

Gesellschaftlich angekommen?

von David M. Reymann

Sind Verwandte, Freunde und Bekannte empfänglich für wohl gemeinte Hinweise? Sind Edelmetalle in diesem Zusammenhang eine Empfehlung wert? Oder outet man sich unnötig als Crashprophet, erntet Spott und stellt sich mit seinem Vorstoß ins gesellschaftliche Abseits?

Irgendwo tief schlummert bei Edelmetallfreunden nicht selten die Sorge, dass ihnen womöglich das gleiche Schicksal wie den Tempelrittern ab einem Freitag, dem 13. vor nunmehr genau 700 Jahren droht (Verbot der „supranationalen“ Organisation durch die nationalen Herrscher). Ein Grund von mehreren, der Edelmetallinvestoren zu scheuen und stark auf Diskretion bedachten Menschen werden lässt.

Pioniergesellschaft

In der Deutschen Edelmetall-Gesellschaft (DEG) haben sich entgegen solcher Vorbehalte vergangenes Jahr auf der Edelmetallmesse in München visionäre Menschen öffentlichkeitswirksam zusammengeschlossen. Sie eint dabei das Ziel, Edelmetallen wie Silber und Gold erneut eine breite Basis in der Bevölkerung zu verschaffen. Wider Erwarten schlossen sich gleich zu Beginn viele Menschen als Gründungsmitglieder dem Vorhaben an.

Diesem Auftakt folgten bundesweit mehr als 20 durch die DEG organisierte und durchgeführte Veranstaltungen. Zudem gab es etliche Publikationen, u. a. in der Financial Times Deutschland.

Sinn und Zweck dieser Anstrengungen ist es, die positiven und Nutzen stiftenden Eigenschaften speziell der physischen Edelmetalle wieder stärker in den Alltag der Menschen zu rücken.

Die Aufklärungsarbeit zum Vorteil der beratenden Seite kann von Seiten verkaufsgetriebener Vermögensberatungen häufig nur

schwer erfolgen. Als negatives Beispiel sei ein bedenklicher Fehler der DWS in einer ihrer Veröffentlichungen genannt. Es handelte sich um die Wiederholung des hartnäckigen Gerüchts, physisches Anlagegold sei mit 19 % Mehrwertsteuer belastet. Bemerkenswert ist, dass die Falschangabe dort zunächst dem eigenen Goldfonds-Geschäft zuträglich war. Letztendlich entwickelte sich der Fehler wegen der nachfolgenden intensiven Diskussionen im Internet dann allerdings zum Bumerang.

Auch jenseits derlei offener Fehler sind die Veröffentlichungen der etablierten großen Finanzinstitute zu Edelmetallen oftmals so tendenziös ausgerichtet, dass sie die Ziele der DEG nicht unterstützen. Dies erfordert eigene Öffentlichkeitsarbeit, die über reine Richtigstellung hinausgehen soll.

Grenzübergreifend

Ein knappes Jahr nach Gründung der Deutschen Edelmetall-Gesellschaft hat sich die Mitgliederzahl mehr als verdoppelt. Verschiedene Unternehmen sind heute durch Mitgliedschaft ihrer Geschäftsführung unterstützender Teil der DEG-Anstrengungen. Dabei ist das Interesse an der DEG nicht auf Deutschland begrenzt: Auch Privatpersonen und Unternehmen aus der Schweiz unterstützen die anvisierten Ziele. Zudem wird von mehreren Stellen die kooperative Mitgliedschaft angestrebt.

Die bisherigen Aktionen der DEG und insbesondere die daraufhin erhaltenen Reaktionen sind Ansporn für die nächste Zeit und für die Fortführung der bisherigen Tätigkeit.

Zertifizierung

Im zweiten Jahr ihrer Existenz wird die DEG die Entwicklung einer branchenbezogenen Zertifizierung für den Edelmetallhandel vorantreiben. Dies scheint nach größeren Enttäuschungen des Marktes durch einige semiprofessionelle Händler nötig geworden. Zudem schafft eine unabhängige Sichtung

und Bewertung Transparenz. Es werden Unterschiede offen gelegt, gewisse Standards verbindlich gemacht und damit denjenigen Edelmetallvertrieben Aufschwung und Unterstützung gegeben, die nachhaltig im Markt agieren möchten.

Zertifizierungen von Edelmetallhändlern gehen in Richtung der Verbraucherberatung und unterstreichen das gemeinnützige Selbstverständnis der DEG. Diese Arbeitsweise der DEG ist für die Zukunft maßgeblich und nicht nur ein Teil der Vorbereitung zur Anerkennung ihrer Gemeinnützigkeit durch staatliche Stellen.

Partnerschaften

Bisherige Aktionen der DEG werden im kommenden Jahr wie begonnen weiter geführt. Gemeint sind vor allem die Veranstaltung von offenen Kommunikationstreffen in Form von DEG-Stammtischen, unabhängiger Marktbeobachtung und Kommentierung sowie die Intensivierung der Zusammenarbeit mit Partnern wie dem Deutschen Bergbau-Museum.

Die DEG wird als eine Art Innovationsmagnet fungieren, welcher Ideen aus dem Markt aufnimmt, diskutiert und verbreitet. Mit konzertierter Aktivität wird sie kommunizieren, dass Silbermünzen und Goldbarren mehr denn je eine ernst zu nehmende Anlageoption für Investoren wie auch in der Familie und unter Freunden sind. Krisenhafte Entwicklungen wie die aktuelle Bankenliquiditätskrise tragen dazu bei, dass der Boden für die Aufklärungsarbeit zunehmend fruchtbar wird. Die DEG ist ein Jahr nach ihrer Taufe gesellschaftlich angekommen und macht sich nun stark für die Abschaffung der seit Jahrzehnten anhaltenden Diskriminierung von Edelmetallen und ihrer Verfechter.

www.edelmetallgesellschaft.de
info@edelmetallgesellschaft.de