

# »VERTRAUEN und OFFENHEIT sind das Gold unseres Erfolges«

Die Zahlen für das Jahr 2017, die kurz nach der Hauptversammlung präsentiert wurden, künden von einem positiven Geschäftsjahr. Welche Rolle dabei der direkte Kundenkontakt trotz Digitalisierung und das Thema Nachhaltigkeit spielen, hat Thomas Weiß, Leiter Vertrieb & Edelmetall-Services bei Agosi, U.J.S. im Gespräch erläutert.

*U.J.S.: Herr Weiß, die Schlagzeilen in den Medien nach der Hauptversammlung des Traditionsunternehmens Agosi kündeten von einem positiven Geschäftsjahr 2017. Besteht aus Ihrer Sicht Grund, in den »Jubel« einzustimmen?*

Thomas Weiß: Agosi steht seit Jahrzehnten für verlässliche Kontinuität, auch bei den Jahresergebnissen und Finanzzahlen. Das spiegelt sich alljährlich im Echo der Presse nach unseren Hauptversammlungen wider. Unsere Aktionäre begleiten den Jahresbericht durchaus konstruktiv, und als Aktiengesellschaft sind wir per se umfassender Transparenz und Nachvollziehbarkeit verpflichtet. Das schafft Vertrauen – Vertrauen, das uns unsere Kunden tagtäglich entgegenbringen, indem sie Agosi als ihren Partner für Edelmetall in ihre Geschäftsprozesse einbeziehen. Letztlich bewegen wir uns auch hier in einem Kreislauf – nicht nur in dem der Aufarbeitung von Edelmetallen (lacht) – Vertrauen und



Recyceltes Edelmetall in Form von Roségold-Rohren.

Offenheit in der Geschäftsbeziehung sind die Basis, die unsere Arbeit ausmacht, die beim Kunden ankommt und uns vom Kunden auch entgegengebracht wird. Das ist das eigentliche Gold, das unseren Geschäftserfolg begründet.

*Worauf fußt dieser Erfolg? Was ist das Erfolgsgeheimnis von Agosi?*

Agosi setzt auf das Prinzip »One Face to the Customer«, der Kunde hat einen Ansprechpartner für alle seine Fragen rund ums Edelmetall, für Bedarfsabsicherung, Bestellung und Feinmetallbestände. Wir sehen, dass dieses Prinzip bewährt ist und keinesfalls überholt. Auch im Zuge der zunehmenden Digitalisierung in vielen Prozessen der Arbeitswelt bleibt der Mensch im Mittelpunkt: Bei uns ist es der Kunde und sein direkter Kontakt zum Mitarbeiter hier bei Agosi.

*Wie schätzen Sie die Entwicklung der Edelmetalle und der Metalle allgemein ein?*

Natürlich spielen weltpolitische Faktoren bei Edelmetallen, speziell Gold, immer eine Rolle. Ob sich ein Trend hin zu einem gefühlten größeren Bedürfnis nach Absicherung mithilfe von Edelmetallen entwickeln wird, ist nicht vorherzusagen. Aus der Vergangenheit wissen wir jedoch, dass die Nachfrage nach Investmentprodukten in diesem Fall merklich ansteigen würde. Aber auch derzeit sehen wir bei Privatleuten ein Sinken der Hemmschwelle, sich mit einem Teil des Privatvermögens im Edelmetallmarkt zu engagieren und beispielsweise Anlageprodukte wie Goldbarren zur zusätzlichen Vermögensabsicherung zu kaufen. Wir machen die Erfahrung, dass Gold auch heute die Menschen auf ihrem Lebensweg begleitet und wichtige biographische Fixpunkte markiert. In kleinen Stückelungen, Barren von 1-10 g Feingold, wird Gold auch gerne verschenkt – als sym-



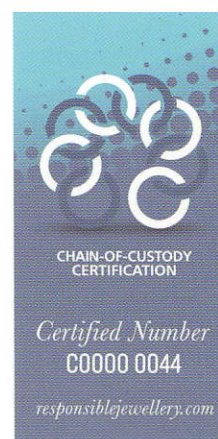
Thomas Weiß, Leiter Vertrieb & Edelmetall-Services bei Agosi.





Links: Auch im Jahr 2017 konnte Agosi ein positives Geschäftsergebnis vorweisen.

Unten: Thema Nachhaltigkeit: Agosi ist Mitglied im Responsible Jewellery Council (RJC, London).



bolisches »Startkapital« schon bei der Geburt, zum Studien- oder Berufsbeginn, zur Hochzeit - daran hat sich nichts geändert und daher sind wir auch zuversichtlich, was die Entwicklung in der Schmuckbranche insgesamt angeht, denn besonders Schmuck erfüllt diesen symbolischen Charakter des Bleibenden, Dauerhaften, Verlässlichen. Daher fühlen wir uns den individuellen Kreationen von Schmuckschaffenden, den Goldschmieden und Ateliers, in besonderer Weise verbunden.

**Agosi hat sich nachhaltiges Wirtschaften mit konfliktfreien Edelmetallen auf die Fahnen geschrieben. Wird dadurch die Ausbeutung von Arbeitskräften langfristig gestoppt?**

Diesen Ansatz verwirklichen wir durch unsere Mitgliedschaft beim Responsible Jewellery Council (RJC, London) und durch die Zertifizierungen, die wir als RJC-Member sowohl für die Agosi als Unternehmen wie auch für unsere Lieferkette erreicht haben. Agosi hat den Leiter Business Development, Herrn Dr. René Wiskemann, in das »Board of Directors« des RJC entsandt, am 17. Mai 2018 wurde Dr. Wiskemann von den RJC-Mitgliedern in dieses Gremium gewählt. Agosi wird zukünftig aktiv daran mitarbeiten, die Normen und Prinzipien des RJC zu fördern. Als Unternehmen haben wir uns dem ethisch anspruchsvollen Regelwerk des RJC Code of Practices (CoP) verschrieben, der verantwortungsvollen Unternehmensführung, die Umwelt und soziale Aspekte mit abdeckt. Von der Produktseite her ist es der Weg des RJC Chain of Custody (CoC), der maßgebend für uns ist. Als Sekundärgewinner von Edelmetallen aus Reststoffen weisen wir in aufwändigen Audits nach, dass kein Material aus Konfliktregionen bei Agosi einmündet. Dies wird sogar von zwei Stellen geprüft, dem RJC und der LBMA, der London Bullion Market Association, ebenfalls in London. Die sehr strengen Maßstäbe, die zum Teil weit über das europäische Geldwäschegesetz hinausgehen, haben eine Art Domino-Effekt sowohl in Richtung der Zulieferer wie auch in Richtung der Abnehmer von Edelmetallen. Dieser Effekt entsteht, weil sich dadurch die Marktteilnehmer selbst und gegenseitig kontrollieren und in die Pflicht nehmen. Verstärkt wird dies vor allem auch durch die US-amerikanische Gesetzgebung, die mit dem Dodd-Frank-Act besonders Zulieferer der Elektronik- und

IT-Branche reglementiert. Daher haben diese Initiativen eine große Hebelwirkung bis hin in die Primärgewinnung, von der man sich noch Vieles erhoffen darf.

**Nachhaltigkeit stützt sich auch auf das Thema Recycling. Das jedoch immer mehr an Bedeutung gewinnt. Wie begegnet Agosi dieser Entwicklung?**

Wenn Sie Recycling im Sinne von »Wiedervernutzen« verstehen, das heißt ein Produkt wird als solches wieder in den Gebrauch gebracht, dann trifft dieser Begriff auf unser Geschäftsmodell nicht zu. Die Edelmetalle, die wir aufarbeiten, sind zum größten Teil in Legierungen mit anderen Metallen gebunden und dem Kunden geht es um die Wiedergewinnung des so »blockierten« Wertstoffes, der für ihn ein Rohstoff ist. Ein Rohstoff, den er wieder in seiner Produktion einsetzen möchte und den er in dafür geeigneten Produkten wieder benötigt – also Drähte, Bleche, Bänder in einer bestimmten Zusammensetzung und Spezifikation. Diese Dienstleistung erbringt Agosi seit ihrer Gründung durch Pforzheimer Schmuckhersteller im Jahr 1891. Es ist also das Wiederverfügbarmachen eines Wertstoffes, sogar eines Investitionsgutes, das Agosi ermöglicht. In diesem Sinne einer Kreislaufführung kann man das Wort »Recycling« hier durchaus verwenden und definiert damit gleichzeitig den Geschäftszweck unseres Unternehmens.

[www.agosi.de](http://www.agosi.de)

Interview: Susanne Roth