

11.03.2021 – 09:42 Uhr

Bain-Report zur globalen Diamantenindustrie / Nach dem Corona-Schock sind die edlen Steine wieder gefragt

München/Zürich (ots) -

- Diamantenverkäufe geben 2020 weltweit um 15 Prozent nach, die Produktion geht um 20 Prozent zurück
- Preise für rohe und geschliffene Steine sinken im Zuge der Pandemie um 11 beziehungsweise 3 Prozent
- Anziehendes Jahresendgeschäft 2020 und wieder steigende Preise im Januar 2021 sorgen für eine leichte Erholung
- Onlineumsatz erreicht neuen Höchststand, doch die meisten Kunden bevorzugen weiterhin das traditionelle Einkaufen vor Ort

Geschlossene Geschäfte, Reisebeschränkungen und wirtschaftliche Unsicherheit haben auch in der Diamantenindustrie Spuren hinterlassen. Die Verkäufe der edlen Steine sind 2020 weltweit um 15 Prozent auf 64 Milliarden US-Dollar zurückgegangen. Zudem sanken die Preise - um 11 Prozent bei Rohdiamanten und um 3 Prozent bei geschliffenen Steinen. Doch mittlerweile zeichnet sich ein Wiedererstarken der Branche ab. Zu diesen Ergebnissen kommt der Branchenreport "The Global Diamond Industry 2020-21", den die internationale Unternehmensberatung Bain & Company zum zehnten Mal gemeinsam mit dem Antwerp World Diamond Center (AWDC) erstellt hat.

Tatsächlich erlebte die globale Diamantenindustrie nach den Rückschlägen insbesondere im ersten Halbjahr 2020 zuletzt einen überraschend dynamischen Aufschwung. Die Verkäufe stiegen im vierten Quartal 2020 in den beiden wichtigsten Märkten USA und China bis zu 10 beziehungsweise 20 Prozent. Positiv verlief zudem der Start ins Jahr 2021. Die meisten Minenbetreiber meldeten für Januar um 5 bis 8 Prozent höhere Preise und Umsätze. "Die Widerstandskraft des Diamantenmarkts ist erstaunlich", stellt Marie-Therese Marek, Associate Partner bei Bain und Luxusmarktexpertin, fest. "Tatsächlich gaben viele Kundinnen und Kunden, die wegen der weltweiten Lockdown-Beschränkungen weniger reisen und einkaufen konnten, nicht zuletzt für die edlen Steine mehr Geld aus."

Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung

Rund um den Globus gelten Diamanten unverändert als wertvolles Präsent. So gehört entsprechender Schmuck nach von Bain 2020 durchgeführten Erhebungen in den USA zu den vier begehrtesten Geschenkartikeln - in China und Indien rangiert dieser sogar auf einem der ersten beiden Plätze. Dort sind Diamanten für 60 bis 70 Prozent der Befragten beispielsweise essenzieller Bestandteil von Hochzeiten und Verlobungen.

"Rund drei Viertel der Kundinnen und Kunden wollen nach der Pandemie ähnlich viel Geld für die edlen Steine ausgeben wie vorher", so Marek. "Die Faszination Diamant scheint damit ungebrochen." Allerdings gewinnen Nachhaltigkeitsaspekte an Bedeutung. Diese fließen in den USA und noch mehr in China und Indien in die Kaufentscheidungen gerade der Jüngeren ein. Die Unternehmen reagieren bereits darauf und gehen Themen wie die Herkunft der Steine oder Emissionen und Umweltschutz bei Abbau und Verarbeitung an.

Bewegung ist auch in den Onlineverkauf gekommen. 2020 haben die Umsätze im Internet bereits rund 20 Prozent des gesamten Diamantenabsatzes ausgemacht, 2019 waren es erst 13 Prozent gewesen. Zudem informieren sich 70 Prozent der Kundinnen und Kunden zuerst online und gehen dann ins Ladengeschäft. Insgesamt bevorzugen jedoch 95 Prozent den stationären Handel für den Diamantenkauf. Ausschlaggebend dafür ist, dass die Schmuckstücke vor Ort betrachtet werden können. Hinzu kommt die persönliche Beratung.

Flexibilität ist Trumpf

Die Corona-Krise und der damit verbundene Umsatzeinbruch haben die großen Minenbetreiber in der ersten Jahreshälfte 2020 veranlasst, ihre Produktion zu drosseln. Auch ermöglichten sie es Abnehmern, Käufe zu verschieben. Die Lagerbestände an Rohdiamanten stiegen dadurch zwischenzeitlich auf 65 Millionen Karat an, gingen dann aber aufgrund des anziehenden Jahresendgeschäfts auf 52 Millionen Karat zurück.

In der Diamantenbranche dürfte es zu weiteren strukturellen Anpassungen kommen. Denn nur so wird es möglich sein, die Folgen der coronabedingten Rezession zu überwinden. "Hersteller und Händler werden noch enger zusammenarbeiten", ist sich Branchenkennerin Marek sicher. "Dabei geht es insbesondere um transparentere, digitalisierte Lieferketten für rohe und geschliffene Diamanten, aber auch um gemeinsame Marketingstrategien."

Auf dem Weg zu neuer Stärke

Eine nachhaltige Erholung der Diamantenindustrie hängt zum einen vom weiteren Verlauf der Pandemie ab, zum anderen von staatlichen Unterstützungsmaßnahmen sowie der Kundennachfrage. Laut des Bain-Reports wird China bereits in diesem Jahr wieder das Vorkrisenniveau erreichen. Die anderen großen Diamantenmärkte folgen voraussichtlich 2022 beziehungsweise 2023. Eine Rückkehr zu früheren hohen Wachstumsraten dürfte je nach Region jedoch erst 2024 gelingen.

"Die Branche hat in den vergangenen Monaten eine bemerkenswerte Agilität gezeigt. Sowohl die Hersteller als auch der Handel haben sich entlang der gesamten Wertschöpfungskette schnell angepasst", betont Marek. "Und die Käuferinnen und Käufer haben unter Beweis gestellt, welche Bedeutung sie den edlen Steinen nach wie vor beimessen. Die Diamantenindustrie dürfte daher durchaus gestärkt aus der aktuellen Krise hervorgehen."

Bain & Company

Bain & Company ist eine international führende Unternehmensberatung, die Entscheiderinnen und Entscheider weltweit bei der Zukunftsgestaltung unterstützt. Mit unseren 59 Büros in 37 Ländern sind wir in unmittelbarer Nähe unserer Kunden. Wir arbeiten gemeinsam mit ihnen daran, den Wettbewerb zu übertreffen und neue Standards in den jeweiligen Branchen zu setzen. Partner aus unserem Ökosystem digitaler Innovatoren ergänzen unsere Expertise und sorgen mit dafür, dass wir für unsere Kunden bessere, schnellere und nachhaltigere Ergebnisse erzielen. In den kommenden zehn Jahren werden wir weltweit mehr als eine Milliarde US-Dollar in Pro-Bono-Projekte investieren. Wir unterstützen Organisationen, die sich den aktuellen Herausforderungen in den Bereichen Bildung, Umwelt sowie wirtschaftliche Entwicklung stellen und sich für Gleichberechtigung in jeder Hinsicht engagieren. Seit unserer Gründung 1973 messen wir unseren Erfolg am Erfolg unserer Kunden und sind stolz darauf, dass wir die höchste Weiterempfehlungsrate in der Beratungsbranche haben.

Erfahren Sie mehr unter: www.bain.de, www.bain-company.ch

Folgen Sie uns auf: [LinkedIn](#), [Xing](#), [Facebook](#), [Instagram](#)

Pressekontakt:

Patrick Pelster
Tel.: +49 89 5123 1524
patrick.pelster@bain.com

Leila Kunstmann-Seik
Tel.: +49 89 5123 1246
leila.kunstmann-seik@bain.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018214/100866933> abgerufen werden.