

Bericht CIBJO Konferenz Salvador – Brasilien 2.5. -6.5.2015

Unter der Leitung der Präsidentin der Vereinigung der Bundesverbände Frau Karina Ratzlaff, Firma J. Köhle Pforzheim reiste dieses Jahr die deutsche Delegation nach Salvador die Bahia in Brasilien mit 3 weiteren Vertretern, Frau Jeanette Fiedler ebenfalls Pforzheim und Dr. Thomas Lind, Firma Lind Granate. Idar-Oberstein und Dr. Claudio Milisenda ebenfalls Idar-Oberstein.

Es war ein sehr arbeitsintensiver Kongress, der am Samstag dem 2.5.2015 mit dem Vorkongress für den Sektor 3 – Steine und Perlen – begann und am Mittwoch dem 6.5.2015 mit Neuwahlen endete.

Im Mittelpunkt dieses Kongress standen Themen wie Marketing, Ethik, Zertifizierung von Betrieben unter dem Aspekt Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortlichkeit, Brasiliens Chancen in der Zukunft sowie die blauen Bücher.

Nachstehend ein kurzer Bericht der einzelnen Kommissionen:

Marketing and Ethic Commission

Carbon footprint:

Der Klimawandel ist eines der größten Herausforderungen, vor denen die internationale Gemeinschaft steht. Um dem begegnen zu können, haben wir uns ambitionierte Klimaschutzziele gesetzt, die nur erreicht werden können, wenn alle einen Beitrag dazu leisten. Das gilt auch für Produzenten und Konsumenten.

Eine Voraussetzung, um klimafreundlich produzieren und konsumieren zu können, ist, die Klimabilanz von Produkten zu kennen. Daher haben sich in den letzten Jahren verschiedene Initiativen zur Ermittlung der CO₂-Bilanz von Produkten entwickelt, um deren konkreten „CO₂-Fußabdruck“, den Product Carbon Foot-print, abzubilden.

Zitat Bundesumweltminister Dr. Norbert Rüttgers im Juni 2010

In Fortschreibung des CIBJO Kongresses in Moskau im Jahr 2014 hat sich die CIBJO mit diesem Thema weiter auseinandergesetzt und ihre Führungsrolle für die Schmuck- und Uhrenbranche dahingehend genutzt, ihren eigenen CO₂ überprüfen zu lassen.

Der CIBJO wurde für die Jahre 2013 und 2014 die Neutralität des CO₂ Verbrauchs attestiert. Dazu wurde der CO₂ Verbrauch und sein Einfluss auf die Umwelt durch die CIBJO Verantwortlichen auf Grund von Fahrten mit dem Auto, Zugreisen und Fliegen etc. und der Stromverbrauch analysiert und zusammengestellt. Danach wurden Einsparpotentiale erarbeitet und in 2014 dann auch umgesetzt.

Ein Unternehmen kann durch Einsparungen eine Art Guthaben erwirtschaften. Dies führt dazu, dass man dann im Folgejahr den Kauf von CO₂ Zertifikaten reduziert werden kann und damit eine neutrale Co₂ Bilanz erreicht werden konnte.

Ziel der CIBJO ist es, für die Schmuckbranche einen Standard für einen CO₂ Verbrauch zu erarbeiten, wie es dies z.B. schon für das Hotelgewerbe existiert.

Es sollen weltweit ca. 15-20 Unternehmen gesucht werden, die quasi an diesen Standard mitarbeiten sollen.

Im Jahr 2018 soll es unter allen CIBJO Mitgliedern eine Ausschreibung für einen „carbon footprint award“ geben. Es wurde zu diesem Thema mit Ms. Moya McKeown von Carbon-Expert vereinbart, dass Deutschland die Unterlagen zugemailt bekommt, um sich rechtzeitig mit dem Thema beschäftigen zu können.

Für einen Verband würden sich die Kosten für die Erstellung eines solchen CO₂-Reports auf ca. 1500 € belaufen. Ein wirtschaftliches Unternehmen aus der Schmuckbranche mit ca. 30 Beschäftigten muss einen Kostenrahmen von ca. 3000 € pro Jahr für die Erstellung eines solchen Reports aufbringen.

CSR – Branded Trust

Die CIBJO hat sich schon vor ca. 10 Jahren mit dem Thema CSR-Zertifizierung beschäftigt.

Im Zuge der Weiterentwicklung hat sich die Idee einer Zertifizierung der Schmuckindustrie zum Teil verselbständigt und heute gibt es neben der CSR-Zertifizierung auch weitere eigenständige Zertifizierungen wie z.B. die RJC-Zertifizierung.

Der Unterschied zwischen einer CSR-Zertifizierung und einer RJC-Zertifizierung besteht in zwei wesentlichen Punkten. Die CSR-Zertifizierung beschäftigt sich mit allen Branchen und ist nicht wie die RJC-Zertifizierung ausschließlich auf die Schmuckbranche ausgerichtet. Zum zweiten ist eine CSR-Zertifizierung mehr in Richtung sozialer Verantwortlichkeit des herstellenden Betriebes ausgerichtet, hingegen orientiert sich die RJC-Zertifizierung mehr in Richtung Nachhaltigkeit der Materialien. Sicherlich gibt es bei beiden Zertifizierungsmöglichkeiten große Bereiche, die sich überschneiden.

Die Zertifizierungsfirma CSR – Branded Trust hat gemeinsam mit GemA, der englischen gemmologischen Gesellschaft ein Schulungsprogramm zur Selbstzertifizierung erarbeitet. Es sind 6 Schulungseinheiten, die die Schulungsteilnehmer dazu befähigen sollen, eine Selbstzertifizierung zum Thema CSR vorbereiten und durchführen zu können. Es gibt hierzu eine entsprechende Onlineversion, die dies begleitet. Der deutschen Delegation wird in Kürze die Möglichkeit geboten, sich die online-Version anzuschauen und zu prüfen, inwieweit diese sehr kostengünstige Zertifizierungsmöglichkeit für die deutschen Unternehmen interessant sein könnte.

Ethik und Nachhaltigkeit

Seit vielen Jahren wird innerhalb der CIBJO immer wieder über die verschiedenen Graduierungsstandards diskutiert. Ein wesentlicher Aspekt hierbei ist die Unterschiedlichkeit der Farbgraduierung. Dies beruhe, so ergab es die Diskussion im Wesentlichen auf unterschiedliche „Masterstones“ und unterschiedliche Festlegung der Farbgrenzen sowie die Verwendung von Farbbezeichnungen ohne deren festgelegten Farbgrenzen zu beachten. Hier sei besonders auf die Farbbezeichnungen des GIA hingewiesen, die im Handel und von Laboren sehr häufig verwendet werden ohne die entsprechenden Mustersteine zu haben.

Werden diese Diamanten dann z.B. vom GIA erneut graduiert, entstehen andere Farbbewertungen. Dabei sind die nach GIA richtig vorgenommenen Farbbewertungen im Normalfall schlechter als bei den ersten Berichten, was zu erheblichen Preisunterschieden führen kann. Man ist sich einig, dass damit der Verbraucher hinter das Licht geführt werden kann. Es ist ein elementares Interesse des seriösen Diamanhandels dies durch verschiedene Maßnahmen in der Zukunft verhindern zu wollen.

Es wurde diskutiert, in wie weit die CIBJO Standards bzw. Richtlinien erarbeiten kann, damit die Graduierung von Diamanten und hier insbesondere die Farbgraduierung vereinheitlicht werden kann.

Ein weiteres Thema, das sich immer wieder stellt, ist in wie weit die Behandlung von Edelsteinen und Perlen wirklich dem Konsumenten gegenüber kommuniziert wird bzw. werden muss.

Im internationalen Handel gibt es verschiedene „Trade Codes“, die in Buchstabenform solche Behandlungen kenntlich machen. „Zunächst wurde hierzu die Frage gestellt, ob es überhaupt richtig und notwendig ist, solche „Trade Codes“ in Form von Abkürzungen für die einzelnen Behandlungsmethoden zu verwenden. Würden diese auch durchgehend zumindest innerhalb des Handels benutzt werden und wie werden sie dann beim Juwelier angewandt? Es wurde dazu aufgerufen, dass sich die nationalen Verbände dieses Themas annehmen sollen.

Brasilien als Zukunftsland

Da der Kongress in Brasilien stattfand und es sehr reich an Bodenschätzen ist waren während der Eröffnungsveranstaltung Themen zu nachhaltigem Bergbau, Ausbildung, gerechte Entlohnung und Rückbau der durch Abbau von Mineralien entstandenen Landschaften Hauptbestandteil der Zeremonie.

Brasilien ist neben der Land- und Viehwirtschaft ein Land des Bergbaus mit sehr vielen Rohstoffvorkommen. Wichtigster Exportartikel ist Eisen. Brasilien ist der fünftgrößte Eisenproduzent der Welt. Es werden aber auch sehr viele Edelsteine wie Smaragde, Quarze, Aquamarine etc. und Gold abgebaut. Neue Diamantvorkommen beflügeln zurzeit geradezu die Bergbaubranche zu großen Hoffnungen, wieder in den Diamantmarkt einsteigen zu können. Natürlich wünscht Brasilien sich auch, dass man in ihrem Land investieren möge. Es wird z.T. die gleiche Politik wie in Afrika verfolgt. von der Mine bis zum Juwelier sollte die Wertschöpfungskette komplett im Lande erfolgen. Man lobt die hohe Kreativität, die in diesem Land vorhanden ist und hofft auf Unterstützung bei der Ausbildung der Menschen.

Von allen Rednern wird ein offener Dialog unserer Branche, also dem Bergbau, der verarbeitenden Industrie und dem Handel mit Regierungen und der UN gefordert.

Eine neue große Fragestellung besteht auch darin, wie verantwortungsvolle Geschäftspraktiken finanziert werden können?

Hier sprach insbesondere der Präsident der CIBJO, Gaetano Cavallieri das Problem der sinkenden Kreditwürdigkeit unserer Branche an. Damit würde die Liquidität der kleinen und mittleren Unternehmen stark geschwächt werden.

Aus den Anforderungen die z.B. durch RJC und CSR an Betriebe gestellt werden stellt sich die Frage zu diesem Thema: Gibt es hier eine Tendenz zur Konzentration auf einige wenige Große? Davor scheinen sich sehr viele Kongressbesucher, insbesondere solche, die aus klein- und mittelständischen Unternehmen kommen, zu fürchten.

Sektor B und C Handel und Industrie

Hier gab es einen Vortrag zum Thema: Neue Technologien zur Erhöhung des Marktanteils

Anhand der Präsentation wurden sowohl die Chancen als auch die Risiken für die Marktteilnehmer bei der Nutzung von CAD und Rapid Prototyping dargestellt. So ist heute theoretisch jeder in der Lage, sich seinen Schmuck per CAD zu konstruieren und an einen Wachs- oder sogar Goldplotter zu schicken. Damit werden viele Arbeitsstufen und –bereiche in der Schmuckbranche übergebar. Die Frage ist nur, haben wir genügend ausgebildete Fachleute dafür. Auch die Kostenseite ist noch offen.

Es wurden weitere Aspekte der Veränderung in der Branche angesprochen. So gibt immer weniger Juweliere, dafür aber immer mehr online Verkäufe (bis zu 25% Wachstum) und TV Shopping (bis zu 20% Wachstum). Diebstähle nehmen zu und neue Geschäftsfelder werden angedacht. Die klassischen Handelsstufen mit Groß- und Einzelhandel werden für die Zukunft in Frage gestellt.

Unter dem Schlagwort: „click & collect“ wird eine Vision für die Zukunft der Industrie und des Handels präsentiert. Hinter diesem Schlagwort verbirgt sich die Idee, dass sich der Konsument online etwas kreieren kann, der Hersteller dieses Schmuckstück dann in 24 Stunden produziert und anschließend dem Juwelier zusendet. Dort kann der Kunde das Schmuckstück dann abholen. Der Juwelier hat somit noch allenfalls die Chance, sich damit noch als Dienstleister zu präsentieren.

In Deutschland arbeiten die Trauringhersteller schon mit einem ähnlichen System durch die Verwendung der Konfiguratoren. Das Thema hier ist sicher der Hybridjuwelier, der sowohl online als auch offline, d.h. vor Ort real präsent, sein Geschäftsmodell gestaltet. Gleichzeitig ist es nach wie vor erforderlich, dass die Industrie die Lieferzeiten so knapp wie möglich hält. Dazu gibt es zwei Gründe – Lagerhaltung und Finanzierung.

Die Idee des „click & collect“ unterstützt den Trend zur Individualisierung weiter und er sollte von allen Marktteilnehmern auf die eigene Weise angenommen werden. Folgt man der obigen Idee gilt es auch die Zusammenarbeit zwischen Herstellern und Einzelhandel zu intensivieren. Nur dann kann ein solches Konzept der schnellen Produktion und Auslieferung innerhalb weniger Tage funktionieren. Es unterläuft somit aber auch dem anderen Trend der Brands

Die fachspezifischen Themen wie Edelmetalle, Edelsteine, Diamanten und Perlen wurden in den entsprechenden Kommissionen abgehandelt. Hier wird auf die Spezialberichte verwiesen.