

04.04.2019 – 09:31 Uhr

Bain-Report zum weltweiten Diamantenmarkt / Brillanten funkeln wieder

München (ots) -

Nach Jahren der Stagnation befindet sich die weltweite Diamantenindustrie wieder auf Wachstumskurs

- Nach einem moderaten Plus 2017 hat sich die Nachfrage nach den kostbaren Steinen vor allem 2018 deutlich belebt
- Speziell US-Amerikaner und Chinesen haben Brillantschmuck gekauft

Das Diamantengeschäft erstrahlt in neuem Glanz. So ist die gesamte Branche nach einer Phase der Stagnation 2017 erstmals wieder um 2 Prozent gewachsen. Die Minen haben mit 151 Millionen Karat sogar fast 20 Prozent mehr Rohdiamanten geschürft. Die Belebung der Industrie führt die internationale Managementberatung Bain & Company in ihrem "Global Diamond Report" auf die insgesamt positive Entwicklung am Luxusmarkt zurück. Gemeinsam mit dem Antwerp World Diamond Center hat Bain diesen Report bereits zum achten Mal erstellt.

Insbesondere in den USA und in China hat Brillantschmuck viele neue Liebhaber gefunden. In China hatte die Nachfrage seit 2013 stagniert. Nun aber begeistern sich dort vor allem die Millennials sowie junge Frauen für den kostenbaren Schmuck. Diesen lassen sie sich nicht wie üblich schenken, sondern kaufen ihn zunehmend selbst.

Diamanten sind für immer

Die positive Entwicklung hatte sich bereits 2016 abgezeichnet. Im Jahr darauf legten dann von den Minenbetreibern über die Verarbeiter bis hin zum Schmuckhandel alle Segmente der Wertschöpfungskette deutlich zu. Bain-Partner und Luxusmarktexperte Oliver Merkel prognostiziert: "Dieser Trend wird sich voraussichtlich bis in die 2030er-Jahre fortsetzen."

Bis Ende 2018 hat sich die Dynamik im Diamantenmarkt dank der hohen Schmucknachfrage der Wohlhabenden weiter verstärkt. In der ersten Jahreshälfte präsentierten vor allem die Minenbetreiber und die Juweliere erfreuliche Zahlen. Den seit Jahren schwachen europäischen Märkten bescherten der Tourismus sowie die Aufwertung des Euro eine Erholung. In Japan wiederum sorgte die positive Entwicklung am Arbeitsmarkt für eine stärkere Nachfrage nach Brillantschmuck. Sogar im krisengeplagten Indien sind jetzt erste Anzeichen für eine Verbesserung des Diamantengeschäfts zu erkennen.

Boom in den Minen

In den Diamantenminen konnte 2017 die acht Jahre dauernde Stagnation endlich überwunden werden. Der deutliche Anstieg der Produktion beschränkte sich allerdings zunächst auf Steine niedriger Qualität, so dass das Umsatzplus noch eher gering ausfiel. Dies änderte sich im Jahr darauf. Der Output blieb hoch, gleichzeitig stiegen die Preise pro Karat, da zunehmend größere Steine von noch dazu höherer Qualität gefragt waren.

In den Reihen der Verarbeiter, die Rohdiamanten schneiden, schleifen und polieren, profitierten 2017 vor allem die Produzenten kleinerer Brillanten. Die gesamte Branche erwirtschaftete im Schnitt Margen von 1 bis 3 Prozent. Die effizientesten Unternehmen konnten sogar rund 10 Prozent vom Umsatz als Gewinn ausweisen.

Entscheidende Markttrends beachten

Um ihre Profitabilität weiter steigern zu können, sollten alle Marktplayer ihr Augenmerk auf drei wichtige Branchenentwicklungen richten:

1. Digitalisierung: Durch digitale Technologien lässt sich die Wertschöpfung im gesamten Unternehmen steigern. Insbesondere im Marketing eröffnen sie zahlreiche Möglichkeiten, die Kunden besser zu erreichen.
2. Künstliche Diamanten: Im Labor erzeugte Diamanten haben sich am Markt etabliert. Selbst Traditionshersteller DeBeers vertreibt die Kunststeine - über seine Neugründung Lightbox. Gelingt es den Anbietern, die natürlichen Diamanten klar von den im Labor gezüchteten Steinen abzugrenzen, indem Letztere beispielsweise als Modeschmuck verkauft werden, dürfte sich der negative Einfluss der Kunstdiamanten auf das Marktwachstum bis zum Jahr 2030 auf minus 5 bis minus 10 Prozent beschränken.
3. Junge Kunden: Marketing und Vertrieb müssen sich auf die Bedürfnisse der Millennials und der Generation Z

einstellen. Junge Frauen haben immer höhere Einkommen und kaufen sich ihren Schmuck selbst. Diese für die Branche neuen Kundengruppen orientieren sich bei ihrer Kaufentscheidung vor allem an Influencern, Bewertungen und Likes in den sozialen Netzwerken - ein Verhalten, das die Branche von ihren bisherigen Kunden nicht kennt.

Bain & Company

Bain & Company ist eine der weltweit führenden Managementberatungen. Wir unterstützen Unternehmen bei wichtigen Entscheidungen zu Strategie, Operations, Informationstechnologie, Organisation, Private Equity, digitaler Strategie und Transformation sowie 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 57 Büros in 36 Ländern und beschäftigt weltweit 8.000 Mitarbeiter, 900 davon im deutschsprachigen Raum. Weiteres zu Bain unter: www.bain.de. Folgen Sie uns: Facebook, LinkedIn, Xing, Bain Insights App.

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018214/100826636> abgerufen werden.