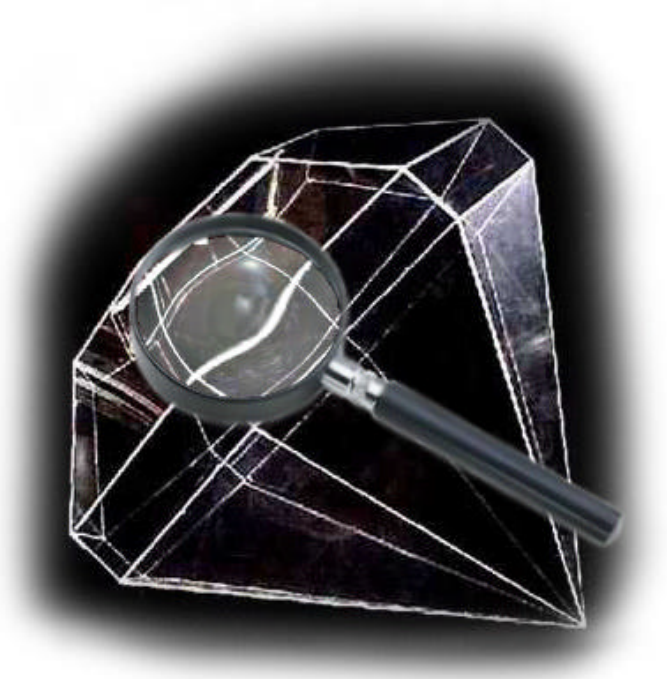


Juweliers ondervraagd: Hoe Schoon zijn uw diamanten?



1 oktober 2004

Fatal
Transactions



NIZA

Nederlands instituut voor Zuidelijk Afrika



Auteur: M. Heres i.o.v. Fatal Transactions
Vormgeving: A.R. Schure

Dit onderzoek maakt deel uit van een groter onderzoek van het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen Platform. Het MVO platform heeft bij wijze van steekproef, een consumentenonderzoek opgezet naar de beschikbare informatie over de herkomst van tien verschillende producten, waaronder diamanten
www.mvo-platform.nl

Nederlands instituut voor Zuidelijk Afrika (NiZA)
Prins Hendrikkade 33
Postbus 10707
1001 ES Amsterdam
Contact persoon: Kirsten Hund, Coordinator Fatal Transactions
tel: 0031 20 5206210
email: Ft@niza.nl
www.niza.nl/fataltransactions

NiZA is lid van de internationale Fatal Transactions campagne. Fatal Transactions krijgt steun van de Europese Unie

Inhoudsopgave

1	Is deze diamant wel oké/verantwoord?	3
1.1	Inleiding	3
1.2	Consumentenonderzoek.....	3
1.3	Waar komt de diamant uit de etalage vandaan?.....	3
1.4	Conflictdiamanten en het Kimberley Proces	4
1.5	Hoe moet het nu verder?.....	5
1.6	Conclusie.....	6
2	Bijlage 1: figuren bij onderzoeksresultaten	7
3	Bijlage 2: factsheet: Achtergrondinformatie diamanten.....	9
3.1	Waarom dit consumentenonderzoek?.....	9
3.2	De diamant: symbool van rijkdom of armoede?	9
3.3	Diamanten en oorlog	9
3.4	Keurmerk voor conflictvrije diamanten.....	10
3.5	Conflictvrije diamanten in de winkel?.....	10
3.6	Is ‘conflictvrij’ ook ‘schoon’?.....	10
3.7	Dan maar een boycot?	11
3.8	Hoe verder?.....	11
3.9	Meer weten?.....	11
	Bijlage 3: Vragenlijst diamanten	13

1 Is deze diamant wel schoon?

1.1 Inleiding

Achter de schitterende diamanten in de juwelierszaak, schuilt vaak een harde realiteit. In Afrikaanse landen als Angola, Sierra Leone, Liberia en de Democratische Republiek Congo zijn diamanten gebruikt om oorlogen te financieren. De diamanten zijn niet alleen de oorzaak, maar soms ook het doel van oorlogen. Deze diamanten worden ook wel bloeddiamanten of conflictdiamanten genoemd. Diamanten zijn zeer geschikt als financieringsmiddel, omdat ze waardeverlozen zijn en zeer eenvoudig te smokkelen zijn.

De diamantindustrie heeft samen met maatschappelijke organisaties en overheden het initiatief genomen om een controlesysteem te ontwikkelen. Dit wordt het Kimberley Proces genoemd. In 2003 werden deze afspraken bindend. Sindsdien moet elke diamant die de Europese Unie in- of uitgevoerd wordt, vergezeld zijn van een certificaat dat is afgegeven door de douane van het land van herkomst. Dit certificaat verzekert dat met betreffende diamanten géén oorlogen zijn gefinancierd.¹

1.2 Consumentenonderzoek

Dit is de theorie. Hoe gaat het in de praktijk? Hoe kunnen consumenten in een juwelierszaak te weten komen of de diamanten geen oorlog hebben gefinancierd en dat er bij de vervaardiging geen mensenrechten zijn geschonden? Weten juweliers eigenlijk wel waar de diamanten vandaan komen en hoe zij in hun winkel zijn terechtgekomen? Kent de juwelier de problematiek achter de conflictdiamant en weet hij of zij welke diamant het meest 'verantwoord' is?

Het Platform Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen heeft bij wijze van steekproef, een consumentenonderzoek opgezet naar tien verschillende producten waaronder diamanten. De bedoeling was te onderzoeken welke informatie consumenten over een product kunnen bemachtigen. Kan een consument alle benodigde informatie krijgen om te weten wat in het hele assortiment het meest 'verantwoorde' product is?² De campagne Fatal Transactions heeft onderzoek gedaan onder Nederlandse juweliers. In dit verslag worden de resultaten hiervan beschreven.

Voor het consumentenonderzoek naar diamanten zijn negen vrijwilligers op pad gegaan. Zij hebben ruim zestig juweliers bezocht in heel Nederland.³ Meer dan de helft (35 juweliers) verleende medewerking aan het interview dat aan de hand van een vragenlijst (zie bijlage 3) werd afgenomen. Het doel was om te achterhalen wat Nederlandse juweliers weten over conflictdiamanten en de nieuwe regelgeving op dit gebied. De helft van de geïnterviewden was eigenaar van de juwelierszaak, de andere helft was verkoopmedewerker.

1.3 Waar komt de diamant uit de etalage vandaan?

Hoe wordt bepaald of een diamant 'verantwoord' is? Als eerste is de herkomst van de steen van belang. Bloeddiamanten komen immers uit conflictgebieden zoals Congo, Sierra Leone of Angola. Ook bestaan er grote verschillen in arbeidsomstandigheden in de mijnen. Deze zijn

¹ Uitgebreide informatie in bijlage 2.

² Zie p 9 voor meer informatie over het onderzoek van het MVO platform

³ Amsterdam, Amstelveen, Delden, Den Haag, Dronten, Made, Maastricht, Nijmegen, Utrecht, Schiphol

soms erbarmelijk en vaak worden mensen verdreven van hun land, omdat de regering het land verkocht heeft aan buitenlandse bedrijven.⁴

Weten de juweliërs uit welke landen de diamanten komen die zij verkopen? Op deze vraag zegt 45% van de ondervraagde juweliërs dit niet te weten. Van de 55% die het wel weet, antwoordt 20% Zuid-Afrika, 9% Rusland en 12% Afrika zonder specifieke regio of land. Andere antwoorden zijn 'Afrika', Namibië, Sierra Leone, Zuid-Afrika, Venezuela en België.

Zijn de juweliërs op de hoogte van de situatie in de diamantmijnen waar de diamanten vandaan komen? 70 % van de geïnterviewden zegt niets te weten over de situatie in de mijnen. 30% weet wel iets over de omstandigheden. Zij noemen de slechte arbeidsomstandigheden en het lage inkomen. De informatie krijgen zij vooral via de media. Twee juweliërs vertrouwen er, zonder over bewijs te beschikken, op dat de omstandigheden in de mijnen van De Beers (de grootste diamanten exploitant ter wereld) prima in orde zijn. Een van de juweliërs zegt: "Het gaat er daar netjes aan toe."

Van de diamantmijnen in het land van herkomst gaan de diamanten via een aantal tussenhandelaren uiteindelijk naar de slijper. De diamanten van de geïnterviewde juweliërs worden volgens 60% van hen in Antwerpen geslepen. 20% weet niet waar de diamanten geslepen worden. Israël, India, Amsterdam en Turkije worden ook genoemd. De meeste juweliërs geven overigens aan dat de consument niet nieuwsgierig is naar de herkomst van hun gekochte diamanten. 64% van de juweliërs zegt zelfs nog nooit zo'n vraag te hebben gehad van een consument. Een geïnterviewde vertelt: "Ik werk al dertig jaar in de juwelen en ik heb nog nooit een klant gehad die heeft gevraagd naar de herkomst van de diamant." Een derde van de juweliërs krijgt hierover *soms* een vraag. Eén persoon heeft de vraag naar de herkomst al wel vaak gekregen. 80% van de juweliërs vraagt hun leverancier nooit waar de diamanten vandaan komen. Slechts 6% stelt deze vraag altijd.

55% van de geïnterviewde juweliërs, zegt te weten waar hun diamanten vandaan komen, maar slechts 6% zegt deze vraag altijd te stellen. Hoe kan het dan dat de juweliërs zeggen dat ze **zeker** weten waar hun diamanten vandaan komen. Is het antwoord slechts gebaseerd op veronderstellingen? 31% vertrouwt erop dat de leverancier wél weet waar de diamanten vandaan komen.

Als mensen een diamant willen kopen kunnen zij dus niet volledig vertrouwen op de kennis van de juwelier. Een van de juweliërs geeft zelf aan: "Je weet nooit precies waar de diamanten vandaan komen. Ze gaan de hele wereld rond en worden diverse malen verkocht. Het is dus voor de leverancier en voor ons niet te achterhalen waar ze geproduceerd zijn."

1.4 Conflictdiamanten en het Kimberley Proces

Hoe komen consumenten er dan achter of zij bloeddiamanten kopen? Daarvoor zijn klanten opnieuw afhankelijk van de kennis van juweliërs. Weten zij hoe zij erachter kunnen komen of een diamant 'schoon' is? "Geen idee," zegt 55% van de geïnterviewden. 26% zegt dat zij dat kunnen achterhalen via hun leveranciers. Volgens 19% kun je achterhalen of een diamant schoon is door middel van een certificaat.

Het gebrek aan kennis van de juweliërs blijkt uit de constatering dat tweede derde van de geïnterviewde juweliërs nog nooit gehoord heeft van conflictdiamanten. Van de andere

⁴ Uitgebreide informatie in bijlage 2.

respondenten (een derde) weet 10% wél de goede betekenis ervan te vertellen. Zij hebben er via de media en vakbladen van gehoord.

De meeste juweliërs (90%) hebben ook nog nooit van het Kimberley Proces gehoord, dat het certificeringssysteem voor diamanten heeft ontwikkeld. Van de 10% die wel zegt dat het bekend in de oren klinkt, weet maar één iemand (3,3%) werkelijk wat het is. De anderen denken aan het verbeteren van de arbeidsomstandigheden. Eén geïnterviewde herkent in Kimberley wel de naam van een mijnbouwstadje in Zuid-Afrika. Hier is dit Kimberley Proces van start gegaan. Nadat de interviewers korte uitleg gaven over het Kimberley Proces, vindt 78% het een goed initiatief. Ze vinden het vooral belangrijk dat de arbeidsomstandigheden van de werkers in de mijnen verbeteren. De andere 22% is geen groot voorstander van het initiatief. Ze vinden het te veel werk, te onbetrouwbaar en geloven niet dat de klant er in is geïnteresseerd is. Een geïnterviewde antwoordt: “Zoiets zal nooit werken, omdat het niemand wat interesseert. En wie zegt dat de diamanten die zo’n certificaat hebben, ook echt niet uit een conflictgebied komen? Er kan makkelijk mee worden gesjoemeld, want hoe houd je zo’n certificaat bij de goede diamant?”

Tijdens het Wereld Diamant Congres in juli 2000 erkende de diamantindustrie zelf dat zij een morele en commerciële verplichting hebben in de strijd tegen conflictdiamanten. Hiertoe hebben zij zich verenigd in de World Diamond Council. De meeste geïnterviewden weten hier niets van. Slechts 23% van de geïnterviewden kent de World Diamond Council.

De diamantindustrie legde zichzelf drie principes van zelfregulering op. De drie principes zijn:

- opstelling van gedragscode waarbij legale en illegale diamanten van elkaar gescheiden moeten worden,
- toevoeging van een garantieverklaring op de facturen, die duidelijk maakt dat het gaat om conflictvrije diamanten,
- verspreiding van informatie over het Kimberley Proces aan de werknemers in de diamantindustrie.

Slechts één geïnterviewde is bekend met deze afspraken. We kunnen in elk geval constateren dat de zelfregulering nog niet doorgedrongen is tot de overgrote meerderheid van de geïnterviewde werknemers van de juweliërszaken.

Het is niet verrassend dat 77% van de geïnterviewden zegt niet te kunnen garanderen dat de diamanten uit zijn of haar winkel ‘schoon’ zijn. Slechts één van de juweliërs geeft op de factuur aan, dat de diamant conflictvrij is. Slechts 6% vraagt zelf om zo’n garantie bij hun leverancier.

1.5 Hoe moet het nu verder?

De juweliërs vinden dat er voor een goede invoering van het Kimberley Proces meer voorlichting en informatie gegeven zouden kunnen worden aan de klant. Men noemt de Diamantbeurs, De Beers, de overheid, de Antwerpse diamantbeurs en de diamantslijper. Zij zouden allemaal aangesproken moeten worden op de naleving van de regels. 36% van de geïnterviewden heeft geen suggesties voor verbetering.

De juweliërs denken zelf iets aan de functionering van het Kimberley Proces te kunnen bijdragen door de klanten te informeren over de certificering en de diamanten in te kopen bij gerenommeerde bedrijven. Een deel van de juweliërs (30%) is van mening dat zij niets

hoeven te doen, omdat het de klanten niets interesseert. Een geïnterviewde: “Als juwelier kan ik niets doen. De verantwoordelijkheid ligt bij de mijnbedrijven zelf. Dáár moet de situatie veranderen, niet hier in de winkels. De klanten zijn toch niet geïnteresseerd in verantwoorde diamanten.” Een andere geïnterviewde stelt: “De mensen die graag pronken met grote diamanten, kan het echt niets schelen waar ze vandaan gehaald worden.” De meeste juweliers (82%) zijn wél bereid om zogenaamde *fair trade* diamanten te verkopen.⁵ 47% vindt wel dat dat deze diamanten een goede kwaliteit en een aantrekkelijk prijs moeten hebben.

1.6 Conclusie

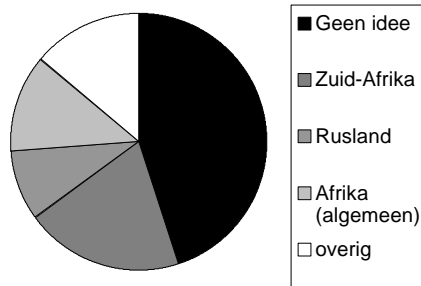
De Nederlandse overheid vindt dat consumenten door hun koopgedrag zelf zullen laten zien aan welke producten zij de voorkeur geven. Maar als mensen maatschappelijk verantwoorde producten willen kopen, is dat niet zo makkelijk. Voor sommige producten zijn keurmerken ontwikkeld, maar dat geldt niet voor het grootste deel van het aanbod. Bovendien is het voor consumenten niet altijd duidelijk wat een keurmerk inhoudt en welke kwaliteitseisen eraan worden gesteld worden.

Het onderzoek onder juweliers toont de problemen duidelijk aan. Als Nederlandse consument is het op dit moment haast onmogelijk kritisch en verantwoord te consumeren als het gaat om de aanschaf van diamanten. De juwelier heeft te weinig informatie en de weg die de diamanten vanaf de mijn tot in de winkel afleggen, is nauwelijks bekend. De juweliers zijn vaak begaan met de arbeidsomstandigheden in de diamantmijnen, maar hebben in de meeste gevallen het idee dat zij hierop maar weinig invloed kunnen uitoefenen. Ook krijgen zij te weinig consumenten in hun zaak die kritische vragen stellen of op zoek zijn naar ‘verantwoorde’ diamanten.

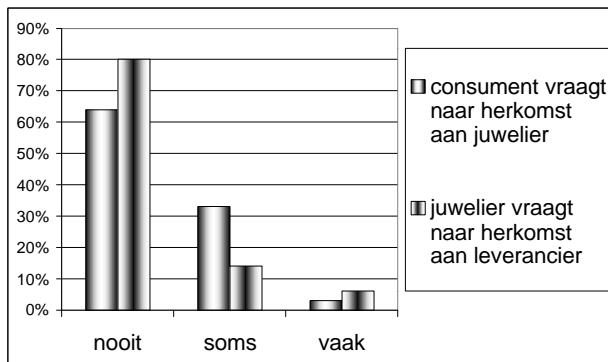
⁵ *Fair trade* diamanten zijn diamanten waarbij in het hele traject vanaf de mijn tot in de winkel iedereen een eerlijke beloning gekregen. Ook zijn de stenen met zorg voor het milieu gewonnen en profiteert de lokale gemeenschap ervan.

2 Bijlage 1: figuren bij onderzoeksresultaten

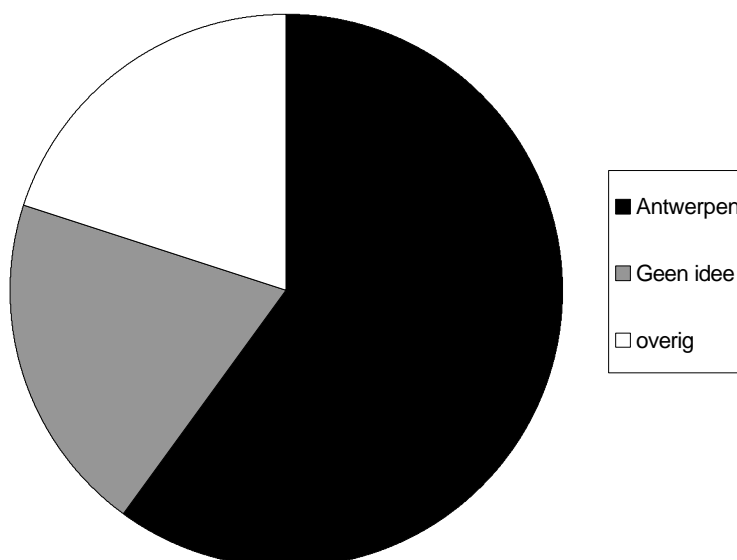
Figuur 1: Land van herkomst diamant volgens juweliers?



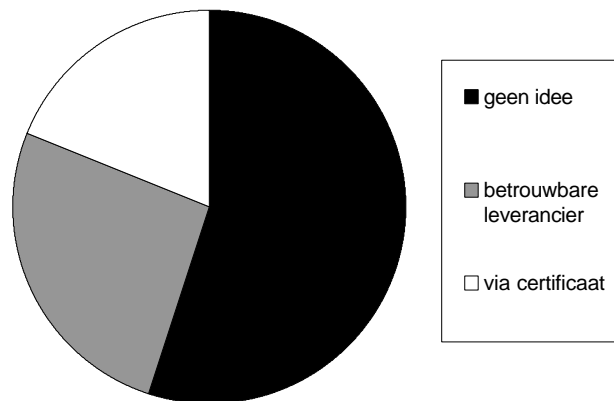
Figuur 2: Wie vraagt naar herkomst?



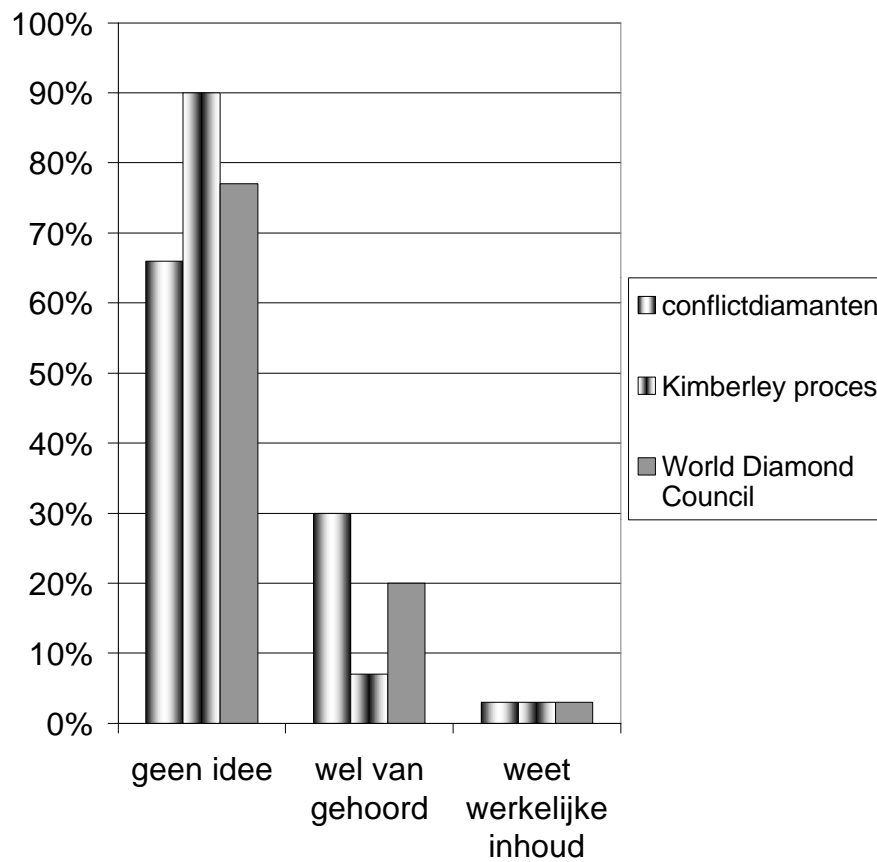
Figuur 3: Waar wordt de diamant geslepen?



Figuur 4: Is de diamant schoon?



Figuur 5: Kennis van juweliërs over...



3 Bijlage 2: factsheet: Achtergrondinformatie diamanten

3.1 Waarom dit consumentenonderzoek?

De Nederlandse overheid meent dat consumenten door wat ze wel of niet kopen, zelf zullen aangeven aan welke producten zij de voorkeur geven. Als ze het belangrijk vinden, zullen mensen bewust kiezen voor de aankoop van producten die op een verantwoorde wijze tot stand zijn gekomen, aldus de overheid.

Maar zo gemakkelijk is het niet. Hoe kan een consument een ‘maatschappelijk verantwoord’ product herkennen in de winkel? De markt is ondoorzichtig. Het is bijna onmogelijk om er achter te komen waar goederen, zoals bijvoorbeeld kleding of een diamant, precies vandaan komen. Nog moeilijker is het om informatie te krijgen over het traject dat een product heeft afgelegd voordat het in de winkel ligt. Onder welke omstandigheden is het in elkaar gezet of, in het geval van diamanten, opgegraven en geslepen? Vaak weet de verkoper het zelf niet eens.

Labels en keurmerken kunnen helpen. Maar op dit moment is het voor consumenten niet duidelijk wat een keurmerk inhoudt en welke kwaliteitseisen eraan gesteld worden.

Bovendien bestaan voor lang niet alle producten speciale labels of keurmerken, die garanties geven over het product.

Verschillende maatschappelijke organisaties maken zich hier zorgen over. Ze hebben zich verenigd in het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen Platform (MVO-Platform) en willen graag weten welke informatie consumenten over een product kunnen krijgen. Kan een consument alle benodigde informatie krijgen om te weten wat in het hele assortiment het meest ‘verantwoorde’ product is?

Het MVO-platform heeft daarom, bij wijze van steekproef, een consumentenonderzoek opgezet voor tien verschillende producten, zoals shampoo, garnalen, sportkleding, bloemen en diamanten.

De organisaties presenteren de uitkomst van het onderzoek in november aan de Nederlandse overheid en het bedrijfsleven, op een door de Nederlandse regering georganiseerde conferentie over de Europese Unie en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen.

3.2 De diamant: symbool van rijkdom of armoede?

De natuurlijke rijkdom van Siërra Leone, Angola en de Democratische Republiek Congo (DRC) is enorm. De armoede is echter even reëel. Diamanten zijn het trieste symbool van het contrast. Mijnwerkers, vaak kinderen, hebben nog nooit een geslepen diamant gezien en weten nauwelijks hoeveel de glimmende stenen die ze opgraven waard zijn op de internationale markt.

Andersom is het hier in Nederland en de rest van de Westerse wereld vrijwel onbekend waar onze ‘symbolen van eeuwige liefde’ eigenlijk vandaan komen. Consumenten, maar ook juweliers zelf, zijn zich er meestal niet van bewust hoe slecht de arbeidsomstandigheden in Afrikaanse diamantmijnen zijn en dat diamanten oorlogen financieren. Bewustwording is daarom hard nodig, zodat verkopers en consumenten ook écht kunnen kiezen voor ‘schone’ diamanten.

3.3 Diamanten en oorlog

Diamanten zijn kinderlijk eenvoudig om te zetten in geld of wapens. In de zoom van je jas kun je voor miljoenen dollars aan diamanten smokkelen. Achteraf valt nauwelijks te achterhalen waar de diamanten zijn gedolven.

Diamanten worden internationaal als betaalmiddel geaccepteerd. Grote prijsdalingen zijn er nauwelijks. Enkele grote bedrijven beheersen de markt. Zij zorgen ervoor dat er nooit te veel diamanten tegelijk op de markt komen en houden door de kunstmatige schaarste de prijs gegarandeerd hoog. Diamanten zijn dus ideaal handelswaar voor rebellen, criminelen en terroristen. Jaarlijks worden onschatbare hoeveelheden diamanten in landen als de DRC, Liberia, Angola en Siëra Leone uit de grond gehaald. De opbrengst van de stenen wordt onder meer gebruikt om de aankoop van wapens te financieren. Tegelijkertijd zijn de inkomsten voor de strijdende partijen een reden om het gewapende conflict voort te zetten of om vanuit een wankele vrede weer een oorlog te beginnen: zowel regering als rebellen verrijken zich met de diamantinkomsten en zijn niet snel bereid hun luxueuze levensstandaard op te geven.

3.4 Keurmerk voor conflictvrije diamanten

Om de handel in deze ‘bloeddiamanten’ te bemoeilijken, is het nodig dat de rebellen de stenen niet meer kunnen afzetten op de internationale markt. In 2000 is daarom het Kimberley Proces van start gegaan. Daarin streven regeringen, de diamantindustrie en maatschappelijke organisaties naar een onafhankelijk certificeringssysteem dat ruwe diamanten een keurmerk ‘conflictvrij’ geeft.

Sinds juni 2003 mag een pakketje ruwe diamanten alléén nog met een officieel Kimberley certificaat de grens over en te koop worden aangeboden. Dit ‘keurmerk’ vertelt in welk land de diamanten zijn gedolven en moet garanderen dat de diamanten niet hebben bijgedragen aan een oorlog. Alléén de wettige regering van een diamantproducerend land mag het certificaat verstrekken. Op hun beurt controleren importerende landen de verzegelde pakketjes diamanten en de begeleidende certificaten.

3.5 Conflictvrije diamanten in de winkel?

De uitgave van certificaten en de controle bij de grens is dus een taak van regeringen. Maar het hele systeem werkt alleen als ook de diamantindustrie, die zich natuurlijk vooral bezig houdt met het eindproduct (geslepen diamanten), haar eigen verantwoordelijkheid neemt. In het Kimberley-certificeringssysteem is afgesproken dat de diamantindustrie zichzelf reguleert. Ze heeft beloofd alleen zaken te doen met landen die de regels na leven. Bij iedere inkoop en verkoop van ruwe en geslepen diamanten moet de verkoper een ‘conflictvrije-garantie’ afgeven op de factuur. Dit garantiebewijs moet in het jaarlijkse accountantsverslag worden opgenomen, zodat naleving van de nieuwe regels zoals afgesproken in het Kimberley Proces, controleerbaar wordt. Als een handelaar zich niet aan de regels houdt, kan zijn handelswaar worden geweigerd en kan hij uiteindelijk worden uitgesloten van de brancheorganisatie. In de praktijk is dit echter nog nooit gebeurd.

Nederlandse juweliers handelen nauwelijks direct met Afrika. Ze kopen vrijwel al hun diamanten geslepen en wel, zonder de oorsprong ervan te kennen of te controleren. Ook omdat het systeem tegen conflictdiamanten nog zo jong is, en de zelfregulering door de industrie in principe vrijwillig is, is het voor de meeste Nederlandse juweliers te ver van hun bed. De meeste zijn niet op de hoogte van het feit dat zij de conflictvrije keten in stand horen te houden. Dit betekent dat ze, bewust of onbewust, illegale conflictdiamanten in hun winkel kunnen hebben. De consument wéét dus op dit moment niet of het schitterende sieraad wat hij of zij koopt, wel gegarandeerd conflictvrij is.

3.6 Is ‘conflictvrij’ ook ‘schoon’?

Maar dit is nog niet alles. De zogenoemde ‘conflictvrije’ diamanten financieren dan weliswaar geen oorlogen, maar zijn ze daarmee ook ‘maatschappelijk verantwoord’? De

'garantie' van het Kimberley certificaat is dat de opbrengst van de diamanten niet naar een rebellenbeweging gaat. Dit zegt echter niets over de manier waarop diamanten zijn gewonnen of over wat de overheid vervolgens doet met de inkomsten. Terwijl dat, juist in de straatarme instabiele landen waar veel diamanten vandaan komen, cruciaal is.

In Sierra Leone, Angola en DRC heeft de oorlog plaatsgemaakt voor een wankelende vrede, maar het blijft de vraag of de inkomsten uit de diamanthandel iets oplevert voor de bevolking en in hoeverre nu kan worden gesproken van *fair trade* diamanten. Zo heeft het grootste diamantbedrijf ter wereld De Beers in Zuid Afrika en Namibië met scherp schietende gewapende beveiligingseenheden om haar mijnen staan. Het bedrijf betaalt haar personeel slecht en dwingt getrouwde mannen om zonder familie in erbarmelijke huisvesting opeengepakt te leven. In Botswana wordt de inheemse bevolking, de San of Bushmen, verdreven van hun land omdat er diamanten zouden liggen. Ook in het sinds kort enigszins vredige Angola worden tienduizenden mensen van hun land verjaagd omdat de regering het gebied heeft verkocht aan buitenlandse mijnbouwbedrijven. Er is dus nog genoeg te doen voordat diamanten daadwerkelijk 'maatschappelijk verantwoord' zijn.

3.7 Dan maar een boycot?

Een boycot van diamanten is geen oplossing. Veel landen zijn economisch afhankelijk van de diamanthandel. In landen waar diamanten op een verantwoorde wijze worden gewonnen, kan de handel de werkgelegenheid en economische groei bevorderen. Maar zelfs dan is er nog een lange weg te gaan naar sociale rechtvaardigheid.

3.8 Hoe verder?

De diamantindustrie kan bijdragen aan een uiteindelijk rechtvaardigere besteding van diamantinkomsten door een transparant en maatschappelijk verantwoord beleid te voeren. Het is immers ook in hun belang om het imago van de diamant zuiver te houden. Een duwtje in de rug kan hierbij zeker geen kwaad. Dit betekent dat zowel consumenten als juweliers moeten aandringen op meer informatie over het product dat ze kopen en verkopen, zodat ze weten dat ze met hun aankoop niet bijdragen aan conflict en uitbuiting.

Dit onderzoek is een stap op weg naar grotere bewustwording en verbetering van de situatie. We danken je hartelijk voor je medewerking.

3.9 Meer weten?

Kijk voor meer informatie over het Nederlands instituut voor Zuidelijk Afrika op www.niza.nl, voor meer informatie over de campagne Fatal Transactions en bloeddiamanten op www.fataltransactions.nl, of voor meer informatie over maatschappelijk verantwoord ondernemen op www.mvo-platform.nl.

Bijlage 3: Vragenlijst diamanten

Let op: laat de juwelier of medewerker zelf antwoorden. Lees de antwoorden **niet** voor.

1. Weet u uit welk(e) land(en) de diamanten die u in uw winkel verkoopt komen?

- Nee *Ga door naar vraag 4*
- Ja, namelijk... *Meerdere antwoorden mogelijk*
 - Zuid-Afrika
 - België
 - Namibië
 - Botswana
 - Rusland
 - Sierra Leone
 - Democratische Republiek Congo
 - Liberia
 - Angola
 - Anders, namelijk....

2. Weet u iets over de situatie in de diamantmijnen waar de diamanten in uw winkel vandaan komen?

(arbeidsomstandigheden, mensenrechten, kinderarbeid etc.)

- Nee *Ga door naar vraag 4*
- Ja, namelijk....

3. Hoe komt u aan deze informatie ?

- Van mijn leverancier
- Door eigen onderzoek
- Van televisie, radio, krant, tijdschrift
- Anders, namelijk.....

4. Weet u waar uw diamanten geslepen worden?

- Nee
- Ja, namelijk... *Meerdere antwoorden mogelijk*
 - Israël
 - Antwerpen
 - India
 - Anders, namelijk...

5. Krijgt u van klanten wel eens vragen naar de herkomst van diamanten?

- Nooit
- Soms
- Geregeld
- Heel vaak

6. Doet u zelf bij uw leverancier wel eens navraag naar de herkomst van diamanten ?

- Nooit *Ga door naar vraag 8*
- Soms
- Altijd

7. Weet uw leverancier waar zijn diamanten vandaan komen?

- Nee
- Ja
- Weet niet

8. Hoe weet u of een diamant 'schoon' is?

- Betrouwbare leverancier
- Edelstenen-certificaat of 'gemological certificate'
- EU import controle
- Geen idee
- Anders, namelijk....

9. Heeft u wel eens gehoord van conflictdiamanten of bloeddiamanten?

- Ja
- Nee *Leg uit wat een conflictdiamant is -zie box hiernaast- en ga door naar vraag 13*

10. Wat zijn conflictdiamanten volgens u? Meerdere antwoorden mogelijk

- Diamanten die komen uit conflictgebieden
- Diamanten waarvan de winning gepaard gaat met mensenrechtenschendingen
- Diamanten waarvan de opbrengst gebruikt wordt om een conflict te financieren
- Anders, namelijk

11. Hoe heeft u gehoord over conflictdiamanten? Meerdere antwoorden mogelijk

- Van het hoofdkantoor of de directie
- Toeleveranciers
- NL diamantenorganisatie (branche-organisatie), VNO/NCW, MKB
- World Diamond Council
- Opleiding
- Collega's
- Klanten
- Vakbladen
- Andere media, bijv. kranten, radio, TV
- Anders, namelijk....

12. Uit welke landen zijn conflictdiamanten afkomstig? Meerdere antwoorden mogelijk

- Angola
- Democratische Republiek Congo
- Siërra Leone
- Liberia
- Anders, namelijk....

Conflictdiamanten

Conflictdiamanten worden ook wel bloeddiamanten genoemd. Het zijn diamanten die bron en doel zijn van een burgeroorlog.

De laatste jaren is, in landen als Angola, de DRC en Siërra Leone, het verband tussen grondstoffenroof en langdurige gewapende conflicten steeds sterker duidelijk geworden. Vooral diamanten blijken een grondstof waarom hevig wordt gevochten.

Militaire groepen gebruiken de opbrengst van de geroofde diamanten vervolgens weer om wapens te kopen om de strijd voort te zetten.

13. Heeft u wel eens gehoord van het Kimberley proces?

- Ja
 - Ja, van gehoord, maar ik weet niet wat het is
- Leg uit wat het Kimberley proces is -zie de box hiernaast- en ga door naar vraag 14*
- Nee
 - Leg uit wat het Kimberley proces is -zie de box hiernaast- en ga door naar vraag 14*

Wat is volgens u het doel van het Kimberley process?

15. Vind u een wereldwijd systeem voor certificering van diamanten nuttig, en waarom wel of niet?

Meerdere antwoorden mogelijk

- Ja, omdat...
 - het onze plicht is de klanten eerlijk voor te lichten
 - we niet willen bijdragen aan gewapende conflicten
 - een certificaat als kwaliteitsgarantie dient
 - het systeem bijdraagt aan het positieve imago van de diamant
 - Anders, namelijk....
- Nee, omdat
 - het niet belangrijk is
 - het systeem nooit zal kunnen werken
 - Anders, namelijk...
- Weet niet

16. Kent u de World Diamond Council?

- Ja
- Nee

Weet u wat de zelfregulerings afspraak van juweliers is om de handel in conflictdiamanten tegen te gaan?

- Nee
 - Leg uit -zie box hiernaast-*
- Ja, namelijk...

Het Kimberley proces

De diamantindustrie is zelf met overheden en maatschappelijke organisaties om de tafel gaan zitten om over een certificeringssysteem voor diamanten te praten. Dit overleg, dat de eerste keer plaatsvond in Kimberley, Zuid Afrika, noemen we het Kimberley proces. De besprekingen hebben geleid tot concrete afspraken. De betrokken overheden (waaronder de Europese Unie) voerde in 2003 n.a.v. de afspraken **nieuwe wetgeving** in die bindend is voor de diamantindustrie. De wetgeving gaat vooral over de import en export van (ruwe) diamanten. Iedere diamant die de EU wordt in- of uitgevoerd moet vergezeld zijn van een **certificaat** dat de douane van het land waar de stenen zijn gedolven, heeft afgegeven.

Zelfregulering van diamantindustrie

De diamantindustrie erkende op het Wereld Diamant Congres van juli 2000 dat zij een morele en commerciële verplichting had in de strijd tegen conflictdiamanten. In 2002 verklaarden de Wereld Federatie van Diamant Beursen en de Internationale Diamant Producenten Associatie zich te willen inzetten om de handel in conflictdiamanten te beëindigen. Zij riepen de **World Diamond Council** in het leven die de gehele de diamantindustrie (van diamantmijn tot detailhandel) vertegenwoordigt bij het Kimberley Proces.

De diamantindustrie legde zichzelf, in ieder geval op papier, **drie taken** op met 'zelfregulering' als basis principe:

1. Er moet een gedragscode komen voor de aan- en verkoop van diamanten waardoor legale en illegale diamanten van elkaar worden gescheiden;
2. Er moeten schriftelijke verklaringen te komen op alle facturen, die consumenten garanderen dat zij een 'conflictvrije' diamant hebben gekocht. Juweliers moeten al deze facturen bewaren en jaarlijks laten controleren.
3. Alle werknemers worden op de hoogte gebracht van de Kimberley Proces

17. Kunt u uw klanten momenteel garanderen dat de diamant die zij kopen een 'schone' diamant is, waarmee dus geen oorlogen zijn gefinancierd en niet is bijgedragen aan mensenrechtenschendingen?

- Ja
- Nee
- Anders, nl...

18. Maakt u op uw facturen vermelding van het feit dat de diamant die u verkoopt 'conflictvrij' is?

- Nee
- Ja
- Anders, namelijk.....

19. Vraagt u uw leverancier om zo'n garantie?

- Nee
- Ja
- Anders, namelijk.....

20. Wat zouden de brancheorganisaties, toeleveranciers en de overheid in elk geval moeten doen voor een goede invoering van de Kimberley afspraken?

- Voorlichting aan juweliers
- Zorgen voor een betrouwbaar certificaat
- Informatiefolders
- Training aanbieden
- Publiciteit hierover
- Geen idee
- Anders, namelijk....

21. Wat zou u als juwelier concreet kunnen (of willen) doen voor 'maatschappelijk verantwoorde' diamanten?

- Aan de orde stellen bij brancheorganisatie
- Aan de orde stellen bij toeleveranciers
- Aan de orde stellen bij hoofdkantoor /directie
- Informatie zoeken
- Staf en klanten voorlichten
- Anders, namelijk.....

22. 'Fair trade' diamanten zijn diamanten waarvoor iedereen in het traject een eerlijke beloning heeft gekregen, die met zorg voor het milieu zijn gewonnen en waarvan de community profiteert. Als het mogelijk zou zijn om deze maatschappelijk verantwoorde 'fair trade' diamanten te verkopen, zou u die dan in uw winkel willen hebben?

- Nee, omdat...
- Ja
- Misschien, afhankelijk van...

23. Wat is de functie van de geïnterviewde

- Eigenaar/filiaalhouder/directeur
- Verkoper
- Assistent verkoper
- Anders, namelijk.....

24. Bent u lid van een brancheorganisatie?

- Nee
- Ja, namelijk...
 - Federatie Goud-Zilver
 - Nederlandse Juweliers Unie
 - Anders, namelijk...

25. Is uw bedrijf

- onderdeel van een keten
- onafhankelijk
- Anders, namelijk...

Naam, adres bedrijf (optioneel)