

„Man muss mit geringeren Margen leben können“

Die Corona-Krise wirkt auf den Diamantenmarkt wie ein Brandbeschleuniger für die bereits zuvor absehbaren Entwicklungen, wie Eitan Gul, Inhaber der gleichnamigen Pforzheimer Firma, berichtet.



Eine stabile Nachfrage nach geschliffenen Diamanten trifft derzeit auf ein verknapptes Angebot

Fotos: Wragg/Stockphoto (1)



„OHNE DEN EINSTEINER TRAUT SICH KAUM NOCH EIN MANN, EINEN HEIRATSANTRAG ZU MACHEN“

Eitan Gul, Inhaber

Was beobachten Sie derzeit auf der Angebotsseite?

Eitan Gul: Wir sehen momentan Preiserhöhungen aufgrund der Verknappung. Vor allem große Steine in guten Qualitäten sowie Fancy Diamonds haben sich deutlich verteuert. Indien befindet sich seit April praktisch im Shutdown. Die Kapazitätsauslastungen der Schleifereien erreichen nur 20 bis 30 Prozent des Vorkrisenniveaus. Es ist absehbar, dass sich das bis Februar nicht ändern wird. Die Lagerbestände an geschliffener Ware wurden mittlerweile größtenteils abgebaut. Die Lieferzeiten sind entsprechend lang. Wir hatten uns im Frühjahr ausreichend mit Ware eingedeckt und sind daher sofort lieferfähig.

Und wie sieht es auf der Nachfrageseite aus?

Auf dem deutschen Markt ist die Nachfrage gut. Vor allem große, lupenreine Steine sind begehrt, da sie auch als sichere Anlage geschätzt werden. Die Schmuckmanufakturen arbeiten ununterbrochen seit dem Ende des Shutdowns im April.

Die Konsumenten wenden sich in der Krise verstärkt nach innen, denn die Fernreise oder Kreuzfahrt fällt bis auf Weiteres aus. Nachdem zuerst das Haus renoviert und neu eingerichtet wurde, gönnen sich die Menschen auch wieder Schmuck. Zwar sind die Trauringabsätze rückläufig, aber Diamantschmuck – insbesondere Solitäre – gehen gut. Das Thema Verlobung ist in Deutschland angekommen, ohne den Einsteiner traut sich kaum noch ein Mann, einen Heiratsantrag zu machen. Und beim Trauring gilt: Aufgeschoben ist nicht aufgehoben. Dieses Segment wird im kommenden Jahr kräftig anziehen.

Wird sich die Angebotsseite wieder normalisieren?

Minenkonzerne wie De Beers und Alrosa werden, wenn sich die Lage wieder beruhigt hat, frische Rohware, die sie bislang nicht absetzen konnten, auf den Markt bringen. Hinzu kommt der wachsende Anteil der recycelten Steine. Daher wird sich die Angebotsseite ein wenig entspannen. Lediglich bei den

naturfarbenen Diamanten sehe ich Engpässe. Die australische Argyle-Mine zum Beispiel stellte jüngst den Betrieb ein, da sie erschöpft ist. Das war die wichtigste Quelle für rosafarbene Diamanten. Die pinkfarbenen Argyle-Diamanten, die auf dem Markt sind, erleben derzeit eine Preisexplosion.

Wie beurteilen Sie die weiteren Perspektiven?

Die Nachfrage wird hoch bleiben. Die Firmen unserer Branche, die sich richtig aufgestellt und es geschafft haben, den B-to-B-Online-Bereich aufzubauen und ihren Kunden so eine digitale Anbindung zu bieten, die haben eine Zukunft. Das gilt auch für die E-Commerce-Ergänzung im B-to-C-Bereich im Fachhandel. Allerdings müssen Diamanthändler und Juweliere künftig mit geringeren Margen auskommen, um konkurrenzfähig zu bleiben.

→ www.gul.de

