktive Zielgruppe, der sich die Diamantenbranche stärker öffnen muss", erklärt Serge Hoffmann, Bain-Partner und Einzelhandelsexperte. "Um die Kauffreude dieser Generation langfristig zu steigern, müssen Hersteller und Händler nicht nur stärker ins Category Marketing wie Shop-in-Shop-Konzepte investieren, sondern auch in ihre Markenbildung bei der jungen Käuferschicht." Darüber hinaus gilt es, die Erwartungen der Millennials mit einem intensiveren Onlineangebot oder an ihren Bedürfnissen angepassten Läden zu erfüllen.

Stabiles Nachfrageplus bis 2030

Die Langfristprognose für den Diamantenmarkt bleibt positiv. Bis etwa 2019 werden sich Angebot und Nachfrage von Rohdiamanten die Waage halten. Ab 2020 ist ein durchschnittliches Nachfragewachstum bei Rohedelsteinen zwischen 2 und 5 Prozent pro Jahr realistisch. Diese Prognose basiert auf den positiven Signalen für die US-Wirtschaft und einer Zunahme mittlerer Einkommen in Indien und China. Die Produktion von Rohdiamanten hingegen wird bis 2030 um jährlich 1 bis 2 Prozent zurückgehen, weil mehr veraltete Minen stillgelegt als neue eröffnet werden.

Über die Studie

Bain & Company und das Antwerp World Diamond Centre (AWDC) veröffentlichen bereits zum sechsten Mal den Branchenreport zum Diamantenmarkt. Der Report, der jährlich erscheint, zeigt die Entwicklung in den vergangenen zwölf Monaten. Untersucht wurden diesmal die Einflussfaktoren auf Produktion und Verkauf im Diamanteneinzelhandel, auf die Performance der Zwischenhändler im Midstream sowie auf die globale Nachfrage in einzelnen Märkten. Darüber hinaus analysiert der Report 2016 die Käufergruppe der Millennials. Deren Einstellung und Verhalten beim Diamantenkauf wurden für die Märkte USA, China und Indien untersucht. Der Diamantenreport enthält außerdem einen Branchenausblick bis 2030. Gezeigt werden Veränderungen beim Schürfen von Diamanten sowie globale makroökonomische Umbrüche und ihre Auswirkungen auf Angebot und Nachfrage.

Bain & Company

Bain & Company ist eine der weltweit führenden Managementberatungen. Wir unterstützen Unternehmen bei wichtigen Entscheidungen zu Strategie, Operations, Technologie, Organisation, Private Equity und M&A - und das industrie- wie länderübergreifend. Gemeinsam mit seinen Kunden arbeitet Bain darauf hin, klare Wettbewerbsvorteile zu erzielen und damit den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern. Im Zentrum der ergebnisorientierten Beratung stehen das Kerngeschäft des Kunden und Strategien, aus einem starken Kern heraus neue Wachstumsfelder zu erschließen. Seit unserer Gründung im Jahr 1973 lassen wir uns an den Ergebnissen unserer Beratungsarbeit messen. Bain unterhält 53 Büros in 34 Ländern und beschäftigt weltweit 6.400 Mitarbeiter, 750 davon im deutschsprachigen Raum. Weiteres zu Bain unter: www.bain.de.

Kontakt:

Leila Kunstmann-Seik, Bain & Company Germany, Inc., Karlsplatz 1,
80335 München
E-Mail: leila.kunstmann-seik@bain.com, Tel.: +49 (0)89 5123 1246,
Mobil: +49 (0)151 5801 1246