

VEREINIGUNG DER BUNDESVERBÄNDE DES DEUTSCHEN SCHMUCK- UND SILBERWARENGEWERBES

Appell an das deutsche Schmuck- und Uhrengewerbe zum Schutz von Verbrauchern und Branche

Für unsere gesamte Branche ist die Einführung des synthetischen Diamanten als neue Produktkategorie eine Herausforderung. Sowohl Diamanten als auch synthetische Diamanten sind legitime Produkte, die unsere Möglichkeiten der Schmuckherstellung bereichern. Allerdings stellen einzelne Geschäftsstrategien und polarisierende Marketingansätze eine Gefahr für die gesamte Branche dar. Insbesondere in Bezug auf die langfristige Wahrung des Verbrauchervertrauens in unsere Branche erfüllen häufig geäußerte Falschaussagen und unnötige negative Marketingbehauptungen die Verbände unserer Vereinigung mit großer Sorge. Wir appellieren an alle Branchenteilnehmer, sich der Gefahr, die sich darin birgt, bewusst zu werden und ihr Verhalten selbstkritisch zu überprüfen.

Diamanten sind natürliche, seltene Edelsteine, die eine einzigartige Symbolik besitzen und deren Wert sich aus ihrer Seltenheit ableitet. Synthetische Diamanten sind industrielle Reproduktionen von Diamanten. Aufgrund des großen Angebots synthetischer Diamanten kann ein kontinuierlicher Preisverfall beobachtet werden. Nach allgemein zugänglichen Informationen aus Marktforschung und Fachpresse haben sich die Preise für synthetische Diamanten inzwischen sehr weit vom Preis des natürlichen Produktes entfernt. Da sie jedoch die nahezu gleichen physikalischen und chemischen Eigenschaften besitzen, besteht ein erhebliches Risiko der Verwechslung und damit einhergehend einer Täuschung des Verbrauchers. Dieser benötigt einen Fachmann wie z.B. einen geschulten Goldschmied oder Juwelier, um den Unterschied feststellen zu können. Damit Verbraucher bei einem Kauf über die Art des von ihnen erworbenen Produktes korrekt informiert sind und Anbieter erhebliche Rechtsrisiken vermeiden, appelliert **die Vereinigung der Bundesverbände des deutschen Schmuck- und Silberwarengewerbes, mit ausdrücklicher Unterstützung des Welt schmuckverbands CIBJO**, an alle Branchenteilnehmer, folgenden Grundsätzen bei der Werbung für und den Verkauf von synthetischen Diamanten zu folgen:

1. **Kennzeichnung und Benennung:** Sowohl Diamanten als auch synthetische Diamanten müssen als solche klar gekennzeichnet sein. Hierzu bestehen bereits seit Jahren international anerkannte und schriftlich fixierte Standards, die auch in der Rechtsprechung der deutschen Gerichte umgesetzt wurden. Der (natürliche) Diamant wird als solcher bezeichnet, das industriell hergestellte Produkt wird synthetischer Diamanten, im englischen Sprachgebrauch auch als laboratory-grown diamond oder laboratory-created diamond bezeichnet. Die Benennung sollte nicht durch die Schaffung von Fantasiebegriffen wie „Man-Made-Diamonds“, „Green Diamonds“, „Alternativ-Diamanten“ und weitere, oder durch Abkürzungen wie „Lab-Grown“, „LGD“ oder andere aufgeweicht werden. Auch muss in einer Werbeanzeige einem Angebot oder auf einer Handelsrechnung auf den ersten Blick und unmissverständlich erkennbar sein, ob es sich um Diamanten oder synthetische Diamanten handelt.

2. **Irreführende Werbung mit der „Echtheit“:** Synthetische Diamanten sind keine echten Diamanten und dürfen deshalb nicht als „echt“, „edel“, „ursprünglich“, „original“ und „natürlich“ gekennzeichnet werden. Diese Bezeichnungen sind irreführend, da sie ausschließlich für Mineralien und Edelsteine gelten (die aufgrund ihrer Definition immer natürlichen Ursprungs sind). Auch Begrifflichkeiten wie „Zuchtdiamant“, „gezüchtete Diamanten“, „Kulturdiamanten“, „kultivierte Diamanten“ sind irreführend, da „zucht“ und „kultiviert“ sich ausschließlich auf organische / biogene Produkte beziehen.
3. **Negative Campaigning:** Negativwerbung bezeichnet eine Form von Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit, bei der versucht wird, das Konkurrenzprodukt in ein schlechteres Licht zu rücken, um damit das eigene Ansehen zu erhöhen. Die angeführten Argumente gegen (natürliche) Diamanten sind meist nur unterstellte, potenzielle Folgen und Nebenbedingungen des Abbaus in einer Mine. Genannt werden Zerstörung von Land, exzessive Nutzung von Wasser oder Wasserverschmutzung durch Chemikalien. Auch Kinderarbeit wird immer wieder im Zusammenhang mit der Minenförderung von Diamanten angeführt. Im Falle einer Negativdarstellung der Förderungs- und Produktionsprozesse von Diamanten sollten solche Behauptungen belegt werden. Wiederholt stellen Anbieter synthetischer Diamanten diese Behauptungen in den Raum, ohne einen Beweis dafür erbringen zu können. Mit solcher Argumentation beim Kunden zu werben, verpflichtet zur Überprüfung durch Hersteller und/oder Händler, ob die negativen Argumente gegenüber dem natürlichen Diamanten überhaupt haltbar sind. Unabhängig davon schadet die Negativwerbung mittel- und langfristig der gesamten Branche.
4. **Greenwashing:** Synthetische Diamanten als nachhaltig zu bezeichnen, bzw. als nachhaltiger gegenüber dem natürlichen Original darzustellen, ist in den meisten Fällen falsch. Für die Herstellung synthetischer Diamanten wird massiv auf Rohstoffe aus dem Minenabbau zurückgegriffen. Ohne die Nutzung fossiler Materialien aus dem Erdmantel ist die Herstellung synthetischer Diamanten aktuell nicht möglich. Man kann den Herstellungsprozess zwar nachhaltiger gestalten, jedoch trifft dies zurzeit auf viele Hersteller synthetischer Diamanten nicht zu. Je nach angewendetem Verfahren benötigt man für die Herstellung synthetischer Diamanten Graphit, Nickel, Eisen, Kobalt, Wasserstoff (zum Großteil hergestellt durch die Verbrennung von fossilen Energieträgern wie z. B. Kohle) und Methan. Negative Aspekte des Minenabbaus können also auch für synthetische Diamanten eine erhebliche Rolle spielen. Zudem ist der Energieaufwand für die Produktion synthetischer Diamanten sehr hoch. Nicht nur deren Gewinnungsform ist relevant, sondern auch ihr tatsächlicher Verbrauch (unabhängig von der Energiegewinnungsform) ist zu berücksichtigen. Werbung mit der Nachhaltigkeit und anderen in diesem Zusammenhang dargestellten Verhaltensweisen birgt diverse juristische Risiken. Nachweise sind zwingend zu erbringen, Quellen sind zu belegen und Bezugsquellen offenzulegen.

Mit dem Appel einhergehend hat sich die Vereinigung der Bundesverbände des deutschen Schmuck- und Silberwarengewerbes dem Ziel verschrieben, über die bestehenden Regelungen hinaus europaweit einheitliche und unmittelbar durchsetzbare **Rechtsvorschriften** zu erreichen. Diese sollen die oben genannten Grundsätze zur klaren Unterscheidung zwischen dem Diamanten und dem synthetischen Diamanten als zwei unterschiedliche Produkte festlegen, **um Betrug und Irreführung der Verbraucher sowie aller Marktteilnehmer effektiver zu verhindern**. Hierfür werden EU-Richtlinien, Strafrecht, Wettbewerbsrecht und insbesondere auch die Vorschriften zur Verhinderung von Greenwashing konsequent durchgesetzt. Dem Schutz von Verbrauchern, der betroffenen Wirtschaft und des Rechtssystems muss Geltung verschafft werden.

Unterzeichnende Verbände und Mitglieder der Vereinigung

- Bundesverband Schmuck, Uhren, Silberwaren und verwandte Industrien e.V.
- Bundesverband der Edelstein- und Diamantindustrie e. V.
- Bundesverband der Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V.
- Bundesverband der Importeure und Exporteure von Edelsteinen und Perlen e.V.
- Zentralverband der Deutschen Goldschmiede und Silberschmiede e.V.
- Zentralverband für Uhren, Schmuck und Zeitmesstechnik
- Bundesverband der Gablonzer Industrie e.V.
- Edelmetallverband e.V. Schwäbisch Gmünd

Die Vereinigung der Bundesverbände des deutschen Schmuck- und Silberwarengewerbes wurde 1952 mit dem Ziel gegründet, alle deutschen Organisationen der Schmuckbranche von der Industrie über das Handwerk bis zum Handel zu vereinen. Sie stellt eine notwendige Plattform dar, auf der sich alle deutschen Branchenvertreter zu den Themen austauschen, die die gesamte Branche bewegen, hierzu gemeinsame Positionen finden und ihre Interessen auf nationaler und internationaler Ebene vertreten. Der Schwerpunkt der Vereinigung liegt in der Vertretung der deutschen Interessen im Weltschmuckverband CIBJO zum Wohl der Industrie, des Handwerks und des Handels.

Koordination

Vereinigung der Bundesverbände des Deutschen Schmuck- und Silberwarengewerbes

Präsidentin: Karina Ratzlaff

Geschäftsführer: Dr. Guido Grohmann

Geschäftsstelle beim Bundesverband Schmuck, Uhren, Silberwaren und verwandte Industrien e.V.

Westliche Karl-Friedrich-Straße 56, 75172 Pforzheim

E-Mail: info@bv-schmuck-uhren.de

Telefon: +49 (0)7231 14 555 10