

Naturfarbene Diamanten im Netz

Les diamants de couleur naturelle sur la toile

Internetjuweliere begründen ihre angeblich günstigen Preisangebote unter anderem damit, dass ihnen keine Kosten für Lagerhaltung und Zwischenhändler entstehen. Wie aber funktioniert das Geschäft mit der „virtuellen“ Ware und sind die Diamanten wirklich günstiger?

Im Internet stehen dem Diamantheilhandel grosse Online-Datenbanken wie IDEX oder RapNet zur Verfügung. Zugang zu diesen Portalen erhalten in der Regel nur Personen, die nachweislich im Schmuckgeschäft tätig sind. Hier werden weltweit Diamanten angeboten, gekauft und Geschäftskontakte gepflegt oder neu geknüpft. Solche Datenbanken können viele Hunderttausend Diamanten unterschiedlichster Grössen, Farben und Schläffe beinhalten. Obgleich der Grossteil der angebotenen Steine farblose Diamanten sind, stehen zum Beispiel bei RapNet mehr als 50'000 naturfarbene Diamanten zur Verfügung.

Die Steinhändler stellen ihre Ware nach eigenen Vorstellungen in die Datenbanken ein. Diese Eingaben werden von Seiten der Portalbetreiber nicht auf ihre Richtigkeit hin überprüft. Üblicherweise kaufen hier aber erfahrene Händler, die den Markt genau kennen und ungenaue oder falsche Daten erkennen und zu bewerten wissen. IDEX und RapNet bieten Käufern und Verkäufern eine Programmierschnittstelle zu ihren Datenbanken an. Diese Schnittstellen werden von Internetjuwelieren genutzt, um die Diamanten auf ihre Webseite zu laden. Die Daten werden meistens Eins-zu-eins übernommen. Es wird lediglich ein Gewinnzuschlag hinzugerechnet. Die Steinhändler können aktiv entscheiden, ob ihre Diamanten auf den Seiten von Internetjuwelieren angeboten werden dürfen oder nicht. Ein und derselbe Diamant kann auf diese Weise in verschiedenen Online-Shops gleichzeitig erscheinen.

Preisbestimmende Faktoren

Gewicht, Schliff, Reinheit und Farbtiefe (Tone) spielen bei der Beurteilung naturfarbener Diamanten eine wesentliche Rolle. Die wichtigsten Faktoren für die Preisbestimmung jedoch sind der Farbton (Hue), und die Farbsättigung (Saturation). Die Farbe eines Diamanten kann nur im unmittelbaren Vergleich verschiedener Steine tatsächlich beurteilt werden. Das „Fancy Yellow“ eines Steins kann viel intensiver sein als das eines anderen – was sich natürlich im Preis niederschlägt.

Auch Nebenfarben beeinflussen den Wert eines farbigen Diamanten. So liegt eine häufig vorkommende Farbe wie Gelb preislich niedriger als das seltene Grün. Der Wert von Gelb steigt jedoch, wenn es Grün als Nebenfarbe zeigt. Ein Fancy Greenish Yellow ist also teurer als ein reines Gelb. Zeigt dagegen eine seltene Farbe wie Pink das häufig vorkommende Braun als Nebenfarbe, so sinkt der Wert des Diamanten. Ein Fancy Brownish Pink wird günstiger gehandelt als ein reines Pink. Eine genaue Begutachtung der Steine ist also unabdingbar, um die farbliche Gesamterscheinung und damit den Preis beurteilen zu können. Ein Zertifikat kann nur ein Anhaltspunkt sein, da zudem die verschiedenen gemmologischen Labors unterschiedlich graduieren. Für einen fachkundigen Einkauf reicht es nicht aus, eine Internetseite mit einer Händler-Datenbank zu verknüpfen.

Les joailliers sur Internet justifient leurs soi-disant offres avantageuses par l'absence de coûts de stockage et d'intermédiaire. Mais comment fonctionnent alors les ventes avec de la marchandise virtuelle?

Sur Internet, le commerce de diamant dispose de bases de données importantes telles qu'IDEX ou RapNet. L'accès à ses portails n'est accordé en général qu'aux personnes pouvant faire preuve de leur activité dans le secteur de la bijouterie. On y propose à l'échelle mondiale des diamants, on en achète, des contacts professionnels y sont entretenus ou de nouveaux y sont noués. De telles bases de données peuvent contenir plusieurs centaines de milliers de diamants dans des grosseurs, des couleurs et des tailles radicalement différentes. Bien que la plupart des pierres proposées soient des diamants incolores, RapNet par exemple propose plus de 50'000 diamants de couleur naturelle.



Diamantheilhandel im Internet. / Le commerce de diamant sur internet.

Les négociants en pierre saisissent leur marchandise dans les bases de données à leur gré. L'exactitude de ces données n'est pas contrôlée par le fournisseur de service. Mais normalement, il s'agit d'acheteurs expérimentés connaissant bien le marché et qui savent identifier des données inexacts ou fausses et aussi les évaluer. IDEX et RapNet offrent aux acheteurs et aux vendeurs une application (API) de leurs bases de données. Les bijoutiers d'Internet utilisent ces API

pour télécharger les diamants sur leur site. La plupart du temps, ces données sont reprises telles quelles. Les prix sont juste majorés. Les négociants en pierre peuvent décider de manière dynamique si leurs diamants pourront ou non être proposés sur les sites de bijouterie en ligne. Le même diamant peut ainsi apparaître simultanément sur différentes boutiques en ligne.

Les facteurs déterminant le prix

Les facteurs déterminant le prix

Le poids, la taille, la pureté et la profondeur de la couleur (tone) jouent un rôle essentiel dans l'estimation des diamants de couleur naturelle. Les facteurs les plus importants dans la fixation des prix restent néanmoins la teinte (hue) et la saturation de couleur. La couleur d'un diamant ne peut être réellement évaluée qu'en comparaison directe avec différentes pierres. Le «Fancy Yellow» d'une pierre peut être bien plus intense que celui d'une autre, ce qui se répercute bien sûr sur le prix.

Les couleurs modificatrices influent aussi sur la valeur d'un diamant de couleur. C'est ainsi qu'une couleur courante comme le jaune est moins cher que le vert qui est rare. Néanmoins, la valeur du jaune augmente s'il présente du vert comme modificateur. Un Fancy Greenish Yellow est donc plus cher qu'un jaune pur. Par contre, si une couleur rare comme le rose présente un modificateur tel que le brun qui est très courant, sa valeur s'en verra diminuée. Un Fancy Brownish Pink se négociera moins cher qu'un rose pur. Une expertise précise de la pierre est donc inéluctable pour être en mesure d'évaluer l'as-

Preise als Verhandlungsbasis

Die Preise auf den Händlerportalen sind fast immer sogenannte Asking-Preise. Sie stellen insbesondere bei naturfarbenen Diamanten eine Verhandlungsbasis dar. Da für naturfarbene Diamanten keine Preislisten existieren, setzen verschiedene Händler die Asking-Preise hoch an. Der Preis, den ein Käufer letztlich für einen farbigen Diamanten bezahlt, kann aber weit darunter liegen. Übernehmen Internet-Juweliere die Asking-Preise als Grundlage für Ihre Kalkulation, ohne das dazugehörige Fachwissen oder ohne die Steine zuvor begutachtet zu haben, so zahlt ihr Kunde unter Umständen viel zu viel.

Susanne Noell

Info

Dominik Kulsen AG
Postfach 2033, 8401 Winterthur
Telefon 052 212 24 40
Telefax 052 212 24 41
info@dominikkulsen.com
www.dominikkulsen.com

Online versus offline, ein Beispiel

Im Internet gibt es mittlerweile zahlreiche Anbieter von Schmuck und Diamanten. Einerseits sind es Traditionsunternehmen wie Tiffany oder Wempe, die zusätzlich zu ihren Standorten mit Online-Portalen auf das veränderte Käuferverhalten reagieren. Die neue Generation der Schmuck- und Diamanten-Portale hingegen ist ausschliesslich im Internet angesiedelt. Ein Beispiel ist die Yorxs AG. Das Unternehmen startete 2012 mit dem Ziel, das führende Online-Portal für „lose Diamanten und Diamantschmuck“ zu werden. Zur Zielgruppe gehören eher männliche Konsumenten und das Geschäftsmodell ist einfach: „keine Zwischenhändler, keine Ware an Lager, keine Kapitalkosten, keine Fixkosten durch teure Ladenmieten und Verkaufspersonal, keine erhöhten Sicherheitskosten“. Entsprechend wirbt das Unternehmen mit Diamantpreisen, die bis zu 70 Prozent günstiger sein sollen als beim Goldschmied oder Bijoutier. Bei einer Recherche fallen verschiedene Ungereimtheiten auf: Zunächst zeigen mehrere Beispielsbilder für farbige Diamanten denselben Stein – mal etwas intensiver, mal etwas blasser getönt. Weiter lässt sich bei zahlreichen Steinen das versprochene Zertifikat nicht öffnen. Ist ein solches vorhanden, gibt es zum Teil starke Abweichungen zur Beschreibung auf der Internetseite, unter anderem bei der Farbangabe, bei der Unterscheidung zwischen Deep (tief) und Dark (dunkel) oder beim Schliff. Insgesamt werden die aus den Händlerdatenbanken übernommenen Informationen zu wenig reflektiert und kaum sorgfältig oder vertrauenswürdig behandelt. Das Beispiel zeigt, dass es möglich ist einen Naturfarbenen Diamanten anhand einer solchen Datenbank zu lokalisieren. Um eine Kaufentscheidung treffen zu können, muss er – im Gegensatz zu einem farblosen – jedoch in natura begutachtet werden. Beim Goldschmied oder Juwelier ist dies möglich. Hier profitiert der Kunde zudem von dem persönlichen Engagement und der fachkundigen Beratung – ein klarer Vorteil gegenüber dem Online-Handel. (sn)

pect général de la couleur et par cela son prix. Un certificat ne peut être qu'un point de repère d'autant plus que les divers laboratoires en gemmologie graduent différemment. Se connecter sur une base de données de professionnels n'est pas suffisant pour effectuer un achat réfléchi.

Les prix comme base de négociation

Les prix indiqués sur un portail de professionnels en bijouterie sont presque toujours des prix de vente (asking price). En particulier pour les diamants de couleur naturelle, ils représentent une base de négociation. Comme il n'existe pas de liste de prix pour les diamants de couleur naturelle, certains commerçants donnent un prix de vente revu à la hausse. Le prix payé en définitive par l'acheteur pour un diamant de couleur peut être nettement inférieur. Si les bijoutiers sur Internet considèrent le prix de vente comme prix de base pour leur calcul, sans les connaissances inhérentes aux spécialistes ou sans avoir expertisé les pierres auparavant, il est alors possible que son client débourse beaucoup trop.

Susanne Noell

En ligne versus hors ligne, un exemple

Actuellement, on trouve sur Internet de nombreux fournisseurs de bijoux et de diamants. Ce sont d'une part des entreprises traditionnelles telles que Tiffany ou Wempe qui réagissent à un nouveau comportement de la clientèle avec un site Internet en sus de leurs boutiques réelles. Mais d'autre part, la nouvelle génération de portails consacrés aux bijoux et aux diamants est uniquement implantée sur le Web. Yorxs AG en est un exemple. L'entreprise a démarré en 2012 avec pour objectif de devenir leader de la vente en ligne de «diamants au détail et de bijoux en diamants». Les consommateurs masculins sont plutôt la clientèle ciblée et le modèle d'entreprise est simple: «pas d'intermédiaire, pas de stock, pas de frais de capital, pas de coûts fixes dus aux loyers onéreux de magasins et au personnel de vente, pas de coûts de sécurité augmentés». Par conséquent, l'entreprise démarche avec des prix de diamants qui seraient jusqu'à 70 pour cent moins cher que chez l'orfèvre ou le bijoutier. Lors d'une recherche, quelques inexactitudes et incohérences sont apparues: tout d'abord, plusieurs photos d'illustration montraient respectivement la même pierre, d'une teinte parfois plus intense ou parfois plus pâle. Ensuite, dans de nombreux cas, les certificats promis n'étaient pas accessibles. Lorsque le certificat est présent, il existe des disparités parfois importantes entre le certificat et le descriptif de la page Web, en particulier en ce qui concerne l'indication de la couleur, la distinction entre Deep (profond) et Dark (foncé) ou la taille. D'une manière générale, les informations prises sur les bases de données des négociants ne sont pas assez réfléchies et sont traitées avec peu de minutie ou de fiabilité. L'exemple montre qu'il est possible de localiser un diamant de couleur naturelle grâce à une telle base de données en ligne. Mais pour vraiment réaliser un achat, un diamant de couleur, au contraire du diamant incolore, doit être expertisé en main propre. Ceci est possible chez l'orfèvre ou le bijoutier où le client jouit en outre d'un engagement personnel et d'un conseil de professionnel, un net atout face au commerce en ligne. (sn)

La revue Gold'Or est également disponible sous forme électronique

www.goldormagazin.ch