

**Herr Wellendorff, welchen Einfluss werden die neu angekündigten US-Zölle auf Schmuck auf Ihr Geschäft haben?**

Es wird einen kurzen Schock geben. In den USA werden jetzt für mehrere Monate kein Schmuck und keine Uhren aus Europa eingekauft. Da die Preise branchenweit steigen, wird sich auf Kunden-seite eine neue Normalität etablieren.

**Fürchten Sie die US-Konkurrenz gar nicht?**

Die amerikanische Schmuckindustrie ist nicht in der Lage, qualitativ hochwertigen Schmuck anzubieten. Zudem ist sie sehr klein. Die US-Konsumenten kaufen europäischen Schmuck. Wenn sich die Preise durch Zölle branchenweit um 15 Prozent erhöhen, betrifft das alle Anbieter gleichermaßen.

**Wie lief das Geschäft in den USA bislang?**

Wir haben in den USA viel Schmuck verkauft, bevor Präsident Donald Trump Anfang April die Zölle angekündigt hat. Danach orderten die Juweliere noch mehr Schmuck und verkauften auch mehr. Sobald Turbulenzen kommen, profitieren wir.

**Spüren Sie die gesellschaftlichen Veränderungen in den USA – zu weniger Diversität und mehr Konservatismus und Machismus – auch bei Ihrer dortigen Kundschaft?**

Nein, diese Stimmung schlägt sich nicht im Privaten nieder. Die Ehe verändert sich nicht mit einem US-Präsidenten Donald Trump.

**Aber die übliche Situation in den Geschäften ist ja: Der Mann bezahlt, die Frau sucht aus. Das ist häufig keine Situation auf Augenhöhe.**

Die einzige Veränderung, die wir spüren, ist, dass in Deutschland mehr Frauen den Schmuck für sich selbst kaufen als vor fünf Jahren. Für die USA kann ich es nicht sagen.

**Wie viel Prozent der Frauen kaufen ihren Schmuck selbst?**

Nach meiner persönlichen Einschätzung würde ich sagen: Etwa ein Drittel der Frauen kaufen ihren Schmuck selbst.

**Wie viel Prozent Ihres Schmucks fertigen Sie für Frauen und wie viel Prozent für Männer?**

90 Prozent Frauenschmuck. Zehn Prozent für Männer.

**Wie viele Juweliere beliefern Sie im Silicon Valley?**

Einen, und der eröffnet im November eine Wellendorff-Lounge in seinem neu gestalteten Geschäft in Palo Alto. Er will das Geschäft ausbauen.

**Die Silicon-Valley-Größen Peter Thiel und Mark Zuckerberg sind inzwischen umstritten. Würden Sie diesen Herren alles verkaufen?**

Eine gute Frage. Wir wollen die besten Goldschmiede der Welt sein. Wir wollen Werte für die Ewigkeit schaffen. Entweder fühlen sich Menschen von unseren Werten angezogen oder nicht. Wir sehen unsere Aufgabe nicht darin, über Menschen zu urteilen oder darüber zu entscheiden, wer unseren Schmuck erwerben darf und wer nicht.

**Sie werden niemanden als Kunden ablehnen?**

Wir schließen grundsätzlich niemanden vom Kauf aus. Als Unternehmen stehen wir für Offenheit und respektvollen Umgang mit allen Menschen, unabhängig von Herkunft, Weltanschauung, sexueller Orientierung oder persönlichen Überzeugungen.

**Aber diese Diversitätsoffenheit wird gerade von der US-Regierung zurückgefahren.**

Ja, aber ich versuche, mich auf das zu konzentrieren, was ich konkret gestalten kann. Die großen politischen Entscheidungen liegen nicht in meiner Hand.

**Was bedeutet es, wenn der Dollar einmal keine Leitwährung mehr ist?**

Selbst wenn sich die Rolle des Dollars verändert, erwarten wir keine spürbaren Auswirkungen auf unser Geschäft.

**Sie profitieren doch von Turbulenzen!**

Ob der US-Präsident den Dollar abwertet oder nicht ist für uns nicht entscheidend. Wenn unsere Kunden verunsichert sind, suchen sie nach Werthaltigkeit und die können wir bieten. Unsere Leit-

Christoph Wellendorff

# „Sobald Turbulenzen kommen, profitieren wir“

Die Goldmanufaktur Wellendorff rechnet nur mit einem „kurzen Schock“ auf dem US-Markt. Der Co-Chef erklärt, wo das Verhältnis zum Luxus unverkrampft ist und warum weniger Juweliere Wellendorff anbieten.



Wellendorff-Armband und -Ringe: Goldschmuck gilt als inflationssicher, und viele Menschen investieren darin.



linie für das Geschäft hat schon mein Urgroßvater formuliert: Den besten Schmuck mit den besten Mitarbeitern, der besten Technologie und der besten Herkunft herstellen.

**Trumps große Steuerreform begünstigt Vermögende. Werden Sie daher in den USA weiter expandieren?**

Unsere Expansion richtet sich nicht nach kurzfristigen politischen Maßnahmen, sondern nach unserer langfristigen Markenstrategie. Wir prüfen derzeit sehr sorgfältig, mit welchen Juwelieren wir künftig zusammenarbeiten möchten. Unser Ziel ist es, unser Partnernetzwerk auf rund 100 ausgewählte Juweliere außerhalb unserer eigenen Boutiquen zu konzentrieren.

**Vor drei Jahren waren es weltweit noch 150. Wo sind sie hin?**

Wir streben nach mehr Exklusivität. Die Nachfrage übersteigt das, was wir in unserer gewohnten Qualität liefern können. Genau das ist der Wellendorff-Weg: Wenn die Wartezeiten zu lang werden, sind wir gezwungen, die Zahl unserer Vertriebspartner zu reduzieren. Die verbleibenden 100 Juweliere können wir besser schulen, und diese können den Schmuck dann auch besser erklären. Diesen Trend zu selektiverem Vertrieb, besserer Beratung und gesteigerter Exklusivität sehen wir übrigens auch im Bereich hochwertiger Armbanduhren.

**In welches Land wollen Sie noch expandieren?**

In keines, Südkorea war ja schon ein Sündenfall.

**Wie bitte?**

Mein Bruder und ich hatten uns vor 15 Jahren vor-



genommen, in keine neuen Länder zu expandieren. Doch dann entstand in Zusammenarbeit mit Patek Philippe eine besondere Uhr, bei der wir das Armband gefertigt haben. Dadurch wurde man auch in Korea auf uns aufmerksam und man bot uns in Seoul an, eine Boutique neben Patek Philippe zu eröffnen. Seoul ist eine der wichtigsten weltweiten Luxus- und Modemetropolen. Dann sind wir schwach geworden.

#### Bereuen Sie es?

Nein. Die Menschen dort haben die gleichen Werte wie wir. Dennoch haben wir keine Pläne für weitere Länder.

#### Welche Landsleute haben das unverkrampfteste Verhältnis zum Luxus? Die Deutschen ja wohl eher nicht, oder?

Amerikaner und Koreaner sind beim Thema Luxus am unverkrampftesten. Bei Japanern und Deutschen ist der Begriff falsch, sie lieben Exzellenz.

#### Sie betreiben in China sechs Boutiquen. Ist China Ihr wichtigster Auslandsmarkt?

Nein. Japan, USA und China sind vom Umsatz her gleich verteilt.



## Vita

**Der Unternehmer** Der 1964 geborene Christoph Wellendorff absolvierte eine Ausbildung zum Juwelengoldschmied und dann ein Studium der technischen BWL. Seit 1999 führt er mit seinem Bruder Georg und dessen Frau die Schmuckmanufaktur in vierter Generation. Auch die drei Kinder von Christoph Wellendorff sind im Unternehmen aktiv: Sohn Alexander als gelernter Goldschmied in der Manufaktur, Katharina in der Kundenbetreuung, Isabelle führt die Finanzen.

**Das Unternehmen** Ernst Alexander und Julie Wellendorff gründeten das Unternehmen 1893. Die Firma fertigte für Adel und Königshäuser. Wellendorff ist auf 18-Karat-Gold spezialisiert und brachte technische Innovationen hervor wie drehbare Ringe oder federndes Gold. Den Umsatz nennt das Unternehmen nicht, Schätzungen gehen von gut 60 Millionen Euro und mehr aus. Wellendorff ist weltweit über ein Netzwerk ausgewählter Juweliere und mit eigenen Boutiquen vertreten.

#### Gibt es in China auch keine große Schmuckindustrie?

Nein. Es gibt so gut wie keine chinesischen Schmuckmarken, die auf Qualität setzen. Chinesische Schmuckmarken wollen skalieren und das ist ja das Gegenteil von uns.

#### Als wir das letzte Mal sprachen, hatte gerade der Angriffskrieg gegen die Ukraine begonnen, der Goldpreis verzeichnete einen Rekord mit 1900 Dollar. Nun liegt der Preis bei rund 3300 Dollar. Haben Sie jetzt ein Problem?

Der Goldpreis ist in den vergangenen zwölf Monaten mehr als 40 Prozent gestiegen. Die Menschen sind unsicher und suchen Sicherheit. Wir haben kein Problem.

#### Gold ist aber auch Ihr größter Kostenfaktor, wird es knapp?

Nein. Wir können zu jeder Zeit große Mengen Gold aus recycelten Quellen am Markt kaufen. Der Preis spiegelt einfach nur die Nachfrage wider. Tief im Herzen lieben wir Turbulenzen.

#### Wird bei Ihnen 2025 wieder ein Rekordjahr?

Ja. Wenn ich unsicher bin, was mit meinem Vermögen auf dem Bankkonto passiert, ob die Aktienkurse steigen, die Währung hält oder das Finanzsystem stabil ist, dann suche ich einen sicheren Hafen. Immer wenn ich eine dieser Fragen, oder wie jetzt, gleich mehrere habe, dann suche ich erst recht einen sicheren Hafen. Und unser Schmuck ist ein besonders sicherer Hafen.

#### Wie hoch sind bei Ihnen Umsatz und Gewinn?

Unsere Aufgabe als Unternehmer ist, die Überlebensfähigkeit von Wellendorff zu sichern, das geht nur mit wirtschaftlichem Erfolg, und Zahlen veröffentlichen wir traditionell nicht – als Familienunternehmen in der Luxusbranche.

#### Warum glauben Sie, dass Sie mehr als andere Schmuckhersteller profitieren?

Weil auch bei Luxusprodukten die Herkunft nicht immer klar ist. Wir hingegen können garantieren, dass jedes Schmuckstück in unserer Manufaktur in Pforzheim entsteht und unser Gold immer zu 100 Prozent recyceltes Gold ist, also nicht aus einer Mine kommt.

#### Würden Sie als Krisenexperte Ihr eigenes Geld auch in Gold anlegen?

Ja. Wir glauben daran, dass Gold Geld überleben wird.

#### Kryptowährungen sind auch durch den Genius Act der US-Regierung als Zahlungsmittel akzeptiert, der Bitcoin hat ein Allzeithoch erreicht. Ist das keine Konkurrenz?

Es gibt ja zwei Grundideen, warum man Geld anlegt. Entweder will ich damit reicher werden oder Freude schenken – mir oder anderen Menschen. Wenn ich reicher werden möchte, dann schaue ich mir Aktien- und Rentenpapiere oder eben Kryptowährungen an. Aber das macht mich nicht glücklich. Schmuck ist werthaltig, man muss sich nicht täglich sorgen, dass er an Wert verliert. Schmuck macht Freude und ist eine gute Geldanlage.

#### Seit 2022 gibt es mit dem Ukrainekrieg einen weiteren Treiber des Goldpreises. Die Zentralbanken haben seitdem 1000 Tonnen Gold gekauft – mehr als doppelt so viel wie in den zehn Jahren davor. Finden Sie das richtig?

Wenn Zentralbanken mehr Gold kaufen, zeigt das, dass sich auch staatliche Akteure absichern müssen. Geld ist ja beliebig vermehrbar, Gold nicht.

#### Wie viel Prozent Ihres Umsatzes machen Sie mit Gold?

Wir arbeiten zu 100 Prozent mit Gold. Wir haben eine eigene Legierung entwickelt, die eine besondere Farbe, eine besondere Verarbeitungsqualität und ein besonderes Gefühl auf der Haut macht. Wenn jemand Wellendorff kauft, will er Gold, und sonst nichts.

#### Gibt es einen Goldpreis, vielleicht 5000 Dollar, bei dem es auch für Sie schwierig wird, und Sie Mitarbeitende entlassen müssen, was Sie noch nie mussten?

Ich glaube nicht, dass es passiert – selbst wenn der



Deutschland hat alles, was es braucht: Exzellenz, Tiefgang, Präzision. Es fehlt nur noch der Mut zum Aufbruch.

Christoph Wellendorff

Goldpreis mal kurzfristig sehr hoch oder sehr niedrig sein wird. Unsere Kunden merken, dass die Schmuckstücke, die sie vor zehn Jahren gekauft haben, heute sehr viel wertvoller sind. Zugleich denken sie an den emotionalen Wert und werden nicht nervös, wenn der Goldpreis jetzt nach oben oder nach unten geht. Wir haben die besten Goldschmiede und werden sie weiter brauchen.

#### Müssen Sie die Preise bei dem weiter steigenden Goldpreis jetzt häufiger erhöhen?

Wir erhöhen die Preise einmal im Jahr und haben sie aktuell am 1. Juli erhöht. Bislang planen wir nicht, das zu ändern.

#### Um wie viel Prozent?

Im Schnitt um acht Prozent.

#### Wie hat sich Ihre Kundschaft verändert?

Sie ist jünger geworden. Jüngere Kunden kaufen jetzt mehr Wellendorff-Schmuck.

#### Vor drei Jahren sagten Sie, Sie wollen nicht wachsen. Trotzdem eröffnen Sie stetig neue Boutiquen.

Es geht uns um qualitatives Wachstum und nicht um Schnelligkeit oder Volumen. Und wir wachsen sehr gut. Wir wachsen in diesem Jahr in Deutschland zweistellig. Das Ziel aber ist die Exzellenz.

#### Können Sie das etwas genauer erklären?

Wir haben an dem federnden Gold 17 Jahre geforscht, heute zahlt sich diese Ausdauer aus. Die Wellendorff-Sammler vertrauen uns, weil wir innovativ sind und Probleme lösen, wie zum Beispiel Armbandverschlüsse so versteckt und einfach handhabbar zu machen, wie niemand sonst.

#### Wie sehr achten Ihre Kundinnen und Kunden auf Nachhaltigkeit, also recyceltes Gold?

Mehr als früher. Deshalb achten wir beim Einkauf penibel darauf. Weil wir alles in Pforzheim selbst herstellen, unser Gold hier einkaufen, unsere Steuern zahlen, unsere Mitarbeiter beschäftigen und jede Qualitätskontrolle vor Ort erfolgt, können wir das auch glaubwürdig leben.

#### Wie blicken Sie auf den Standort Deutschland – Ihren wichtigsten Markt?

Deutschland hat alles, was es braucht: Exzellenz, Tiefgang, Präzision. Es fehlt nur noch der Mut zum Aufbruch.

#### Ihre drei Kinder arbeiten bereits im Unternehmen. Was machen sie?

Wir sind überaus glücklich, dass alle drei Kinder in die Nachfolge gehen. Und sie sind begeistert zu uns gekommen, nachdem sie außerhalb der Firma Erfahrungen gesammelt haben. Unser Sohn ist Goldschmied, unsere eine Tochter macht die Kundenberatung, die andere kümmert sich um die Finanzen.

#### Ihre eigene Generation ist mit Ihnen, Ihrem Bruder und dessen Frau auch zu dritt. Wie arbeiten Sie mit sechs Familienmitgliedern im Unternehmen?

Unsere Kinder fordern uns täglich heraus, inspirieren uns, da entstehen neue Ideen. Und: Unsere Eltern sind auch noch da. Wir sind also zu acht. Wir haben einen positiven Austausch über drei Generationen. Was uns verbindet, ist die Leidenschaft für Exzellenz.

#### Dann fragen wir mal für Ihre Kinder: Wollen Sie auch so lange im Unternehmen wirken wie Ihre Eltern, die über 80 sind?

Das wissen wir noch nicht.

#### Und wer wird Ihre Rolle einnehmen?

Es geht nicht nur um meine Rolle. Wir drei sind aktuell unersetzlich.

#### Das ist erfrischend ehrlich.

Spaß beiseite. Unsere Aufgabe in den nächsten Jahren wird sein, diese junge Generation dazu zu befähigen, den Weg der wahren Werte weiterzugehen – und dann loszulassen.

#### Herr Wellendorff, vielen Dank für das Interview.

Die Fragen stellte Anja Müller.



## Das Unternehmergespräch

Das Handelsblatt im Gespräch mit den Entscheidern in Familienunternehmen – jede Woche diskutieren wir über aktuelle Herausforderungen, Nachfolgethemen, über die Folgen der Digitalisierung sowie über Nachhaltigkeit und die Zukunftsfähigkeit von Geschäftsmodellen.