

## *Diamond News:*

# *9 steinharte Gründe für einen brillanten Sommer*

**Trotz grossen Schwankungen an der Börse und an der Währungsfront bleibt der Diamant ein wichtiger Umsatzträger für jedes Juweliergeschäft. Wie die Erfahrung aus vergangenen ähnlichen Wirtschaftssituationen zeigt, ist der Diamant sehr resistent gegenüber Konjunkturschwankungen. Vielmehr liegt die Motivation für Diamantkäufe meistens bei emotionsgeladenen «life-cycle-events»! Hochzeiten, Geburten und Jubiläen finden auch dieses Jahr in grosser Anzahl statt. Unabhängig von den Launen der verschiedenen Finanzmärkte darf deshalb auch für die zweite Jahreshälfte mit einem erfolgreichen Diamantgeschäft gerechnet werden.**

**Walter Muff**

### **Diamonds are the best way to enjoy your money**

Der vermögende Kunde hat genug Wertpapiere, aber immer öfter möchte er das Leben auch geniessen. Nicht selten kommt seine Herzdame etwas zu kurz. Beim Einkaufen, Schenken und jedes Mal beim Tragen strahlt der Diamant ein schönes Stück unbezahlbare Lebensfreude aus.

Walter Muff ist diamantaire und Gemmologe F.G.A. Seine Handelsfirma «fine diamonds» bietet unabhängigen Juweliere eine eigene Diamantmarke als package an.

[walter.muff@bluewin.ch](mailto:walter.muff@bluewin.ch)

Wegen ihres kleinen Volumens sind Diamanten die mobilsten Werte überhaupt. Gerade in der Schweiz werden überdurchschnittlich viele (grössere) Steine an Ausländer verkauft. Diese Tatsache ist vor allem für Juweliergeschäfte von grosser Bedeutung, die sich in der Nähe von wichtigen Finanzzentren befinden.

### **Stone age is back**

Die Trends der demographischen Entwicklung setzen ausgezeichnete Voraussetzungen für den Diamantverkauf. Viele verschiedene Faktoren sind verantwortlich für eine Rückkehr in die «Steinzeit».

Noch nie in der Menschheitsgeschichte gab es eine so grosse Anzahl von Millionären. Die Über-

alterung in den westlichen Industriegesellschaften bringt uns in ein Zeitalter der Erbschaften. Viele Firmen werden wegen Umstrukturierungen oder Nachfolgeproblemen verkauft. Gigantische flüssige Vermögen werden in kurzer Zeit auf jüngere Generationen umverteilt.

Die kaufkräftige «Baby Boomer Generation» zeigt andere Facetten als die Nachkriegsgeneration. Sie ist weltoffener, lebt in der Gegenwart und schneller und intensiver. In den USA spricht man in diesem Zusammenhang von «big spenders» und «crazy for luxury».

Diese jüngeren Leute verfügen über beträchtliche Mittel und wollen das Leben in vollen Zügen geniessen. Sie leisten sich früher grössere und qualitativ bessere Diamanten als ihre Eltern.

Die stark gestiegene Scheidungsrate führt in der Folge immer häufiger zu Zweitehen. Diese Kunden erweisen sich für den Juwelier nicht selten als sehr attraktiv.

### **A diamond is a girl's best friend**

Der Diamant war, ist und bleibt das sentimentalste Geschenk, das ein Mann seiner Frau machen kann. Sie bekommt ihn genau dann, wenn er ihr zeigen will, dass er es wirklich (oder

wieder) ernst meint. Dieser genauso dauerhafte wie einzigartige Liebesbeweis ist tief in unserer Kultur verwurzelt und wird von jeder Frau ohne viele Worte sofort verstanden.

Untersuchungen haben gezeigt, dass Diamantkäufe fast immer durch «life cycle events» ausgelöst werden. Gemäss dem Bundesamt für Statistik fanden im Jahre 2000 in der Schweiz die folgenden Ereignisse statt:

40'000	Hochzeiten
77'500	Geburten
7'209'000	Geburtstage
3'320'000	Hochzeitstage

Sicher haben sich zusätzlich noch Hunderttausende frisch verliebt. Laut sicheren Prognosen darf auch dieses Jahr mit ähnlichen Zahlen ge-

## Holen Sie sich neue Brillanz mit der Diamant Broschüre «fine diamonds»

Seit einigen Jahren ist keine Diamantbroschüre für den Einsatz an der Verkaufsfrost mehr erschienen. Die neu gestaltete Broschüre schliesst diese Lücke. Farbe, Reinheit und Carat sind in übersichtlichen Tabellen dargestellt. Weitere Abbildungen erklären den optimalen Schliff feiner Diamanten.

Die Broschüre kann direkt bezogen werden bei  
Walter Muff,  
Tel. 056  
664 73 73



### The hardest currency

Kein anderes Luxusprodukt hat eine ähnlich gute Werterhaltung wie der Diamant. Der hohe innere Wert garantiert bei einem allfälligen Wiederverkauf immer einen substantziellen Betrag. Der Diamant trägt die Facette des «safe heaven» in sich. Vor allem fein geschliffene und zertifizierte Qualitätssteine sind in jeder Marktsituation selten und entsprechend wertvoll und begehrt. Die amerikanische Filmdiva Zsa Zsa Gabor hat dazu einmal trocken gemeint: «I never hated a man so much that I would have given back the diamonds!»

### Tell your customers about diamonds

Nur wer ein professionelles und im Schaufenster deutlich erkennbares Diamantangebot stellt, kann von den brillanten Chancen profitieren. Die neu aufgelegte Broschüre «fine diamonds» stellt ein wichtiges Hilfsmittel dar, um potentielle Kunden auf den Diamanten hinzuweisen.

Wertmässig umfasst der Diamant beinahe neunzig Prozent des weltweiten Edelsteinhand-

els. Der Prinz, der am Schluss die Schatztruhe für seine grosse Liebe öffnet, gehört zum glücklichen Ende von fast jedem Kindermärchen. Die Magie der Gefühle, die der Diamant ausstrahlt, hat tiefe Wurzeln in unserer Kulturgeschichte und erklärt den hohen Bekanntheitsgrad. Eigentlich handelt es sich beim Diamanten ja «nur» um Kohlenstoff, wenn da nicht die Gefühle wären ...! Frauen haben eben bekanntlich lieber kleine, dafür feine Geschenkpäcklis als grosse Schachteln!

### Revival des Schmucks

Noch selten in der Geschichte haben Jugendliche so viel Schmuck und Piercings überall am Körper und in so grosser Anzahl getragen.

Die mitten im Leben stehende Generation mag da schon eher dezentere Auftritte. Wie häufig zu Beginn eines Jahrhunderts beobachtet wird, stehen klassische Designs derzeit im Vordergrund. Es sind nicht die Zeiten für grosse Experimente. Die

weisse Welle rollt weiter. Platin und Weissgold entfalten durch ihre Einfachheit eine bestechende Wirkung und entsprechen dem Zeitgeist ideal.

Diese Trends sind dem farblosen Diamanten mit seiner runden Form äusserst zuträglich. Die Schlichtheit des einzeln raffiniert gefassten Steines (new solitaire, collitaire oder Ohrstecker) ist sehr beliebt. Der Kauf und das Tragen eines einzelnen grösseren Diamanten macht die Menschen «feel good».

### Success and good luck

Ein altes indisches Sprichwort sagt: «Whoever touches an important diamond will have good luck!» Diese Aussage aus dem Mutterland der Edelsteine macht den Diamanten zum ultimativen Glücksbringer. Er steht als Symbol aber genauso für Erfolg und Prestige. Also alles Eigenschaften, die für die Menschen in der modernen Gesellschaft einen hohen Stellenwert aufweisen.

### Make an event out of it

Stellen Sie sich vor, einer dieser trostlosen Lieferungswagen einer Speditionsfirma fährt bei Ihnen zu Hause vor und eine zerknitterte Plastiktüte wird abgeliefert. Offensichtlich entspricht dies nicht den Vorstellungen, wie sich die Dame einen Diamanten schenken lassen möchte. Die im Internet tätigen Firmen bekommen das im Moment im grossen Stil zu spüren. Viele Adressen sind nicht mehr aktiv, weil die Kundschaft schlicht nicht mitmacht. Unabhängig von der Wirtschafts- und Börsensituation bleibt der Kauf eines Diamanten ein emotionales Ereignis erster Güte.

Der Kunde will die Ambiance und den Charme seines Juweliers geniessen. In ihn setzt er sein Vertrauen und erwartet eine professionelle und kompetente Beratung. Marktgerechte Preise und ein gut sortimentiertes Lagerangebot sind nicht das Hauptthema, aber eine unabdingbare Voraussetzung, um überhaupt mitspielen zu können. Absolut im Vordergrund für den Kunden steht das Einkaufserlebnis an und für sich. Er geht dorthin, wo es gelingt, die Zeit, die er im Geschäft verbringt, zu einem intensiven Erlebnis zu gestalten. Der gute Juwelier verkauft eigentlich pure Emotionen.

### A diamond is forever

Gemmologisch gesehen ist der Diamant der eindeutige König der Edelsteine. Mit keinem anderem Edelstein werden ähnlich hohe Umsätze erzielt. Er kommt in vielen Farben und Formen vor und hat eine sehr lange Tradition. Seine optischen und physikalischen Eigenschaften stellen Spitzenwerte dar. Die hohe Lichtbrechung hat seiner häufigsten Schliffform den Namen «Brillant» gegeben. Die Bedeutung als Symbol der ewigen Liebe verdankt er dem höchsten Härtegrad unter allen irdischen Stoffen. ■