

Editorial

Zurückhaltung ist notwendig, aber gefährlich

Neigt sich das Jahr seinem Ende zu, ist es Zeit für unseren Gold'Or-Rückblick. Bevor unsere Autorin jeweils mit dem Schreiben beginnt, lassen wir die vergangenen Monate in der Redaktion Revue passieren. Ganz ehrlich, dieses sogenannte Brainstorming hat schon mehr Spass gemacht. Der aktuellen politischen und wirtschaftlichen Lage ist wenig Gutes abzugewinnen. Die Schmuck- und Uhrenbranche hat uns 2016 glücklicherweise zahlreiche erfreuliche, aber auch ein paar besorgniserregende Themen beschert (S. 10).

Nach schwachen Monaten besteht die Hoffnung auf ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft, wir haben mit vier Branchenmitgliedern darüber gesprochen (S. 6). Wie dieses auch ausfallen wird, viele Unternehmer werden ihren Gürtel 2017 enger schnallen. Sie müssen sich fragen, wie sie sich richtig positionieren und gegenüber der Kundschaft attraktiv bleiben können. Sie müssen genau planen und budgetieren.

Diese Zurückhaltung war an der Gemworld in München zu spüren. Viele Aussteller berichteten wehmütig von den Messeerfolgen

vergänger Jahre. Während es früher Gang und Gäbe gewesen sei, etwas Schönes fürs Lager zu erstehen, liege das heute kaum mehr drin. Meist wird das eingekauft, was die Kundschaft aktuell verlangt (S. 55).

Experten erachten diese Entwicklung im Steinhandel als gefährlich: Sollte dieses Einkaufsverhalten zum

Standard werden, funktioniere der traditionelle Handelsmechanismus nicht mehr. Auf die sinkende Nachfrage reagieren die Minen mit gedrosselter oder gar eingestellter Produktion, das Angebot wird kleiner, die Preise steigen und die Margen werden

geringer. Während einige Minen aktuell wenig produzieren, sind andere bereits erschöpft, wie im Fall der Paraiba-Turmaline aus Brasilien. Wunderschöne Stücke gab es in München dennoch zu bestaunen – sie kommen aber aus den Lagern gewisser Händler in Idar-Oberstein.

Tanja Wenger

Heute liegt es kaum mehr drin, etwas Schönes fürs Lager zu erstehen.



La retenue est nécessaire, mais dangereuse

Alors que l'année touche à sa fin, il est temps de jeter un regard rétrospectif et notre rédaction a passé en revue les mois qui viennent de s'écouler. Si la situation politique et économique ne se présente guère sous un jour favorable, la branche de la bijouterie et de l'horlogerie nous a heureusement transmis en 2016 de nombreux signes positifs, malgré quelques sujets de préoccupation.

A l'issue d'une période morose, l'espoir repose en grande partie sur les ventes de fin d'année. Nous avons évoqué ce thème avec quatre membres de la branche (p. 6). En fonction des résultats, diverses entreprises prévoient de resserrer la ceinture d'un cran en 2017. Elles se demandent quelle position adopter afin de conserver leur attractivité face à la clientèle et élaborer à cet effet des planifications et des budgets extrêmement précis.

Cette retenue était également perceptible lors du salon Gemworld de Munich. Nombre d'exposants se souvenaient avec nostalgie des succès enregistrés lors des éditions précédentes. S'il était courant naguère d'acheter de belles pièces pour ses stocks, rares sont les

opérateurs qui peuvent encore se permettre un tel luxe. Désormais, ils acquièrent essentiellement des objets susceptibles de répondre aux désirs actuels de la clientèle.

Aujourd'hui, rares sont les entreprises qui peuvent se permettre d'acheter de belles pièces pour leurs stocks.

Les experts considèrent que cette évolution est dangereuse pour le négoce des gemmes. Si ce comportement se généralisait, les mécanismes traditionnels du commerce cesseraient de fonctionner. Les mines réagissent à la baisse de la demande en diminuant ou en

interrompant leur production. En conséquence, l'offre se réduit, les prix augmentent et les marges menacent de s'effondrer. Si certaines mines travaillent au ralenti, d'autres sont déjà épuisées, à l'image des tourmalines Paraiba du Brésil. Il était pourtant possible d'en admirer de superbes exemplaires dans la capitale bavaroise, mais ils provenaient des réserves de négociants établis à Idar-Oberstein.

Tanja Wenger

Inhalt / Sommaire

03 Editorial

06 News

09 Trade

- 09 Wettbewerb / Concours
- 10 2016 war ein bewegtes Jahr
- 12 Messekalender 2017
- 14 Der Messeberater der Inhorgenta im Interview
- 15 Newcomer und Exklusives an der Ornaris
- 15 Neue Konzepte an der Ambiente
- 16 La Branche en images: Nyon & Rolle
- 18 Focus Design & Accessoires



Focus
Design & Accessoires 18

26 Cover Story

- 26 Brogioli – Tradition und modernste Technologie
- 27 Auch kleine Ateliers können profitieren
- 28 Brogioli – précision, tradition et technologie moderne
- 29 De nombreux avantages, également pour les petits ateliers



Cover Story
Brogioli 26

30 Jewellery

- 30 Techniken entdecken und vertiefen: Metalle falten
- 32 Goldschmiedegespräch mit Silvia Fischer, Goldschmiede Dielsdorf
- 34 Spot on: Der „Bachelor“ bei Eveline Frischkecht
- 35 Beisteckringe als Zugaben mit Charakter
- 36 Marie-Hélène de Taillac pour Baccarat
- 38 Die Diamond Group blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück
- 39 Designbühne Frankfurt, Teil 2

40 Watches

- 40 L'année horlogère 2016: bilan et perspectives
- 42 Die Goldenen Zitronen
- 44 Mechanische Uhrwerke aus China



Trade
Messekalender 12



Watches
L'année horlogère 40

- 46 Die Sportuhr Suunto Spartan
- 47 La montre de sport Suunto Spartan
- 48 Chinas erste transistorgesteuerte Uhr
- 49 Meisterliches aus Schramberg

50 VSGU

- 50 Rückblick aufs vergangene Verbandsjahr
- 50 Vieles erreicht
- 52 Une année comme les autres?
- 52 De nombreux objectifs atteints

54 Stones

- 54 Diamond News
- 55 Die Gemworld entwickelt sich
- 56 Mabé-Perlen – das Revival einer vergessenen Art
- 58 SSEF analysiert mit neuer Methode
- 60 Les coffrets du bonheur

62 Special

- 62 Soudure du métal au plastique
- 63 Hochentropie-Legierungen sind überlegen
- 64 Roger Riehls Synchronar
- 66 Mein Stil: Andrea Ricklin

70 Inserentenverzeichnis

70 Impressum

FINE JEWELRY
BRAND OF THE YEAR

FASHION JEWELRY
BRAND OF THE YEAR

DESIGNER OF THE YEAR

WATCH DESIGN OF THE YEAR

RETAILER OF THE YEAR

BEST PIECE OF JEWELRY
PUBLIKUMSPREIS

SAVE
THE DATE:
19. FEBRUAR
2017

INHORGENTA AWARD 2017



INHORGENTA.COM

INHORGENTA
MUNICH
INDIVIDUAL. INSPIRING. INNOVATIVE.

Jetzt anmelden / Inscrivez-vous dès maintenant

Schweizer Goldschmiede-Meisterschaft 2017 in Design und Technik
Championnat Suisse des Bijoutiers 2017 Prix Design et Prix Technique

Anmeldeschluss / Fin des inscriptions: 21. Dezember 2016

Anmeldeformular unter / Inscription en ligne sous:
www.smgold.ch

Brack & Gut AG, Marktgasse 39, 8400 Winterthur, info@brack-gut.ch

Platinsponsor

altmanncasting

Edelmetall-Präzisionsguss
Fonte de précision de métaux précieux

Goldsponsoren

BIJOUTIL
www.bijoutil.ch



Weitere Sponsoren
Frischknecht-Frühauf AG
diadoro schmuck design ag
Leo Marty AG

GYR
EDELMETALLE AG

FRIEDEN
Since 1898 Switzerland

VSGU
Verband
Schweizer
Goldschmiede
und Uhrenfachgeschäfte

Mediensponsor
GOLDOR

Branchen- stimmen Echos de la branche

Was erwarten Sie vom bevorstehenden Weihnachtsgeschäft?

Qu'est-ce que vous attendez des affaires de Noël?

Eine Prognose zu machen ist sehr schwierig. Wir hatten kein schlechtes Jahr und erhoffen uns, dass auch die Festtage noch etwas bringen. Heute Morgen wurde im Radio gesagt, dass Schmuck schenken momentan nicht in sei. Das ist natürlich Quatsch, aber viele Leute glauben den Medien solche Behauptungen einfach. Vor dem ersten Adventswochenende präsentieren wir unsere Schmuckstücke jeweils an einer Ausstellung. Zudem gibt es im Dorf noch den Anlass „Einkaufen im Lichtermeer“, der jedes Jahr viel Publikum anzulocken vermag. Auch wenn an den Anlässen selber nicht sehr viel verkauft wird, so kommt erfahrungsgemäss doch der eine oder andere Kunde später zurück und lässt sich abseits des Rummels beraten.

Benno Heinzer, Goldschmiede Benno Heinzer, Schwyz

«Nous sommes plutôt positifs pour la fin de l'année. L'atelier de création tourne à 100 pour cent pour livrer nos créations à temps et proposer des nouveautés dans nos vitrines. Pour l'horlogerie et les marques de bijoux que nous proposons, le gros boom démarre vraiment les quinze derniers jours et certainement que nos ventes seront bonnes à l'instar des années précédentes.»

Valérie Gillet, Gillet Bijoutier Joaillier, Yverdon-les-Bains

Wir erwarten natürlich das Beste, aber meine Gefühle sind sehr gemischt. Mit dem Internet wird es immer schwieriger und zudem gehen viele für ihre Einkäufe ins benachbarte Ausland. Die Leute informieren sich heute im Netz, sehen sich beispielsweise alle Modelle einer Uhrenmarke an und wissen schliesslich gar nicht mehr, was sie eigentlich wollten. Dann kommen sie ins Geschäft, lassen sich ausführlich beraten, probieren die Preise zu drücken und ziehen oft ohne etwas zu kaufen wieder von dannen. Während der Adventszeit gibt es in Aarau zwei Sonntagsverkäufe. Da machen wir mit und laden unsere Kunden zum Apéro ein. Das wird sehr geschätzt. Schön ist es natürlich, wenn sich diese Leute auch während des Jahres an uns erinnern.

Silvia Bolliger, Bolliger Schmuck & Uhren, Aarau

«C'est très difficile à dire. L'année dernière on avait fait des très bonnes affaires de Noël. Je suis dès lors optimiste. Mais normalement les ventes de Noël ne sont plus du tout comparables à celles d'il y a dix ans. Ce n'est pas que l'intérêt des gens pour des bijoux aurait diminué. Globalement je suis contente avec mes ventes. Mais en général je constate que les gens dépensent de moins en moins d'argent pour des cadeaux de Noël et les montants par achat ont également baissé.»

Valentine Cruchon, Bijouterie Valentyn, Lausanne

Der Ehering am Hals

Viele Leute können während der Arbeit oder beim Sport keinen Schmuck tragen. Den Ehering einfach lieblos an einer Kette um den Hals legen, findet Ramona Matthaei vom Atelier Kairos in Zürich schade „und zudem sieht das doch ziemlich sch... aus“, sagt die innovative Goldschmiedin. Also hat sie sich Gedanken gemacht, wie das Problem bewältigt werden könnte und hat kurzerhand einen Ring-Anhänger erfunden. Damit ist die unglückliche Situation ein für alle Mal aus dem Weg geräumt. Der Anhänger ist gar eine doppelte Lösung: Einerseits ist das im gotischen Stil entworfene Silber-Teil zusammen mit dem Ring aus Kautschuk ein schmückender Blickfang und andererseits wird der Anhänger zum nützlichen Helfer, sobald man seinen Ring darin befestigen will. (red.)



Schmuck und praktisch: Der neue Ring-Anhänger von Ramona Matthaei.

Klassische Marke mit modernem Konzept

Votum hat Jahrgang 1962 und steht für mechanische Herrenuhren. Nun ist die klassische Marke auf moderne Art neu lanciert worden. Zu Laufen kam das Projekt auf der Crowdfunding-Plattform www.kickstarter.com. „The Revival of Votum Swiss Mechanical Watches“ erhielt dort ein Startkapital von rund 32'000 Schweizer Franken. Hinter der Neulancierung der alten Bieler Marke steht die Fashiontime AG aus Nidau bei Biel, die auch die Marke a.b.art vertreibt. Sie will die mechanischen Herrenuhren in enger Zusammenarbeit mit ausgewählten Fachhändlern sowohl im Geschäft wie auch online anbieten. Die ersten Modelle sind seit Ende November lieferbar. (twf)

Info
www.votumwatches.ch



Das Modell Elegance der Bieler Uhrenmarke Votum.

Ferdinand Berthoud erhält Goldenen Zeiger

Mit dem Hauptpreis des diesjährigen Grand Prix d'Horlogerie de Genève (GPHG) ist am 10. November das Modell „Chronomètre Ferdinand Berthoud FB 1“ der Marke Ferdinand Berthoud ausgezeichnet worden. Diese wurde 2015 von Chopard-Präsident Karl-Friedrich Scheufele neu lanciert. Sie geht zurück auf den im Val-de-Travers im heutigen Kanton Neuenburg geborenen Uhrmacher Ferdinand Berthoud (1727-1807), der für den französischen König Ludwig XV und dessen Nachfolger Ludwig XVI Uhren herstellte und sich bei der Fertigung von Marinechronometern hervortat. Das ausgezeichnete Modell ist mit einem Handaufzugkaliber ausgestattet, das über einen speziellen Kette-Schnecke-Antriebsmechanismus sowie ein Tourbillon verfügt. Insgesamt sind am GPHG Uhren in 16 Kategorien ausgezeichnet worden. Alle preisgekrönten Uhren sind auf der Webseite des GPHG detailliert beschrieben. (mw)



Die mit der „Aiguille d'Or“ ausgezeichnete Uhr der Marke Ferdinand Berthoud.

Info
www.gphg.org

L'Aiguille d'Or décernée à Ferdinand Berthoud

L'Aiguille d'Or, le prix principal du Grand Prix d'Horlogerie de Genève (GPHG) a été attribuée le 10 novembre à la marque Ferdinand Berthoud pour le modèle «Chronomètre Ferdinand Berthoud FB 1». La marque a été relancée en 2015 par Karl-Friedrich Scheufele, le président de Chopard. Au 18e siècle, la marque avait été fondée par l'horloger Ferdinand Berthoud (1727-1807) d'origine du Val-de-Travers, dans l'actuel canton de Neuchâtel, qui fabriquait des montres pour les rois de France Louis XV et Louis XVI et qui se distinguait notamment par la fabrication de chronomètres de marine. Le calibre FB-T.FC de la montre primée est doté d'un système de régulation à force constante, à transmission fusée chaîne suspendue. La montre dispose également d'un tourbillon à basse fréquence. En tout, le jury du GPHG a décerné des prix dans 16 catégories. Tous les modèles primés sont décrits en détail sur le site web du GPHG. (mw)

Informations
www.gphg.org



Karl-Friedrich Scheufele, président de Chronométrie Ferdinand Berthoud, lauréat du Grand Prix de l'Aiguille d'Or 2016.



SENSITIVE

Antiallergische Ohrschmuck-Kollektion

Fordern Sie weitere Informationen an oder vereinbaren Sie einen persönlichen Termin:

zanella ♦

Zanella Fashion + Design GmbH
Tel. 041 781 10 00 | www.zanellagmbh.ch

Bijoux d'orient lointains

La Fondation Baur à Genève nous dévoile la richesse et la diversité des cultures des royaumes d'Arabie à l'Inde dans une exposition intitulée «Bijoux d'Orient Lointains», qui durera jusqu'au 26 février 2017. Plus de 300 pièces révèlent des civilisations disparues ou un univers symbolique menacé d'oubli. Bijoux des Royaumes des sables du Yémen, de l'Oman et des hauts plateaux de l'Arabie saoudite introduisent le visiteur dans ce périple grâce à des pièces provenant de l'époque sabéenne (VIIe av.-IIIe siècle apr. J.C.). Ensuite, ce sera l'Inde du Sud, les Empires oubliés de l'Asie du Sud-est à l'Extrême-Orient (Birmanie, Cambodge, Thaïlande et Viêt Nam). Le voyage se termine par la magnificence des bijoux des îles aux épices: l'Indonésie et les Philippines. Un catalogue accompagne l'exposition. Animations culturelles voir: www.fondation-baur.ch/fr/activites-culturelles. (cdv)

Info
www.fondation-baur.ch



Collier Yémen, or et pâte de verre, époque sabéenne (VIIe av.-IIIe s. apr. J.C.).

Ouvrez, Ouvrez la cage aux oiseaux!

La chronométrie-joaillerie A l'Émeraude réalise des bijoux exclusifs pour une clientèle exigeante. Si l'enseigne lausannoise est extrêmement connue pour son horlogerie de luxe et ses précieux conseils, Marina Kremers aime se garder son pré-carré joaillier. Elle dessine, choisit les pierres et collabore avec ses chefs d'ateliers à Lausanne et



Les oiseaux, peut-être des colibris verts et bleus (rhodium de couleur), semblent prêts à s'envoler dès que la précieuse porte s'ouvrira.

Genève pour la réalisation de bijoux qui sortent de l'ordinaire. Actuellement, dans ses vitrines deux pièces uniques: une bague et une paire de boucles d'oreilles en or rose 750, diamants et rhodium de couleur représentant des cages à oiseaux. Ce sont toujours les femmes qui ont la tentation de les ouvrir! La précédente se nommait Jeanne Toussaint, directrice artistique de Cartier. Il est vrai que c'était en 1945. (cdv)

La société Roxer quitte Baselworld

Céline Paroz a choisi la célébration des 60 ans de son entreprise pour faire une annonce qui, à coup sûr, fera date. La directrice et propriétaire de Roxer, spécialiste suisse du test d'étanchéité pour les montres, a décidé de ne plus exposer à Baselworld dans les halles réservées aux sous-traitants et fournisseurs de machines, et ce à partir de 2017 déjà. Les quelque 100'000 francs ainsi économisés seront réinvestis sur l'EPHJ, où l'entreprise Chaux-de-Fonnière est présente depuis 15 ans. «Je pense que nous devons laisser travailler nos clients pendant la foire de Bâle afin de les retrouver à l'EPHJ quelques mois plus tard avec des projets concrets à réaliser, a souligné la directrice. Nous allons d'ailleurs redessiner notre stand pour la prochaine édition du salon genevois afin de les y retrouver dans une nouvelle ambiance.» Cette décision a été rendue publique lors de la cérémonie d'anniversaire de Roxer, le 28 octobre dernier à La Chaux-de-Fonds. Fondée en 1956, Roxer est aujourd'hui une référence mondiale du contrôle d'étanchéité et de la pose d'aiguilles. (fe)



La machine de test d'étanchéité «Aquavac» de Roxer.

Les annonces
publiées dans

GOLD'OR

possèdent un
fort impact!

Demandez nos données média: info@goldor.ch



1

Leser-Wettbewerb

Welche Titelseite gefällt Ihnen am besten?

Mit dieser Dezemberausgabe und pünktlich zur kalten, besinnlichen Jahreszeit ist es wieder soweit: Wir möchten wissen, welche Titelseite Ihnen 2016 am besten gefallen hat. Geben Sie Ihre Stimme den Ringen von Furrer Jacot, die in der Skizze auf dem Januar-Cover zu sehen waren? Oder bevorzugen Sie eine Gold'Or-Ausgabe mit einer Uhr? Dann stimmen Sie für Februar, März oder

Oktober. Zur Auswahl stehen weitere schöne Schmuckstücke oder auch etwas abstraktere Motive wie das „Uhrwerk-Pferd“ von Ronda, das edle Leder von Hirsch oder Brogioli's Gussbäume auf der aktuellen Titelseite. Schauen Sie sich alle nochmals in Ruhe an und geben Sie uns Bescheid. Unter allen Teilnehmenden verlosen wir eine Uhr.



2



3



4



5



6



7



8



9



10

Wettbewerb / Concours

Nennen Sie uns Ihre Lieblings-Titelseite 2016 und gewinnen Sie diese Armbanduhr der Marke a.b.art im Wert von 300 Schweizer Franken in der Farbe Ihrer Wahl. Serie DL mit Edelstahlgehäuse, Saphirglas und Schweizer Quarzwerk. Wir freuen uns auf zahlreiche Nachrichten per Mail an info@goldor.ch.

Indiquez-nous la page de couverture que vous avez préférée en 2016 et gagnez cette montre-bracelet de la marque a.b.art d'une valeur de 300 francs suisses dans la teinte de votre choix. Série DL avec boîtier en acier inoxydable, verre saphir et mouvement à quartz suisse. Nous sommes impatients de lire vos messages à notre adresse e-mail info@goldor.ch.



Who

Das Grenzwachtkorps St. Gallen

hatte im März einen 35-jährigen Serben beim Grenzübergang Au verhaftet. Es handelt sich bei der Person um ein Mitglied der Verbrecherbande „Pink Panther“, die seit zehn Jahren vor allem in Westeuropa in Form von bewaffneten Überfällen auf Bijouterien ihr Unwesen treibt. Der Täter soll bei drei Überfällen im Raum Zürich mitgewirkt haben: bei jenem auf die Zürcher Gübelin-Filiale (Mai 2010), bei jenem auf Juwelier Türler (April 13) und bei jenem auf die Bijouterie Harry Hofmann (Februar 2015). Durch die Festnahme erhofft man sich weitere Rückschlüsse auf die Funktionsweise der Gaunerbande: „Er ist sicher kein kleiner Fisch“, so der zuständige Zürcher Staatsanwalt Roland Wolter. Ob der Täter aber „plaudern“ wird, ist unwahrscheinlich, andernfalls droht ihm nach der Haft ein Racheakt der Bande. Das Gerichtsurteil wird aber in jedem Fall hoch ausfallen. Ende Januar wurde ein 38-jähriger Serbe vom Zürcher Obergericht zu elf Jahren Haft verurteilt. Ihm konnte eine Beteiligung an den Überfällen auf Gübelin (Mai 2010) sowie auf die Bijouterie Hannibal in Schaffhausen (März 2011) nachgewiesen werden.

Le corps des garde-frontières, Saint-Gall

a arrêté en mars un ressortissant serbe de 35 ans alors qu'il franchissait la frontière. Il s'agit d'un membre présumé de la bande criminelle des «Pink Panthers», qui se livre depuis une dizaine d'années au brigandage en attaquant des horlogeries-bijouteries, essentiellement en Europe de l'Ouest. Cet individu aurait pris part à des braquages perpétrés dans la région de Zurich qui avaient notamment pour cible la succursale zurichoise de Gübelin (mai 2010), l'horlogerie Türler (avril 2013) et la bijouterie Harry Hofmann (février 2015). Grâce à cette arrestation, la police espère découvrir de nouveaux indices sur le mode de fonctionnement de la bande. «Ce n'est de toute évidence pas un petit poisson», a déclaré Roland Wolter, le procureur zurichois en charge du dossier. Il est cependant peu probable que le prévenu soit disposé à collaborer avec la justice helvétique, car il s'exposerait ainsi à un acte de vengeance à sa sortie de prison. Dans un cas comme dans l'autre, il ne peut guère tabler sur la clémence des juges. A la fin janvier, un autre ressortissant serbe de 38 ans a été condamné par les tribunaux d'instance de Zurich à onze années de réclusion après que sa participation a été démontrée aux hold-up commis contre Gübelin (mai 2010) ainsi que contre l'horlogerie-bijouterie Hannibal à Schaffhouse (mars 2011).

Friends of Carlotta, Zürich,

die Galerie für zeitgenössischen Schmuck am Neumarkt 22, zeigt auch dieses Jahr zur Weihnachtszeit ihre Ausstellung unter dem Titel „Ho! Ho! Ho!“. Ausgestellt sind Kreationen von 65 Schmuckdesignern aus dem In- und Ausland. Die Ausstellung ist noch bis am 24. Dezember zu sehen. Weitere Informationen unter www.foc.ch.

Friends of Carlotta, Zurich,

la galerie dédiée aux bijoux contemporains située Neumarkt 22, organise cette année également une exposition spéciale sous le titre «Ho! Ho! Ho!» pendant la période de Noël. Elle met en lumière les travaux de 65 designers en bijouterie suisses et étrangers. Le vernissage s'est tenu le 5 novembre et la présentation est visible jusqu'au 24 décembre. Informations complémentaires sur www.foc.ch.

Themen-Rückblick 2016

Ein bewegtes Jahr für alle

Schon wieder geht's mit grossen Schritten dem Jahresende entgegen. Schlagworte wie Trump, Brexit, Attentate von Fundamentalisten und Flüchtlingsströme haben 2016 geprägt. Auch in unserer Branche hat sich viel bewegt. Wir blicken zurück:

Die Stimmung in unserer schönen Branche könnte wahrlich besser sein. Rekordgewinne werden im laufenden Jahr wohl eher selten erzielt. Der Fachhandel musste sich weiterhin mit dem starken Franken arrangieren, der auch bewirkt hat, dass weniger Touristen in die Schweiz kommen und die, die kommen, weniger Geld für Luxusgüter ausgeben. Auch die Exportzahlen in der Uhrenbranche schmelzen dahin – so wie unsere Gletscher, die zwar ein ganz anderes, aber nicht weniger aufwühlendes Thema darstellen.

Eine der unerfreulichsten Nachrichten hat uns kurz vor der Eröffnung der Baselworld erreicht: der Konkurs der Giesserei Eichenberger AG und ihrer Tochter Auer Casting SA. Nur wenige Monate nach dem Aus der Carl Schaefer (Schweiz) AG musste ein weiteres Schweizer Traditionsunternehmen der Branche zahlreiche Leute auf die Strasse stellen und Kunden und Partner nahmen finanziellen Schaden. Das schwierige wirtschaftliche Umfeld war denn auch an der weltweit grössten Uhren- und Schmuckmesse in Basel deutlich zu spüren (Gold'Or 4/16). Dies obwohl die Organisatoren und die grossen Uhrenmarken alles daransetzten, den Schein zu wahren. Die Bilanz der kleineren und mittelgrossen Aussteller fiel gemischt aus.



Auch die diesjährige JGF in Freiburg vermochte nicht genügend Besucher anzulocken, daher wurde sie nach dem dritten Auftritt eingestellt.

Dritte war letzte Austragung

Für viele war es keine grosse Überraschung, als kurz darauf die JGF Europe, die parallel zur Baselworld in Freiburg im Breisgau eine Uhren-, Stein- und Schmuckmesse durchgeführt hatte, mitteilte, dass dies die dritte und letzte Austragung gewesen war. Wir berichteten in der Gold'Or 6/16 darüber. Geringe Besucherzahlen galten von Anfang an als die Herausforderung der jungen Messe, hinter der die renommierte asiatische Veranstalterin UBM stand. In der gleichen Ausgabe berichteten wir auch, dass die Firma Frieden Creative Design in Thun das Perlengeschäft an den Konkurrenten Schoeffel verkauft hat. Die Übergabe fand Anfang Juni statt. Wie Inhaber Thomas Frieden kommentierte, liegt der Fokus des Traditionsunternehmens nun auf Schmuck mit Diamanten und Farbsteinen.

Ein schöner Zufall war, als wir an der Inhorgenta in München den deutschen Uhrenexperten Thomas Gronenthal getroffen haben, der uns nun regelmässig mit Beiträgen zu Uhrenfälschungen (Gold'Or 5/16, 7/16 und 8/16) beliefern wird.

Erfolgreiche Übergaben

Immer wieder vernehmen wir, dass die Suche nach einer Nachfolge für eine Bijouterie oder ein Goldschmiedeatelier erfolglos blieb. Umso schöner ist es, wenn wir Geschichten erfahren, in denen dies positiv verläuft. So durften wir beispielsweise in der Ausgabe 2/16 über den „glücklichen Rollentausch“ bei der Bijouterie Saner in Bremgarten berichten. 1997 übernahm Elisabeth Bruggisser das Geschäft, in dem sie Jahre zuvor schon

ihre Lehre absolviert hatte. 19 Jahre später konnte sie das Geschäft Jasmin Mach übergeben, einer langjährigen Mitarbeiterin, die ebenfalls dort ihre Ausbildung genossen hatte.

In der Ausgabe 3/16 durften wir gleich nochmals eine ähnliche Geschichte publizieren, dabei ging es um den renommierten Goldschmied Peter Gschwind aus Basel, der sein Atelier seinem ehemaligen Lehrling Simon Etter übergeben konnte.

Über den Tellerrand hinaus

Eine grosse Bereicherung für unsere Fachzeitschrift sind auch die zahlreichen Beiträge unserer freien Autoren. Wir sind jetzt schon gespannt, mit was für informativen und unterhaltsamen Texten und Bildern sie uns im kommenden Jahr beliefern werden. Wir haben uns auch angewöhnt, ein bisschen öfter über den Tellerrand hinauszugucken, sei dies mit der Stilikone Luisa Rossi, die uns vor jeder neuen Jahreszeit auf lockere Art und Weise verrät, was in Sachen Mode und Accessoires angesagt ist oder mit der Serie „Mein Stil“ in der uns Branchenmitglieder ganz Persönliches von sich verraten.

Wir wollen noch weitergehen, nämlich über die Landesgrenzen hinaus. Darum heisst unsere neue Serie „Goldschmiede im Ausland“. In der Gold'Or 8/16 haben wir mit Goldschmied Hans Brumann, der seit einem halben Jahrhundert in Manila, der Hauptstadt der Philippinen lebt und arbeitet, damit angefangen. In der Ausgabe 9/16 durften wir den Luzerner Goldschmied Patrik Muff porträtieren, der seine Heimat vor über 30 Jahren verlassen und sich in München mit seinen aussergewöhnlichen Schmuckkreationen einen Namen gemacht hat. Das Echo auf diese neue Serie ist sehr positiv ausgefallen, was uns natürlich freut.



Goldschmied Patrik Muff hat sich mit seinem extravaganten Schmuck in seiner Wahlheimat München einen Namen gemacht.



Nicht immer klappt es so schön: Elisabeth Bruggisser (links) konnte die Bijouterie Saner in Bremgarten ihrer Mitarbeiterin Jasmin Mach übergeben.

dem wir nachgehen und über das wir berichten könnten. Wir freuen uns immer über Anregungen und Feedbacks, aber auch Kritik bringt uns weiter. Ihre Meinung ist uns wichtig!

Daniela Bellandi

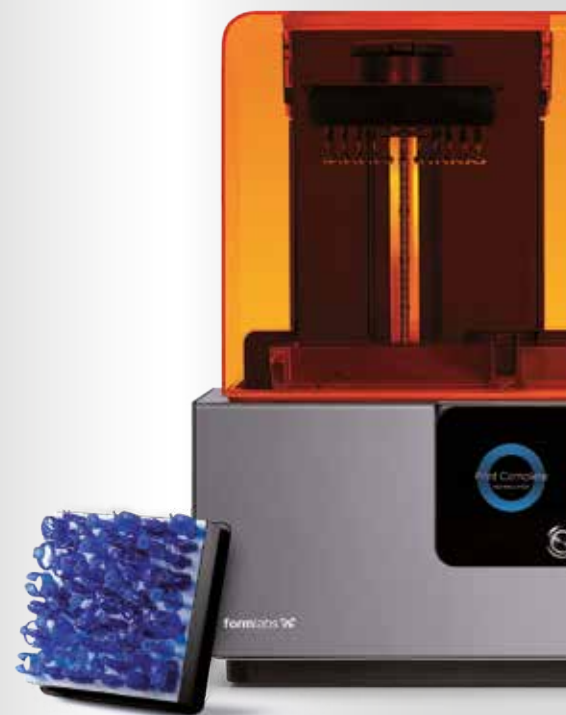
Stark ins neue Jahr

In der Gold'Or 9/16 haben wir bei den grossen verbleibenden Schweizer Giessereien Altmann und Brogioli nachgefragt, wie sie mit den Gussformen umgehen. In der aktuellen Ausgabe dreht sich die Titelseite um die Brogioli Casting Edelmetallguss AG. Daraus ist zu erfahren, dass die beiden traditionellen Firmen investiert haben und den Schweizer Markt abdecken können. Zudem bieten noch ein paar kleinere Unternehmen Dienstleistungen dieser Art an. Bleibt zu hoffen, dass sie alle stark ins neue Jahr rutschen können.

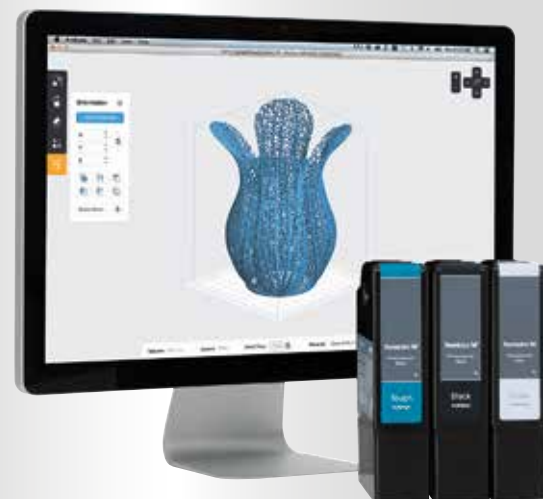
Zum Schluss möchten wir Sie, liebe Leserinnen und Leser, wieder einmal dazu auffordern, uns mitzuteilen, wenn Sie ein Thema beschäftigt,

Werkzeuge & Maschinen
Outils & Machines
Schweiss- & Gravierlaser
Laser de Soudage et Marquage
3D Rapid Prototyping
3D Prototypage Rapide
Fournitures
Apprêts
GRS-Generalvertretung für Europa, Russland & Nordafrika
Distributeur général GRS pour Europe, Russie & Afrique du Nord
Vertrieb
Vente
Service
Entretien
Schulung
Formation
Finanzierung
Financement

Hochleistungs-3D-Drucker *Imprimantes 3D performantes.*



formlabs



Haben Sie Fragen?
Avez-vous des questions ?

044 818 18 18

Wir beraten Sie gerne.
Nous sommes heureux de vous conseiller.

(artSUPPORT)

TOOLS AND EQUIPMENT

Artsupport GmbH
Glattalstrasse 222 | Postfach
CH-8153 Rümlang
info@artsupport.ch
www.artsupport.ch

2017

Messekalender

Von Genf bis Basel, von Bern bis Zürich, von München bis Frankfurt, oder wie einst Marco Polo, von Italien (Vicenza) bis Asien (Bangkok, Hongkong) bieten sich Ausstellern und Einkäufern auch im Messejahr 2017 zahlreiche Möglichkeiten, der Branche aus nächster Nähe den Puls zu fühlen. Nirgends ist es so einfach, Neuheiten anzupreisen, zu begutachten und zu bestellen, wie auf Messen.

15. bis 17. Januar / 20. bis 22. August

Ornaris, Zürich / Bern

Die Ornaris ist die grösste Konsumgütermesse der Schweiz. Sie findet im Januar in Zürich-Oerlikon und im August auf dem Bernexpo-Gelände statt. In Bern werden je rund 10'000 Fachbesucher und 400 Aussteller erwartet. Der Schmuckbereich zählt zu den etablierten Messebereichen mit 40 bis 50 Ausstellern. Die Berner Ornaris findet 2017 eine Woche später, sprich nach den Sommerferien statt.

Info
www.ornaris.ch

15. bis 20. Januar

Swiss Independent Watchmaking Pavilion (SIWP), Genf

Seit 2015 findet im Casino Du Lac diese Messe für kleine und unabhängige Uhrenhersteller statt. Dabei sind Namen wie Antoine Preziuso oder Vincent Calabrese, ebenso der Prix-Gaïa-Gewinner Vianney Halter. Organisator Amarildo Pilo erwartet rund 20 Marken: Die Messe beginnt am Sonntag um 19 Uhr mit einem Cocktailempfang mit rund 500 Besuchern. Montag bis Freitag ist sie von 9 Uhr morgens bis 9 Uhr abends geöffnet.

Info
www.swiss-pavilion.com

16. bis 20. Januar

SIHH, Genf

Stelldichein der Schweizer Haute-Horlogerie im Genfer Palexpo. Zu den elf Richemont-Uhrenmarken, sowie zu Audemars Piguet, Parmigiani, Richard Mille und Greubel Forsey, stossen 2017 Ulyssee Nardin und als Rückkehrer Girard-Perregaux. Der bereits 2016 eingeführte „Carré des horlogers“ mit kleineren Herstellern wird um Grönefeld, MCT, Ressence, Romain Jerome und Speake-Marin auf dreizehn Marken erweitert, nicht mehr dabei ist De Bethune.

Info
www.sihh.org

20. bis 25. Januar / 23. bis 27. September

Vicenzaoro, Vicenza (I)

Zweimal jährlich, im Januar und im September, sind in Italiens Schmuckhauptstadt Vicenza die Neuheiten und Highlights der vorwiegend italienischen Schmuckmarken und -hersteller zu entdecken. Im Januar findet zudem zeitgleich zur Vicenzaoro die Werkzeug- und Maschinenmesse „T Gold“ statt.

Info
www.vicenzaoro.com

10. bis 14. Februar

Ambiente, Frankfurt am Main (D)

Mit 4387 Ausstellern aus 96 Ländern zählt die Ambiente zu den weltgrössten Konsumgütermessen. Mit 137'000 Besuchern aus 143 Ländern konnte 2016 ein Zuwachs erzielt werden. Auch die Schweiz ist Jahr für Jahr vorne dabei: 2016 waren es 43 Aussteller und 2575 Besucher. Der Uhren- und Schmuckbereich ist in der Halle 9.2 zu finden.

Info
www.ambiente.messefrankfurt.com

18. bis 21. Februar

Inhorgenta Munich, München (D)

Seit über 40 Jahren ist die Inhorgenta der fixe Branchentermin im Februar. Das für 2016 veränderte Messekonzept, hochwertiger Schmuck in der Halle B1, die Uhren in der Halle A1, wird im kommenden Jahr beibehalten. Als zusätzliches Highlight gibt es wieder einen Inhorgenta Award, der in sechs Kategorien vergeben wird. Um den Karneval zu umgehen, findet die Messe 2017 von Samstag bis Dienstag statt.

Info
www.inhorgenta.com

22. bis 26. Februar

Bangkok Gems & Jewelry Fair, Bangkok (Th)

Die traditionsreiche Bangkok Gems & Jewelry Fair findet diesen Februar zum 59. Mal statt. Im vergangenen Jahr kamen im Februar mehr als 30'000 Besucher sowie 2600 Aussteller an die Edelstein- und Schmuckmesse in Thailands Hauptstadt. Die Veranstaltung findet im Messezentrum „Impace Challenger“ statt. Die ersten beiden Tage ist sie ausschliesslich für Fachbesucher zugänglich, an Tag drei und vier ist sie für alle Besucher geöffnet.

Info
www.bkkgems.com

23. bis 30. März

Baselworld, Basel

Die Baselworld ist und bleibt die weltgrösste Messe der Uhren- und Schmuckbranche. Die verlangsamte Konjunktur macht aber auch Basel zu schaffen. Die Besucherzahlen waren 2016 mit rund 145'000 leicht ruckläufig. Das alles sollte die Strahlkraft der Basler aber nur unwesentlich beeinträchtigen.

Info
www.baselworld.com

15. bis 18. Juni

Thailand Gems & Jewelry Fair, Bangkok (Th)

Eine neue, zusätzliche Edelstein- und Schmuckmesse in Thailands Hauptstadt Bangkok. Die Messe findet im Messezentrum Impact Muang Thong Thani statt. Neben Edelsteinen und Schmucksteinen werden auch Gold-, Silber- und Juwelenschmuck präsentiert, sowie Werkzeuge und Zubehör für die Schmuckherstellung.

Info

www.ThailandGemsFair.com

20. bis 23. Juni

EPHJ-EPMT-SMT, Genf

881 Aussteller und mehr als 20'000 Besucher: Die Zahlen der 2001 erstmals durchgeführten Zuliefermesse für Uhren, Schmuck, Mikro- und Medizinaltechnik sprechen für sich. Innert fünfzehn Jahren ist die EPHJ-EPMT-SMT zur führenden Messe ihres Fachgebiets avanciert. Die Genfer Palexpo-Halle bietet Einkäufern während vier Tagen Gelegenheit, die neusten Werkzeuge und Fertigungstechniken kennenzulernen und zu kaufen.

Info

www.ephj.ch

22. bis 25. Juni

Mineral & Gem, Sainte-Marie-aux-Mines (F)

Einmal im Jahr findet in Sainte-Marie-aux-Mines, eine gute Autostunde von Basel entfernt, die grösste Mineralien- und Edelsteinmesse Frankreichs statt. Die „Mineral & Gem“ jährt sich 2017 zum 54. Mal. Angeboten werden Mineralien, rohe und geschliffene Schmuck- und Edelsteine, Natur- und Zuchtperlen, Schmuckkreationen in allen Preisbereichen und vieles mehr. Rund 1000 Aussteller werden präsent sein. An den ersten zwei Tagen ist die Messe ausschliesslich für Fachkunden geöffnet.

Info

www.sainte-marie-mineral.com

22. bis 25. Juni

Hong Kong Jewellery & Gem Fair, Hongkong (Cn)

Die Messe feiert 2017 ihr 30. Jubiläum. Rund 2200 Aussteller werden im Hong Kong Convention & Exhibition Centre auf 70'000 Quadratmetern ihre Produkte anpreisen, in den Bereichen Edelsteine, Perlen, Antik- und Vintageschmuck, Echt- und Modeschmuck, Schmuckzubehör, Verpackungen, Werkzeuge und Maschinen.

Info

<http://exhibitions.jewellerynetasia.com/6jg/>

24. bis 27. Juni

Tendence, Frankfurt am Main (D)

Die Konsumgütermesse Tendence wird 2017 bereits Ende Juni stattfinden, rund zwei Monate vor dem bisherigen Termin. Neu ist der Uhren- und Schmuckbereich, der etwa 250 Aussteller umfasst, in der Halle 11.1 zu finden, die ansprechender und höher ist als die bisherige Halle 9.2. Eine besondere Attraktion der Tendence ist die Designerplattform Talents.

Info

www.tendence.messefrankfurt.com

19. und 20. August

Sinfonie der Edelsteine, St. Gallen

Rund 750 Besucherinnen und Besucher, fast doppelt so viele als noch im Vorjahr, sind 2016 an die Edelstein- und Schmucktage in der St. Galler Tonhalle gekommen. Die von René Lips organisierte, „Sinfonie der Edelsteine“ genannte Messe wird 2017 bereits zum 6. Mal durchgeführt. Rund 25 Stein- und Schmuckhändler aus der Schweiz, Deutschland, Indien und Sri Lanka präsentierten im vergangenen Jahr ihr Angebot.

Info

www.lipsevents.ch



Die Strahlkraft der Uhren- und Schmuckwelt zeigt sich nirgends so unmittelbar wie auf Messen.

13. bis 17. September / 15. bis 19. September

Hong Kong Jewellery & Gem Fair, Hong Kong (Cn)

Die Septemberausstellung der Schmuck- und Edelsteinmesse Hongkong ist die weltweit grösste Veranstaltung ihrer Art. 2016 verzeichnete die Messe 3600 Aussteller aus 55 Ländern, verteilt auf die Messezentren Asiaworld-Expo (Diamanten, Edelsteine, Perlen / 13.-17.9.) und The Hong Kong Convention & Exhibition Centre (Schmuck, Zubehör und Werkzeug / 15.-19.9.). Mehr als 55'000 Fachbesucher haben die Messe 2016 besucht.

Info

<http://exhibitions.jewellerynetasia.com/9jg/>

27. bis 29. Oktober

Gemworld, München (D)

Die Gemworld ist der Schmuck- und Edelsteinbereich der Mineralientage München, Europas wichtigstem Treffpunkt für Mineralien, Fossilien, Edelsteine und Schmuck. 2016 wurde der Ausstellungsbereich „Gemworld Professional“ eingeführt, der ausschliesslich Fachbesuchern zugänglich ist. Eine der letzten Gelegenheiten im Jahr, um auf die Jagd nach glitzernden Kostbarkeiten zu gehen.

Info

www.munichshow.com

Who

Audemars Piguet, Le Brassus, hat mit dem Bau seines an das Hauptgebäude angrenzenden Museums „Maison des Fondateurs“ begonnen. Das innovative, spiralförmig konzipierte Bauwerk wird leicht schräg abfallend in den Hang hinein gebaut. Der aufwändige Bau verlangt während der Konstruktion den Einsatz spezieller Rühlwände, um ein Abrutschen des Erdreichs zu verhindern. Das neue, 2800 Quadratmeter messende Bauwerk soll im Frühling 2019 eröffnet werden. Entworfen hat es das dänische Architekturbüro BIG (Bjarke Ingels Group).



Mit den Bauarbeiten des Maison des Fondateurs wurde diesen Herbst begonnen. / La construction de la Maison des Fondateurs a démarré cet automne.

Audemars Piguet, Le Brassus, a commencé la construction de son musée «La Maison des Fondateurs» conçu comme une annexe au bâtiment principal. La structure innovante en forme de spirale sera édifée légèrement en biais sur une pente peu prononcée. Cette réalisation délicate exige l'installation de parois spéciales pendant les travaux pour parer aux risques d'éboulement. Le nouveau musée, qui s'étendra sur 2800 mètre carré, devrait ouvrir ses portes en 2019. Il a été projeté par le bureau d'architectes danois BIG (Bjarke Ingels Group).

Jean-Claude Biver

ist ein begnadeter Vermarkter der Schweizer Uhrmacherkunst. In dieser Funktion kommuniziert er leidenschaftlich gern und viel. Es liegt in der Natur der Sache, dass dabei auch Fehlschüsse zustande kommen, so zuletzt in einem Interview mit der Westschweizer Zeitschrift Bilan Anfang Oktober. Angesprochen auf die diversen Boutique-Schliessungen von Zenith in der Schweiz und im Ausland meinte Biver, dass die Schliessungen eine logische Konsequenz daraus gewesen seien, dass die Standorte nicht rentabel waren (was in der Tat logisch erscheint). Zenith selber hätten die Schliessungen aber gar nicht tangiert, da ja nur die Franchisepartner betroffen waren. Über solche Aussagen werden diese Partner mit Sicherheit nicht besonders erfreut sein – aber auch dies sollte Zenith kaum betreffen.

Jean-Claude Biver

est un brillant ambassadeur de l'art horloger suisse et, dans le cadre de ce véritable sacerdoce, il communique aussi volontiers qu'abondamment. Il est donc naturel que quelques ratés se produisent à l'occasion, à l'exemple de l'interview donné à Bilan au début octobre. Interrogé sur la fermeture de diverses boutiques Zenith en Suisse et à l'étranger, Jean-Claude Biver a indiqué que ces décisions étaient inévitables, car ces points de vente étaient situés à des emplacements non rentables (une assertion qui semble logique). La marque Zenith en soi ne serait pas directement concernée par cette réduction de ses enseignes, car les boutiques étaient exploitées en franchise. De telles déclarations ne raviront probablement pas les partenaires de Zenith, même si la marque n'en sera guère affectée.

Inhorgenta Munich

„Wir freuen uns über jeden Aussteller“

Die BTO Solutions Schürch AG vertritt die Inhorgenta Munich in der Schweiz. Um die Anliegen von Ausstellern und Besuchern kümmert sich Messeberater Ugur Tüver. Er spricht über die laufenden Anmeldungen, über Dienstleistungen und seine Wünsche für die Inhorgenta 2017.

Gold'Or: Herr Tüver, die nächste Inhorgenta Munich findet vom 18. bis 21. Februar statt. Wie sieht es in Sachen Schweizer Aussteller aus?

Ugur Tüver: Wir sind zufrieden. Bis jetzt haben sich langjährige Aussteller wie Aperio, Step by Step, Kelim Jewelry oder R2 Trade angemeldet. Die Schmuckmarke Isabelle Hertzeisen ist erstmals mit dabei – das gilt auch für die Uhrenhersteller Doxa und Victorinox. Natürlich arbeiten wir weiter daran, dass sich die Liste bis Ende Jahr noch verlängert.

Haben Sie einen „Wunschsaussteller“?

Wir freuen uns über jeden Aussteller. Aber natürlich würden wir von der Schweizer Messevertretung BTO Solutions Schürch gerne auch die grossen Genfer Uhrenmarken in München begrüßen. Zumal der deutsche Markt für diese Unternehmen ein bedeutender ist.

2016 gab es einen Schweizer Gemeinschaftsstand mit vier Uhrenmarken.

Diesen wird es 2017 nicht mehr geben. Auch für die Schweizer Aussteller wird es Einzelstände geben.

Was ist die Aufgabe eines Messeberaters?

Das Aufgabengebiet ist vielfältig. In erster Linie geht es um eine kompetente Betreuung für die Schweizer Aussteller – und zwar nicht nur an den vier Messetagen, sondern während des ganzen Jahres. Im Vorfeld der Veranstaltung suchen wir mit dem Kunden nach der idealen Standgrösse und Platzierung auf der Messe. Bei Bedarf bietet unser hauseigener Standbauer vom Systembaustand bis hin zur speziellen Anfertigung alles an. Vor Ort unterstützen wir die Aussteller auch hinsichtlich des Marketings, um ihnen auf der Messe eine gute Präsenz zu verschaffen. Nach Möglichkeit erfülle ich auch Sonderwünsche und helfe bei praktischen Anliegen.

Wie wird die Messe für den Aussteller zum Erfolg?

Natürlich sind in erster Linie die angebotenen Produkte und Dienstleistungen entscheidend. Aber um möglichst viele Besucher auf diese aufmerksam zu machen, gibt es einige Punkte zu beachten – da helfen wir gerne. So lege ich allen die Broschüre „Initiative Messeerfolg“ der Inhorgenta ans Herz. Das ist ein praktischer Begleiter zur Vorbereitung in zehn Schritten.

Was erhoffen Sie sich neben weiteren Ausstellern noch von der Inhorgenta 2017?

Toll wäre, wenn wir den Erfolg von 2016 noch einmal steigern könnten. Und ich bin da zuversichtlich. Denn mit dem Inhorgenta Award wartet ein Highlight auf Besucher und Aussteller. Ausserdem freuen wir uns, wenn innerhalb der Workshops wieder interessante Diskussionen und Anregungen entstehen. (twf)

Info

Telefon 044 350 36 02

ugur.tuever@bto-solutions.ch



Messeberater Ugur Tüver.

Newcomer und Exklusives an der Ornaris

Die Ornaris ist die grösste Schweizer Fachmesse für Konsumgüter. Zwei Mal im Jahr treffen sich dort Facheinkäufer und Aussteller, die ihre Neuheiten präsentieren. Der nächste Termin ist vom 15. bis 17. Januar in Zürich.

An der Ornaris in Zürich treffen sich Mitte Januar wieder Detailhändler und Aussteller. Auch rund 30 Schmuckproduzenten werden erwartet. Diese machen etwa zehn bis zwölf Prozent der gesamten Messe aus. Auf den Plätzen „Perspektiven“ werden wiederum junge Schmuckhersteller ihre Kreationen zeigen.

Wie gewohnt wird auch an der kommenden Ornaris ein vielseitiges Rahmenprogramm geboten. Die Impulsreferate widmen sich neuen Online-Bezahlösungen. Unter dem Titel „Umsatz in der Wolke“ erklärt André Etter, was gute Kassenslösungen heute alles können sollten und warum sogar das Bio-Lädli auf die ominöse Cloud setzt. Ebenfalls über Kassen- und Retaillösungen referiert Patrick Galli



unter dem Motto: „Bargeld war gestern?!“. Lilia Glanzmann spricht über „die guten Dinge“ und wie das steigende Bewusstsein für dauerhafte Werte das Kaufverhalten beeinflusst.

Die beliebte Sonderschau „Trendig und Neu“, in der überraschende Produkte gezeigt werden, heisst jetzt „O-Trends“. Sie wird in die Kategorien Newcomer, Stars und Exclusive eingeteilt und zeigt ausgewählte Produkte von Neuausstellern, Klassiker, die sich bewährt haben, sowie Exklusives, das zum ersten Mal überhaupt an einer Messe zu sehen ist. (db)

Info
www.ornaris.ch

Neue Konzepte an der Ambiente

Im Februar empfängt die globale Konsumgüterplattform Ambiente wiederum Einkäufer aus aller Welt. Das Frankfurter Messegelände ist fünf Tage lang Trendbarometer, Order- und Designplattform rund um die Themen Hausrat und Genuss, Wohnen, Schenken sowie Uhren und Schmuck.

Vom 10. bis 14. Februar kann auf der Frankfurter Ambiente in den Bereichen Dining, Living und Giving wieder entdeckt werden, was es Neues an Konsumgütern gibt. Der Bereich Accessoires & Jewellery ist in der neu gestalteten Halle 9.2 zu finden. Dort gibt es zum ersten Mal ein Vortragsareal, das über die Schmuck- und Fashionthemen hinaus verschiedene praktische Business-Tipps für den Einzelhändler bereithält. Der Schmuckbereich macht rund fünf Prozent der Messe aus.

Zum Rahmenprogramm der Ambiente 2017 gehören zahlreiche Events, Nachwuchsprogramme, Trendinszenierungen und Preisverleihungen wie der Design Plus Award, der Produkte auszeichnet, die Ästhetik und Nutzen gekonnt kombinieren oder der Plagiarismus-Negativpreis für Produktpiraterie. Zudem ist eine Sonderedition zum Thema Ethical Style geplant und am ersten Messtags wird der German Design Award vergeben.

An der Ambiente 2016 zeigten 4387 Aussteller aus 96 Ländern ihre Innovationen. Insgesamt reisten 137'000 Messebesucher aus 143 Ländern an. Rund 55 Prozent der Fachbesucher kam aus dem Ausland, hauptsächlich aus Italien, Frankreich, den Niederlanden, Grossbritan-



nien, China, Spanien, den USA, Süd-Korea und der Türkei. Natürlich gehörte auch die Schweiz mit 43 Ausstellern und 2575 Besuchern zu den Top-Ten. In der Schweiz wird die Messe von Tina Schneebeli betreut. (db)

Info
tms@tf-solutions.ch

Nyon & Rolle

Nyon est la plus grande ville entre Genève et Lausanne. Elle fait partie du district de Nyon dont elle est le chef-lieu. Une douzaine de kilomètres vers l'ouest se trouve le village de Rolle. Les deux communes sont joliment situées au bord du Lac Léman et disposent d'une charmante vieille ville et d'un beau château médiéval.



La bijoutière-joaillière Christine Hess a fondé son atelier «Ono» en 1997. Depuis 2011 son magasin est situé à la Grand-Rue 37 à Nyon. Christine Hess a une grande joie de travailler avec des pierres précieuses qui apportent du couleur au métal. Elle essaie de jouer un maximum avec les différentes variations en cherchant des couleurs qui fonctionnent bien ensemble. Christine Hess est une bijoutière passionnée qui aime beaucoup son métier et qu'on retrouve tous les jours avec plaisir à son établi. Au cours des ans, elle put établir une clientèle très fidèle.



L'horlogerie-bijouterie Piguet a été inaugurée en 1966. Cette année, qui correspond au 50e anniversaire de sa fondation, la maison Piguet vient d'ouvrir une nouvelle boutique au 36 de la rue Saint-Jean à Nyon, vis-à-vis de ses locaux historiques. Elle y dispose des locaux modernes et élégants avec un atelier d'horlogerie bien intégrée dans l'ensemble et visible pour les clients. La maison dispose d'un prestigieux éventail de marques horlogères et de bijouterie. Avec quelque 150 interventions horlogères et 100 interventions sur bijoux chaque mois elle offre un service après-vente d'excellence.



La bijouterie Fa'M est située à la Grand-Rue 68 à Rolle. La bijoutière-joaillière, Fabienne Maillard (à gauche), a repris il y a trois ans l'atelier d'Emmanuel Gillibert, pour lequel elle travaillait depuis 20 ans. Fabienne Maillard crée des bijoux avec des formes rondes, souples, pleines de liés et déliés, s'attachant à rendre les objets confortables et harmonieux. Dans ce style plutôt doux, elle aime travailler avec des perles, sensibles à ce matériau naturel et un peu magique. L'équipe de l'atelier s'est agrandie avec Charlotte Thomas (à droite), qui vient de rejoindre l'entreprise.



L'horlogerie-bijouterie Lilly's se trouve au centre commercial (CC) «La Combe» au centre de Nyon. Les propriétaires de la bijouterie, Séverine et John Krief ont fondé le commerce en 2007 en reprenant l'horlogerie-bijouterie Lecoultre qui s'y trouvait depuis l'ouverture du CC en 1985. Le magasin vend plusieurs marques d'horlogerie et de bijouterie bas et moyenne gammes dont Frédérique Constant, Tissot, Certina, Balmain, Calvin Klein, Ice-Watch, Michael Kors et Daniel Wellington. Silvana Monteiro (à gauche) travaille depuis 2007 chez Lilly's, Samia Salloum depuis 2008.



Depuis 2014, Céline Bilon est responsable pour la boutique et l'atelier de la bijouterie-joaillerie «Luna's» à Nyon. La maison dispose également d'un atelier-magasin à Plan-les-Ouates, géré par Sébastien Luna ainsi qu'un à Morges, géré par son père Jean Luna qui a fondé la société en 1996. La filiale à Nyon existe depuis 2004. La bijoutière-joaillière Céline Bilon aime bien les formes fines. Son inspiration vient de la personnalité de ses clients. «J'ai toujours des bonnes idées pendant les discussions avec mes clients, et la première impression est souvent la bonne», dit-elle.



Le bijoutier-joaillier Yann Wingeier a fondé son atelier «XY Création» il y a onze ans. Il travaille pour des clients privés ainsi que pour des maisons de bijouterie à Genève. Il aime bien expérimenter de nouveaux matériaux. Il dispose notamment de beaucoup d'expérience dans le travail avec du bois ou des os. Yann Wingeier se décrit lui-même comme un créateur très passionné: «Pour moi, la bijouterie, c'est réaliser des rêves en toute liberté de création». Sa plus grande maxime c'est de ne jamais faire une deuxième fois la même pièce. Son atelier se trouve à l'étage au centre de Rolle.

DIAMONDGROUP



FINE JEWELRY



„Wenn der Kunde abwandert, fehlt es an Kompetenz“

Wie lange ein potenzieller Kunde im Ladengeschäft verweilt, hängt weitgehend davon ab, wie wohl er sich darin fühlt. Bei den neusten Erkenntnissen geht es um „den Sinn der Sinnlichkeit“. Der Ästhetiker und Inszenierungs-Experte Stefan Suchanek aus München erklärt, wie Verkaufsräume optimiert werden können.

Gold'Or: Stefan Suchanek, Sie sind auf die Optimierung von Verkaufsräumen spezialisiert. Ein modernes Schlagwort dafür heisst „Multisensorik“. Was bedeutet das genau?

Stefan Suchanek: Multisensorik bedeutet, dass der Handel die Chance besitzt, mit dem Ansprechen unserer fünf Sinne den Umsatz zu steigern, da unser Gehirn emotional aufgeladene Informationen tiefer verankert und bevorzugt behandelt. Es handelt sich dabei um das uralte Wissen der Inszenierung, das heute durch die moderne Gehirnforschung bestätigt wird. Nehmen wir den 11. September 2001, das grosse Attentat in New York: Viele Menschen, die ich dazu befrage, erinnern sich daran, an welchem Ort sie waren, was sie gemacht haben – sogar oft, was sie an diesem Tag für Kleider getragen haben. Das zeigt auf, dass je emotionaler Informationen aufgeladen sind, umso länger werden sie abgespeichert. Schauen wir aber lieber auf die positiven und leicht umsetzbaren Emotionen: Dazu gehören angenehme Düfte zu riechen, harmonische Klänge zu hören, schöne Materialien anzufassen, begehrt inszenierte Produkte zu sehen oder etwas Feines zu schmecken. Mit einer sinnlich aufgeladenen Situation werden Kaufentscheidungen positiv beeinflusst. Die Sinnlichkeit bekommt einen Sinn.

Man spricht auch von der dreidimensionalen Wahrnehmung.

Genau. Wir wissen, dass es fünf Sinne gibt. Forscher sprechen gar von dreizehn Sinnen. Bewiesen ist, dass wir einen Sinn für Zeit und Raum haben. Blinde sind hier besonders sensibel und können durch multisensorische Wahrnehmung sogar abschätzen, wie gross ein Raum ist oder wie viele Leute sich ungefähr darin befinden. Sehende speichern solche Dinge in erster Linie im Unterbewusstsein. Untersuchungen zeigen, dass sich sowohl die Aufenthaltsqualität als auch Aufenthaltsdauer steigern, wenn Exponate nicht nur an der Wand, sondern auch in der Raummitte präsentiert werden.

Detailhändlern wird von den grossen Marken immer mehr vorgeschrieben, welche Artikel wo und wie präsentiert werden müssen. Da bleibt nicht mehr viel Spielraum um das Geschäftslokal selber zu gestalten.

Das Problem kenne ich, denn wir beraten auch die Zugpferde. Sie wollen ja eigentlich auch das Beste, indem sie die Präsentation ihrer Produkte vereinheitlichen. Doch damit wird man austauschbar: Ich denke, man kann mit den Leuten diskutieren und Kompromisse finden. Sicher gibt es Situationen, in denen der Detaillist klein beigeben muss. In erster Linie muss er aber sein „eigenes Label“ kreieren, also sein Geschäft als Ganzes vermarkten. Es sollte sich von den anderen Ladenlokalen abheben, von einem eigenen Stil zeugen. Ich bin zwar kein Wirtschaftsexperte, aber es lohnt sich sicher, in seine eigene Marke, den eigenen Geschäftsauftritt zu investieren, statt nur eine austauschbare Kopie von jemand anderem zu sein.



Stefan Suchanek

Wie können Goldschmiede und Juweliere für mehr Wohlbehagen bei den Kunden sorgen?

Als Erstes muss festgestellt werden, dass alles sauber und in unbeschädigtem Zustand ist, das gilt auch für die Einrichtung. Da es sich in dieser Branche um Luxusgüter handelt, ist ein gepflegtes und elegantes Umfeld wichtig. Weiter müssen die Temperaturen angenehm sein und es sollte gut riechen. Wichtig sind auch die Oberflächenmaterialien, ein Holztisch ist wärmer als einer aus Glas. Das Geschäft sollte möglichst wohnlich eingerichtet sein, denn ein Kunde, der sich rundum wohlfühlt, gibt eher 2000 Franken aus. Wenn der Kunde abwandert, fehlt es an Kompetenz.

Was sind die neusten Erkenntnisse bei der Raumeinteilung?

Bevor es das Internet gegeben hat, wollte man den Kunden ein möglichst breites Angebot präsentieren. Heute brauchen wir nicht mehr alles von jedem Hersteller im Laden zu haben. Es ist wichtiger, dass das Geschäft eine gewisse Struktur und Kernkompetenz aufzeigt. Die Kasse sollte nicht auf den ersten Blick zu sehen sein, sondern eher das eigene Markenlogo. Man kann den Laden ein bisschen wie eine Stadt einteilen, nämlich in verschiedene emotionale Bereiche, statt nach Marken. In einer Ecke geht es vielleicht um die Liebe, in einer anderen um Geburt, Ehrungen oder Modeschmuck. Wer Männerschmuck führt, könnte diesen Bereich beispielsweise mit „Für wilde Kerle“ betiteln. Humor ist sowieso sehr wichtig. Wenn der Kunde schmunzelt, fühlt er sich wohl. Ebenfalls positiv wirkt es sich aus, wenn die Leute (rund)herum laufen können.

Was ist bei der Möblierung zu beachten?

Da gibt es keine Pauschalität. Als Faustregel kann gesagt werden: Je edler die Uhren und Schmuckstücke sind, umso hochwertiger sollten auch die Möbel sein. Ein Geschäft, das in einem Einkaufscenter Modeschmuck verkauft, braucht keine Marmortische. Das Interieur muss die Zielgruppe ansprechen.

Auch Schmuck und Uhren werden immer öfter im Internet verkauft. Wie bringt man die Leute dazu, einen Gang ins Geschäft zu machen?

Uhren und Schmuckstücke gehören glücklicherweise zu den Dingen, die vor dem Kauf meistens angeschaut und berührt werden wollen. Daher orientieren sich einige zwar erst einmal im Internet, kommen aber später doch ins Geschäft. Wenn sie da sind, geht es vorwiegend um die emotionalen Aspekte: Der Mensch sucht Wertschätzung und will Freude erleben. Der Besuch im Laden soll eine Entschleunigung darstellen. Die Menschen können mit Zauber reingelockt werden, vielleicht mit einer Enthüllung oder versteckten Dingen. Auch die Ateliers können sichtbar gemacht werden, so dass dem Goldschmied oder Uhrmacher bei der Arbeit über die Schulter geschaut werden kann. Eventuell kann auch ein kleines Museum mit der Familiengeschichte gestaltet werden. Wer Recycling- oder Faire-Trade-Ware verkauft, kann das werbewirksam in Geschichten verpacken. Kurz: Erfolgreiche Ladenlokale werden heute kuratiert. Es steht nicht mehr das Produkt im Vordergrund, sondern die Geschichte dazu.

„Der Besuch im Laden soll eine Entschleunigung darstellen.“

Verraten Sie uns noch den ultimativen Trick, wie der Kunde das Geschäft vor lauter Wohlgefühl am liebsten gar nicht mehr verlassen möchte?

Da gibt es tatsächlich einen. Ich behaupte mit einem kleinen Augenzwinkern: Heutzutage ist das Geheimnis beim Verkaufen nicht nur gut verhandeln zu können, sondern Handel ist die Begegnung von Menschen. Gut zuzuhören und sich auf den Kunden und seine Geschichten einzulassen, gehören genauso zu erfolgreichen Geschäften wie die Objekte optimal in Szene zu setzen. Wer fragt „wollen sie eine Gold gewordene Liebe verschenken?“ hat damit mehr Erfolg als der, der nur von einem Ring spricht. Das Ziel sollte nicht bloss der Umsatz sein, sondern die Begegnung mit dem Kunden möglichst angenehm und wertschätzend zu gestalten. Menschen wissen viel über Geld, aber wenig über Werte. Wer dafür ein Bewusstsein entwickelt, der hatte schon immer gute Erfolgschancen.

Daniela Bellandi

Info
www.dieraumkunst.de

Zur Person

Stefan Suchanek ist Ästhetiker, Retail Designer, Berater und Dozent für visuelle Rhetorik und Inszenierung an der Akademie für Mode & Design in München. Früher hat er als Bühnenbildner und als TV-Moderator beim Bayerischen Fernsehen gearbeitet und war Partner der Neuromerchandising Group (Frankfurt/ München). Mit Erkenntnissen aus der traditionellen Gestaltungslehre, Evolutionsbiologie und Hirnforschung schafft er Räume mit mehr Sinn und Sinnlichkeit. Gerne berät er auch Detailhändler und Goldschmiede in der Schweiz. (db)



Bijewa
DISPLAYS

8645 Rapperswil-Jona
Tel +41 55 225 40 80
www.bijewa.ch

Mit Stil präsentiert –
besser verkauft



LUSSO
elegant • massiv
edles Material

Who

Die Schweizer Uhrenindustrie

exportierte im September Uhren und Bestandteile im Wert von 1,713 Milliarden Franken, was gegenüber dem Vorjahr einem Rückgang um 5,7 Prozent entspricht. Überdurchschnittlich stark präsentierten sich die Exporte in die USA sowie nach Japan und Grossbritannien. Der momentan (noch) stärkste Absatzmarkt Hongkong büsste im September gegenüber dem Vorjahresmonat fasst 40 Prozent ein, weshalb er wohl über kurz oder lang seine führende Stellung an den US-Markt abtreten muss. Seit Anfang Jahr beträgt der Exportwert (Einstandspreis) pro Uhr im Schnitt 723 Franken. Der Durchschnittswert der mechanischen Uhr beträgt in diesem Jahr bislang 2136 Franken, bei den elektronischen Uhren liegt er bei 195 Franken.

L'industrie horlogère suisse

a exporté en septembre des montres et des composants d'une valeur de 1,713 milliard de francs, en recul de 5,7 pour cent par rapport au mois correspondant de l'année précédente. Les exportations à destination des Etats-Unis, du Japon et de la Grande-Bretagne se sont inscrites en forte progression. A l'inverse, Hong Kong, qui est (encore) le marché le plus important pour l'industrie suisse, a accusé en septembre une baisse proche de 40 pour cent par rapport à l'an dernier, de sorte qu'il devrait tôt ou tard céder sa place de leader au marché américain. Calculée depuis le début de l'année, la valeur moyenne (prix d'achat) des montres exportées s'établit à 723 francs. Elle s'élève à 2136 francs pour les garde-temps mécaniques et à 195 francs pour les modèles électroniques.

Dr. Bernhard Burger AG, Keltern (D),

wurde vom Responsible Jewellery Council (RJC) im Juli für drei weitere Jahre zertifiziert. Die Gyr Edelmetalle AG in Baar, die ebenfalls seit 2013 RJC-zertifiziert ist, arbeitet seit vielen Jahren mit der Dr. Bernhard Burger AG zusammen. 2009 gründeten die beiden Unternehmen das Gemeinschaftsunternehmen Burger & Gyr Edelmetalle Recycling AG mit eigener Recycling-Anlage mit Edelmetallschmelzerei und modernem Labor. Auch dieses Co-Unternehmen wurde dieses Jahr vom RJC rezertifiziert. Durch die Zusammenarbeit mit der Firma Burger kann die Gyr Edelmetalle AG ihren Kunden ausschliesslich Edelmetall-Produkte anbieten, die zu 100 Prozent aus recyklierter Herstellung stammen, was durch das nachhaltige Label „Oekogold“ garantiert wird.

Dr. Bernhard Burger AG, Keltern (D),

a été certifiée en juillet par le Responsible Jewellery Council (RJC) pour une nouvelle période de trois ans. Gyr Métaux Précieux SA, qui a obtenu pour la première fois la certification du RJC en 2013, travaille en étroite coopération depuis de nombreuses années avec la maison allemande. En 2009, les deux entités ont créé l'entreprise commune Burger & Gyr Edelmetalle Recycling AG qui dispose de ses propres installations de recyclage, composées d'une fonderie de métaux précieux et d'un laboratoire ultramoderne. Cette joint-venture est également certifiée par le RJC. Grâce à sa collaboration avec la maison Burger, Gyr Métaux Précieux SA est en mesure de proposer à ses clients des produits en métal précieux exclusivement issus du cercle fermé du recyclage, dont la provenance est attestée par le label «Oekogold».

Mit Liebe geschenkt

„Glücklich ist, wer auf dem Markt der Geschenke mitspielen darf“, so das Credo von Bijewa. Schenken macht Freude und ist in jeder Wirtschaftslage wichtig. Im Sortiment des Unternehmens aus Rapperswil-Jona finden sich Schmuck- und Geschenkverpackungen, die jedes Präsent zum Ereignis machen. Mit den besten Weihnachtsgrüssen präsentiert Bijewa seine beliebten Leder-Accessoires, die Verpackung und Give Away in einem sind. Auch die neue Holzkassette „Big Watch Wood“ kann sowohl ein Geschenk für Uhrenliebhaber sein als auch ein edles Display im Fachgeschäft. Abgerundet wird jedes Präsent mit einer stilvollen Bijewa-Tragtasche mit Logo des Fachgeschäftes.

Info

www.bijewa.ch



Weihnachtliches Set von Bijewa.

Set cadeau de Bijewa.

Offert avec amour

«L'opérateur actif sur le marché des cadeaux a beaucoup de chance», tel est le credo de la maison Bijewa. Un cadeau est source de joie et demeure important, quelle que soit la situation économique. L'assortiment de l'entreprise établie à Rapperswil comprend des écrans pour bijoux et des emballages cadeau qui transforment chaque présent en un événement inoubliable. Avec ses meilleurs vœux de fin d'année, Bijewa propose ses accessoires appréciés en cuir, qui sont tout à la fois un emballage et un présent. La nouvelle boîte en bois «Big Watch Wood» ravira les fans d'horlogerie ou trouvera place sur un comptoir comme présentoir. Tout présent est complété de l'élégante pochette Bijewa avec le logo du magasin spécialisé.

Hochwertige Marken unter einem Dach

Für Dusak Hodinár & Zlatinik konzipierte Dobas eine neue Flagship-Boutique im Zentrum von Prag. Dabei ist es dem Schweizer Ladenbauer gelungen, für den tschechischen Juwelier auf den über 220 Quadratmetern eine eigenständige Design-Sprache zu schaffen. Der vorderste Teil der Boutique ist renommierten Schmuckmarken gewidmet, entsprechend wurden dort mit Farben und Materialien mehr die weiblichen Sinne angesprochen. Der hintere Teil ist hochwertigen Uhrenmarken gewidmet und maskuliner gestaltet. Die Geometrie der „Uhren-Halle“ wird mittels einer dekorativen Deckeninstallation von Lasvit aufgelockert.

Info

www.dobas.ch

Einladend und freundlich wirkt die Boutique in Prag nach dem Umbau durch Dobas.

Après les transformations réalisées par Dobas, l'horlogerie-bijouterie Dusak à Prague se distingue par son abord accueillant et chaleureux.



De grandes marques sous un même toit

Pour l'horlogerie-bijouterie Dusak Hodinár & Zlatinik, la maison Dobas a conçu un nouvel agencement au centre de Prague. Sur plus de 220 mètres carrés, le concepteur de magasins suisse est parvenu à créer un langage de design spécifique pour le détaillant tchèque. Dédiée aux marques de bijoux renommées, la partie antérieure possède des teintes et des matériaux d'inspiration féminine. A l'inverse, l'espace consacré aux prestigieuses marques horlogères affirme une tonalité résolument masculine et sa géométrie est soulignée sur le plafond par une installation décorative de Lasvit.

Innovative Beleuchtungen

Mit hochwertigen Vitrinen sowie innovativen Beleuchtungslösungen setzt das erfahrene Team der MüllerKälber GmbH schmutzige Kostbarkeiten in Szene. Leuchtendes Beispiel für die eigene Innovationskraft des Unternehmens ist die Entwicklung von „MK OptiLight“. Dahinter verbirgt sich ein kostensparendes LED-Beleuchtungssystem, mit dem Produkte in Vitrinen, Schaufenstern und am Verkaufsplatz optimal inszeniert werden. Mit den verschiedenen Fenster-Beleuchtungsmodulen kann die Firma im Rahmen der Lichtplanung reagieren, der Anschluss vor Ort erfolgt meistens unkompliziert durch den Hauselektriker.

Info
www.muellerkaelber.com

Schaufenster von Jan Hofmann, Goldschmiede & Juwelier in Stuttgart, mit dem MK-OptiLight-Window-System.



Eclairage innovant

L'équipe expérimentée de MüllerKälber met en scène les bijoux et autres objets de prix par de superbes vitrines et des solutions d'illumination innovantes. Un excellent exemple de l'esprit d'innovation de l'entreprise est donné par le système «MK OptiLight». Il se compose d'un éclairage LED économique qui met en valeur les pièces exposées dans les présentoirs, les vitrines et l'espace de vente. MüllerKälber peut interagir avec les modules les plus divers d'éclairage et, dans la plupart des cas, l'électricien maison peut procéder aisément au raccordement sur place.

La vitrine de Jan Hofmann, bijoutier et joaillier à Stuttgart, est équipée du système «MK OptiLight Window».



**Jetzt Tickets online kaufen
 und CHF 11.00 sparen:
www.ornaris.ch/ticketshop**

JETZT TICKETS KAUFEN!
 ORNARIS Zürich, 15. – 17.1.2017
 Exklusiv für Facheinkäufer! Kein Direktverkauf!

Rund 350 Aussteller verleihen der Schweizer Konsumgütermesse eine unvergleichliche Vielfalt und zeigen dem Fachpublikum inspirierende Trends, Neuheiten und Designs.



**FACHMESSE
 TRENDS
 NEUHEITEN**

Ikonen des Uhrendesigns

Uhren mit Ikonenstatus gibt es viele. Doch nicht jede Uhr hat das Zeug dazu. Arnaud Duval, Chefdesigner des Bieler Gestaltungsbüros Studio Divine, über die Geheimnisse, die Uhren zu Ikonen machen. Gefolgt von einer Auswahl sechs bekannter Modelle, die den Sprung zur Ikone längst geschafft haben.

Gold'Or: Wann darf eine Uhr als Ikone gelten?

Arnaud Duval: Eine Uhrenikone hat einen hohen Wiedererkennungswert. Ihre Form ist sehr einprägsam und lässt sich vor dem geistigen Auge leicht abrufen. Ein äusseres Kennzeichen ist der kommerzielle Erfolg, und dies über Generationen.

Was braucht es, damit eine Uhr zur Ikone wird?

Häufig ist eine besondere Harmonie zu beobachten, sei es zwischen Form und Funktion oder zwischen den einzelnen Komponenten. Einem neuen Modell muss man zudem Zeit lassen. Eine Uhr wird kaum je als Ikone geboren, oft gibt es Anlaufschwierigkeiten und der Erfolg stellt sich erst nach einer gewissen Zeit ein. Uhren, die zu Ikonen werden, sind ihrer Zeit häufig etwas voraus. Sie entsprechen zwar in vielen Punkten dem Geschmack einer Epoche, weichen aber in Details vom Mainstream ab. Durch diese kleinen Irritationen prägen sich die Uhren stärker in den Köpfen ein, als das allzu Zeitgemässe. Zudem verfügen Uhren, die zu Ikonen werden, häufig über gelungene, griffige Namen, die sich beim Kunden leicht einprägen. Selbstverständlich ist auch eine ausgeklügelte, dem Charakter der Uhr entsprechende Marketingstrategie ein wichtiges Element.



Arnaud Duval ist Chefdesigner bei Studio Divine Sàrl in Biel.

Spürt man als Designer, ob eine Uhr zur Ikone werden kann?

So einfach ist es leider nicht. Bestenfalls kann man es vielleicht hoffen, aber ein Erfolgsgeheimnis gibt es nicht. Sicher braucht ein Designer ein gutes Gespür für die Tendenzen der Zeit. Aber ein simples Kopieren des Erfolgreichen genügt nicht. Man will ja über das Bestehende hinaus.

Muss man eine Ikone weiterentwickeln?

Unbedingt. Damit ein Modell über mehrere Generationen hinweg erfolgreich bleibt, muss man die Form sukzessive der Zeit anpassen, sonst altert die Uhr mit den Kunden. Die Veränderungen müssen aber behutsam erfolgen. Nicht zu viel, damit die gestalterische DNA erhalten bleibt, und doch genug, dass man auch neue Kunden dazu gewinnt.

Kann man vergangene Ikonen zu neuem Leben erwecken?

Einfach ist es nicht, es kann aber durchaus gelingen. Bestes Beispiel ist wohl die Big Bang von Hublot, die 2004 nach einem längeren Dornröschenschlaf von Jean-Claude Biver zu neuem Leben erweckt wurde. (mw)

Sechs Ikonen und ihr Geheimnis

Audemars Piguet, Royal Oak: Die Legende besagt, dass der damalige Audemars-Piguet-Direktor Georges Golay 1972, am Vorabend der Basler Uhrenmesse, den Designer Gérald Genta damit beauftragte, eine Stahl-Uhr für den italienischen Markt zu gestalten. Worauf dieser innert 24 Stunden die Royal Oak erfand und tags darauf präsentierte. Die Uhr war anfangs ein Ladenhüter und brauchte zwei Jahre Anlaufzeit. „Die Royal Oak war ein veritabler Bruch mit dem traditionellen Uhrendesign. Die achteckige Gehäuseform war absolut neu. Dazu harmoniert der Uhrenkörper perfekt mit dem Armband. Und dies alles in Stahl, was für eine Luxusuhr damals sehr ungewöhnlich war“, so Arnaud Duval.



Die Royal Oak wurde 1972 lanciert.

Patek Philippe, Nautilus: Die 1976 vorgestellte Nautilus hat mit der Royal Oak viele Ähnlichkeiten. Sie wurde ebenfalls von Gérald Genta entworfen und nur vier Jahre nach ihr lanciert. Auch sie war anfangs in Stahl gefertigt und verfügte über eine eigenwillige Lünettenform, die sich an Bullaugen alter Ozeandampfer orientierte. Und auch die Nautilus hatte nicht auf Anhieb Erfolg. Arnaud Duval: „Wie die Royal Oak repräsentiert die Nautilus die perfekte Harmonie zwischen Eleganz und Sportlichkeit. Die Uhr lässt sich im Anzug genauso gut tragen, wie in Freizeitkleidern“.



Die Nautilus feiert 2016 ihr 40. Jubiläum.



Die Vorläuferin der Big Bang wurde 1980 lanciert.

Hublot, Big Bang: Auch wenn die eigentliche Big Bang erst 2005 durch Miodrag Mijatovic entworfen wurde, liegt ihre Geburtsstunde im Jahr 1980, als Carlo Crocco die Marke Hublot gründete und die Hublot-Uhr erfand. In den 80ern avancierte diese rasch zum Must-have des Jetset. Wie die Nautilus ist das Gehäuse von der Form eines Bullauges inspiriert. Die Schrauben der Lünette erinnern an die Royal Oak. Arnaud Duval: „Auch die Big Bang zeichnet sich durch ihre Vielseitigkeit aus. Sie geht problemlos als Businessuhr, als sportliches Accessoire oder als Begleiterin zum Gala-Diner durch. Neben dem charakteristischen Gehäuse war die Mischung der Materialien, ein Goldgehäuse kombiniert mit einem Kautschukband, revolutionär und absolut neu“.



Die erste Submariner kam 1953 auf den Markt.

Rolex, Submariner: Die Submariner gilt vielen als Archetyp der Taucheruhr. Erstmals vorgestellt im Jahr 1953 hat sich die Uhr sukzessive zu einer der bekanntesten Uhren überhaupt entwickelt. Sie prägt das Gesicht der Marke Rolex bis heute. Arnaud Duval: „Die Submariner ist sozusagen über ihre Funktion als Taucheruhr zur Ikone geworden. Sie verkörpert bis heute die technische Perfektion der Schweizer Uhrenindustrie. Dass sie als Taucheruhr ihre technische Überlegenheit perfekt ausspielen kann, beflügelt bis heute ihren Erfolg“.



Die 1931 lancierte Reverso existiert heute in sehr vielen Varianten.

Jaeger-LeCoultre, Reverso: Die Reverso zählt zu den ältesten noch heute fabrizierten Uhren mit Ikonenstatus. Lanciert wurde sie 1931. Der Anspruch war, eine Uhr zu schaffen, deren Gehäuse sich umdrehen lässt, um die Vorderseite beim Polospiel zu schützen. Arnaud Duval: „Auch die Reverso ist eine Uhr, deren Funktion das Design bestimmt hat. Denn nur ein rechtwinkliges Gehäuse machte es möglich, dass sich dieses so elegant drehen lässt, wie dies bei der Reverso der Fall ist“.



Die erste Swatch aus dem Jahr 1983.

Swatch: Die Lancierung der ersten Swatch-Uhr, die von Elmar Mock und Jacques Müller gestaltet worden war, erfolgte am 1. März 1983 in Zürich. Bereits nach einem Jahr wurde die 1-millionste Swatch produziert. Das Urmodell, das gleichzeitig die Marke Swatch begründete, lebt bis heute in unzähligen Modellen fort. Arnaud Duval: „Die Uhr als Modeartikel, der sich laufend den Jahreszeiten und Stilrichtungen anpasst ohne seinen Wesenskern zu verlieren, all das war Anfang der 80er Jahre absolut neu. Dazu kamen die simple, aber charakteristische Form, ein revolutionäres Plastikgehäuse, sowie subtile, gestalterische Details wie die vier Gehäuseanstösse oder die sichtbare Batterieschraube auf der Rückseite“.

DOBAS

OBSDA

SADBO

DOBAS

INTERIOR DESIGN AND ARCHITECTURE



Von der verrückten Idee zum einzigartigen Design

Obrist – das sind rund 60 Fachpersonen, die weltweit hochwertigste Laden- und andere Interieurs kreieren. Von den ersten Ideen bis zum fertigen Einbau werden Unikate umgesetzt, welche die Wünsche der Kunden perfekt inszenieren.

Obrist Interior verfügt über erfahrene Handwerker in der hauseigenen Manufaktur, die ihr Knowhow in Herstellung, Transport und Einbau gemeinsam zur durchdachten Lösung in die Praxis umsetzen. Aber auch Designer und Planer, die Geschmack und Kreativität mit profundem Wissen über Materialien und deren Anwendung verbinden gehören zum Team. „Wir setzen hochwertige Produkte und Marken mit entsprechenden Ladeneinrichtungen perfekt in Szene und finden individuelle Lösungen zum einzigartigen Ladenkonzept“, sagt Marcel

Müller, CEO der Obrist Interior AG. Das Luzerner Unternehmen führt die hohen Ansprüche, die der Uhren- und Schmuckbranche eigen sind, in der Umsetzung des Ladeninterieurs entsprechend weiter. Ob modular oder ganzheitlich, die Mitarbeitenden von Obrist begleiten ihre Kunden von der ersten Idee bis zum Einbau.

Info
www.obrist-interior.ch



Die Designer und Planer vereinigen Geschmack und Kreativität mit profundem Wissen über Materialien und deren Anwendung in der Praxis.

„Wir setzen hochwertige Produkte und Marken mit entsprechenden Ladeneinrichtungen perfekt in Szene und finden individuelle Lösungen zum einzigartigen Ladenkonzept.“

Marcel Müller, CEO der Obrist Interior AG



Versiert in den neusten Techniken und mit traditionellem Handwerk vertraut, das sind die Fachleute von der Obrist Interior AG.

Focus 1/17 INHORGENTA MUNICH

NIESSING

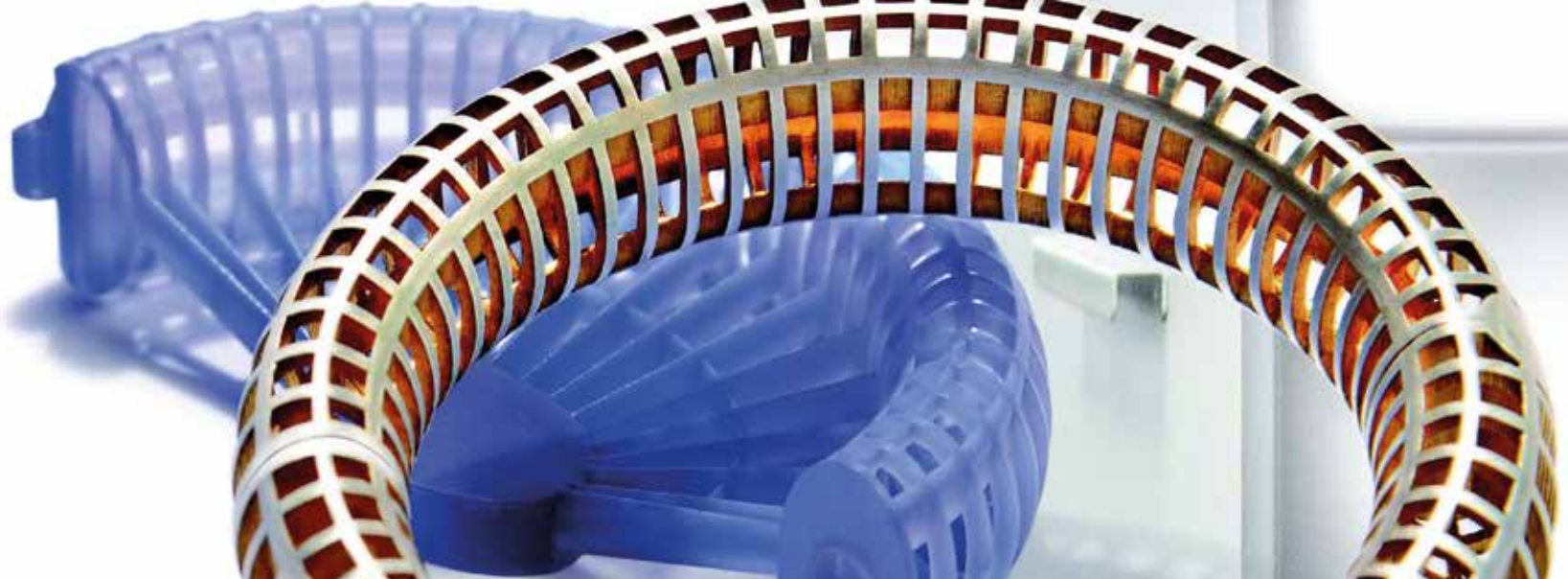
Lebendige Schmuckkultur

NIESSING SCHNUR. Exklusiv ab Gyr-Lager lieferbar.



Seit 1873

NIESSING MANUFAKTUR GMBH & CO. KG
Butenwall 117 48691 Vreden Germany niessing.com



Brogioli Casting Edelmetallguss AG

Präzision, Tradition und modernste Technologie

An der Ampelngasse 8, Mitten in der Altstadt von Schaffhausen, steht ein grosses, schmuckes Haus aus dem 17. Jahrhundert. Hinter den dicken, weissen Mauern befindet sich die Giesserei Brogioli Casting Edelmetallguss AG, die es bestens versteht Tradition mit Hightech zu kombinieren.

Die Brogioli Casting Edelmetallguss AG in Schaffhausen wurde 1962 von Rita und Angelo Brogioli gegründet. Schon bald war das Unternehmen in der Uhren- und Schmuckbranche für seine hochpräzisen Gussmodelle aus Gold, Silber und Platin bekannt. Gefragt waren aber nicht nur Güsse aus Edelmetall, sondern speziell die Brillenindustrie brauchte auch Teile aus Bronze. Dafür wurde 1985 die Brogioli S.A. in Ponte Cremenaga bei Ponte Tresa gegründet.

Die Tessiner Firma beschäftigt heute 150 Mitarbeitende. Sie hat sich auf die Sparte Präzisionsguss in Nichtedelmetallen auf Basis von Stahlwerkzeugen mit mechanischer Nachbearbeitung spezialisiert. Eine separate Abteilung für CAD und Werkzeugbau garantiert eine professionelle Abwicklung der Projekte. Das Unternehmen in Schaffhausen blieb dem Spezialgebiet Edelmetalle sowie dem Gussbereich für den Modellbau treu. Beide Firmen profitieren heute noch vom gegenseitigen Erfahrungsaustausch.



Eine Silikonform wird geöffnet.

Spezialisierte Produktionsleiter

Im Herbst 2000 übernahm Roberto Wiederkehr, ein langjähriger Weggefährte der Familie Brogioli mit besten Branchenkenntnissen, die Brogioli Casting Edelmetallguss AG. Im Herbst vergangenen Jahres holte er den erfahrenen Goldschmied und 3D-Spezialist Markus Kohler als Produktionsleiter ins Boot. Das Ziel des 44-Jährigen ist es, den vor rund acht Jahren gestarteten 3D-Bereich auszubauen und weiterzuentwickeln. Das Schaffhauser Unternehmen beschäftigt heute zehn Mitarbeitende – wovon die meisten schon jahrzehntlang zum eingespielten Team gehören. (db)

Info
www.brogioli-casting.ch
www.brogioli.ch



Wachsmodellherstellung mit Silikon oder Gummiform.



Wachse werden zum Giessen vorbereitet.



Die Kontrolle der Wachse ist ganz wichtig.

„Auch kleine Ateliers können profitieren“

Markus Kohler hat Edelmetalle im Blut. Wie bereits für seinen Urgrossvater, Grossvater und Vater, gab es auch für ihn nur einen Traumberuf: Goldschmied. Heute ist er zudem ein erfahrener 3D-Spezialist. Seit Herbst 2015 leitet er die Produktion der Briogoli Casting Edelmetallguss AG in Schaffhausen.

Gold'Or: Markus Kohler, was hat sich mit dem CAD-Zeitalter für eine Giesserei verändert?

Markus Kohler: Bei der Gusstechnik an und für sich hat sich nichts verändert. Statt eines handgefertigten Wachsmodells bekommen wir heute immer öfter nur noch 3D-Daten übermittelt. Aus diesen wird das Objekt in Wachs gedruckt.

In welchem Verhältnis geschieht das?

Momentan beruhen noch drei Viertel der Aufträge auf einem traditionellen Urmodell aus Wachs oder Metall, das uns zugeschickt wird. Tendenziell werden es jedoch immer mehr 3D-Daten sein.

Wo sehen Sie die Vor- und Nachteile des CAD-Zeitalters?

Negatives sehe ich eigentlich nichts. Mit der digitalen Technologie können viel kompliziertere Objekte gefertigt werden, diese sind auch schwieriger zu kopieren. Kleine Goldschmiedeateliers können von den neuen Technologien ebenfalls profitieren und bleiben damit den Grossen gegenüber konkurrenzfähig. Es braucht nach wie vor die Hände dazu und natürlich die kreative Idee.

Wann ist Brogioli auf diesen Zug aufgesprungen?

Wir beschäftigen uns seit rund acht Jahren damit. Richtig losgelegt haben wir aber 2011 als wir die Zusammenarbeit mit der Firma MPS Rapid Prototyping GmbH begonnen haben.

Wer gehört zu Ihren Zielkunden?

Unsere Kundenpalette ist breit. In erster Linie gehören alle Goldschmiede dazu, die vorwiegend Unikatschmuck herstellen, aber auch Produzenten von Serien, sowie Uhrenfirmen. Ein weiterer Zweig ist der Modellbau, allen voran die Eisenbahnen. In diesem Bereich kommen die Aufträge von Modellbauern. Wir stellen zudem Metallteile für Brillen, Musikinstrumente und für diverse weitere Industriezweige her.

Die neuen Technologien verändern sich schnell. Wird irgendwann jeder Goldschmied seine eigene Ausrüstung haben?

Ob jeder Einmannbetrieb so viel investieren will oder kann, daran zweifle ich. Natürlich wird alles ständig günstiger, aber für die kleinen Betriebe lohnt sich das wahrscheinlich noch lange nicht. Zudem

bilden wir uns regelmässig weiter, um immer auf dem neusten Stand zu sein.

Nach dem Wegfall von zwei Mitbewerbern gibt es in der Schweiz nur noch zwei grosse Giessereien, Sie und die Altmann Casting AG in Ipsach. Können damit alle Bedürfnisse abgedeckt werden?

Ja das reicht. Wir haben sehr viel investiert und können das Volumen noch erweitern. Nachdem die beiden Betriebe weggefallen sind, hat bei uns das Telefon heiss geklingelt. Wir konnten glücklicherweise allen helfen, ihre Aufträge zu erfüllen und das Geschäft nahtlos weiterzuziehen.

Die Güsse aus Metallmodellen, Wachsen oder Rapid-Prototyping-Modellen entstehen in vielen kleinen Arbeitsschritten. Wie lange brauchen Sie, um ein Modell fertigzustellen?

Wenn sich Goldschmiede unsere Produktionsstätte anschauen kommen sie tatsächlich oft ins Staunen wenn sie sehen, wie gross der Aufwand ist. Trotzdem verlassen unsere Modelle durchschnittlich nach vier bis fünf Arbeitstagen das Atelier.



Markus Kohler

„Wir haben sehr viel investiert und können das Volumen noch erweitern.“

Warum entscheidet sich ein Goldschmied für eine Zusammenarbeit mit Brogioli Casting?

Weil er von uns einen Rundumservice bekommt und von unserer jahrzehntelangen Erfahrungen profitieren kann. Unsere zahlreichen, langjährigen Kunden schätzen es, alles aus einer Hand zu bekommen. Zudem bewahren wir die Formen für sie auf, das braucht zwar viel Platz und ist aufwändig, aber für uns gehört das ganz klar zur Dienstleistung.

Daniela Bellandi



Eine Kuvette wird in die Vakuumgiessanlage gesetzt.



Beim Befüllen der Anlage.



Das Brogioli-Team.

Brogioli Casting Edelmetallguss AG

Précision, tradition et technologie moderne

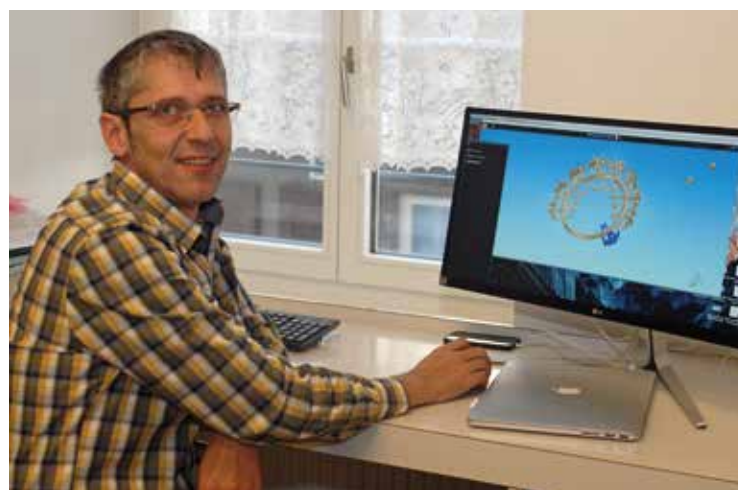
A l'Ampelngasse 8, au cœur de la vieille ville de Schaffhouse, se dresse une pimpante demeure du XVII^e siècle. Ses murs épais abritent la fonderie Brogioli Casting Edelmetallguss AG, qui s'entend parfaitement à associer tradition et haute technologie.

La maison Brogioli Casting Edelmetallguss AG à Schaffhouse a été créée en 1962 par Rita et Angelo Brogioli. Rapidement, l'entreprise a acquis une flatteuse renommée dans le secteur de l'horlogerie et de la bijouterie pour ses modèles de haute précision en or, argent et platine. Les coulages en métaux précieux n'étaient pas les seuls à susciter un fort engouement, car l'industrie de la lunetterie avait également besoin d'éléments en bronze. Pour répondre à cette demande spécifique, la famille propriétaire a fondé en 1985 la maison Brogioli S.A. à Ponte Cremenaga, près de Ponte Tresa.

L'entreprise tessinoise emploie quelque 150 collaborateurs. Elle s'est spécialisée dans le coulage de précision de métaux non précieux et leur finition mécanique ultérieure. Le département CAO et conception d'outils spécifiques garantit l'exécution professionnelle des projets. Pour sa part, la maison schaffhouseoise est demeurée fidèle aux métaux précieux et à la construction de modèles. Les deux entités bénéficient aujourd'hui des synergies issues de leurs expériences et compétences réciproques.

Un directeur de production expérimenté

En 2000, Roberto Wiederkehr, compagnon de route de longue date de la famille Brogioli et fin connaisseur du secteur, a repris la société Brogioli Casting Edelmetallguss AG. En automne de l'an dernier, il a engagé au titre de responsable de production le bijoutier et spécialiste 3D Markus Kohler. Ce professionnel de 44 ans a pour objectif d'étendre le domaine 3D, qui a vu le jour il y a huit ans, et d'assurer



Depuis une année, Markus Kohler est responsable de production de la maison Brogioli Casting AG.

son développement ultérieur. L'entreprise de Schaffhouse occupe dix collaborateurs, dont la plupart font partie de cette équipe bien rodée depuis plusieurs décennies. (db)

Informations
www.brogioli-casting.ch
www.brogioli.ch



Dans la production.



Ouverture d'un moule en silicone.



De nombreuses étapes de travail sont requises.

«De nombreux avantages, également pour les petits ateliers»

Pour Markus Kohler, le travail des métaux précieux est une affaire de famille. Comme son arrière-grand-père, son grand-père et son père, il aspirait à devenir bijoutier et a embrassé le métier de ses rêves. Aujourd'hui, il s'est en outre imposé comme un spécialiste renommé de la fabrication 3D. Depuis l'automne 2015, il est le directeur de production de la maison Brogioli Casting Edelmetallguss AG à Schaffhouse.

Gold'Or: Markus Kohler, quels changements sont-ils liés à l'apparition du CAO dans une fonderie?

Markus Kohler: Le CAO n'a rien changé à la technique de coulage en soi. Plutôt qu'un modèle en cire confectionné à la main, nous recevons de manière toujours plus fréquente des données 3D. Elles nous permettent d'imprimer un objet qui sera ensuite coulé.

Quelles sont les proportions entre les deux systèmes?

Actuellement, nous exécutons environ les trois quarts de nos mandats à partir d'un modèle traditionnel en cire ou en métal. Cependant, le nombre de mandats 3D s'inscrit en augmentation constante.

De votre point de vue, quels sont les avantages et les inconvénients du CAO?

Je ne vois aucun point négatif. Avec les technologies digitales, il est possible de réaliser des objets compliqués qui sont de ce fait plus difficiles à copier. De petits ateliers de bijouterie peuvent aussi bénéficier des nouvelles techniques et demeurer concurrentiels face aux grands opérateurs. Pour y parvenir, un important travail manuel est toujours nécessaire, sans oublier naturellement l'idée créatrice au départ.

Quand la maison Brogioli a-t-elle franchi le pas du numérique?

Nous nous intéressons à ce domaine depuis huit ans, mais nos véritables débuts se sont produits en 2011 alors que nous avons conclu un partenariat avec la société MPS Rapid Prototyping GmbH, qui fabrique à notre intention les modèles en cire.

„Nous avons beaucoup investi et pouvons encore augmenter notre volume de production.“

Quels sont vos clients cibles?

Nous disposons d'un éventail de clients extrêmement large. Il comprend des bijoutiers qui confectionnent essentiellement des pièces uniques, des fabricants de pièces en séries ainsi que des entreprises horlogères. Un autre secteur d'activité est représenté par la construction de modèles réduits, en particulier de chemins de fer. Nous produisons en outre des éléments métalliques pour des lunettes, des instruments de musique et divers autres secteurs industriels.

Les nouvelles technologies évoluent très rapidement. Pensez-vous que tout bijoutier disposera bientôt de son propre équipement?

Je ne pense pas que tous les bijoutiers indépendants puissent ou souhaitent investir dans ce domaine. Même si les coûts se réduisent en permanence, un tel achat ne sera pas rentable à longue échéance pour les petites entreprises. D'autre part, nous nous perfectionnons continuellement afin de toujours dominer les derniers développements techniques.

Après la disparition de deux concurrents l'an dernier, la Suisse ne compte plus que deux grandes fonderies, vous et Altmann Casting AG à Ipsach. Parvenez-vous à répondre à l'ensemble des besoins du marché?

Oui. Nous avons énormément investi et pouvons encore augmenter notre volume de production. A l'évidence, le téléphone n'a pas arrêté de sonner lorsque ces deux entreprises ont cessé leurs activités. Heureusement, nous avons pu répondre à toutes les demandes. Nos clients anciens et nouveaux ont ainsi été en mesure d'honorer leurs commandes et d'assurer le déroulement normal de leur production.

Les objets confectionnés par CAO voient le jour au cours de nombreuses petites étapes de travail. De combien de temps avez-vous besoin pour les réaliser?

A chaque fois que des bijoutiers visitent nos installations, ils s'étonnent de constater l'importance du travail exigé pour la réalisation des modèles. Néanmoins, ces derniers quittent généralement l'atelier à l'issue d'un délai de quatre à cinq jours.

Pourquoi un bijoutier devrait-il accorder sa confiance à Brogioli Casting?

Parce que nous lui proposons un service complet et qu'il peut tirer avantage d'une expérience de plusieurs décennies. Nos nombreux clients de longue date apprécient de disposer d'un seul interlocuteur. De plus, nous conservons les moules à leur intention, même s'ils prennent beaucoup de place et exigent certaines précautions, mais cette prestation fait clairement partie du service que nous souhaitons offrir à nos clients.

Daniela Bellandi



Une cuvette est déposée dans l'installation de coulage à vide.



Les métaux précieux sont versés dans l'installation de coulage.



Le team Brogioli.

Who

François-Henry Bennahmias, der Geschäftsführer von Audemars Piguet (AP), fiel Ende September in einem Interview mit der Zeitung L'Agefi mit einem bemerkenswerten Spruch auf: „Die Schweizer Uhrenindustrie produzierte im vergangenen Jahr im oberen Preisbereich (7000 Franken und höher) zwischen 500'000 und 600'000 Uhren. Dem stehen weltweit derzeit etwa 40 Millionen potenzielle Kunden für diese Uhren gegenüber. Die grosse Frage lautet also: Wie finden wir diese Kunden? Wobei es zu bedenken gilt, dass die wirklich reichen Kunden heute gar nicht mehr in Boutiquen gehen.“ Eine Fortsetzung zu diesem Thema fand sich Mitte Oktober in der Sonntagszeitung. So war zu lesen, dass einige der weltweit 52 AP-Boutiquen bereits die Hälfte ihrer Uhren via Telefon und nicht mehr in der Boutique selber verkauften. In den USA, dem stärksten Markt von AP, will man deshalb vermehrt auf Verkaufsevents im Stil von Tupperware-Partys setzen. Frei nach dem Motto: Wenn der Prophet nicht zum Berg kommt, muss der Berg halt zum Propheten. AP setzte 2015 rekordmässige 800 Millionen Franken um und weist dieses Jahr ein Wachstum im einstelligen Prozentbereich auf. Auch dies gibt es im verrückten Uhrenjahr 2016.

François-Henry Bennahmias, directeur d'Audemars Piguet (AP), a formulé une remarque intéressante lors d'un entretien accordé à L'Agefi à la fin septembre: «L'industrie horlogère suisse a produit l'an dernier entre 500'000 et 600'000 montres dans le segment de prix supérieur (plus de 7000 francs). Ces garde-temps s'adressent à quelque 40 millions de clients potentiels sur tous les continents. Toute la difficulté consiste à les trouver. En effet, nous avons remarqué que les personnes véritablement riches ne se rendent plus dans les boutiques.» Ce thème a été repris à la mi-octobre par la Sonntagszeitung qui précisait notamment que certaines des 52 boutiques AP à travers le monde écoulèrent la moitié de leurs montres par téléphone et non sur place. Aux Etats-Unis, le plus important marché d'AP, l'entreprise souhaite davantage investir dans des événements de vente dans le style des réunions Tupperware, selon le principe, «si le prophète ne va pas à la montagne, la montagne ira à lui.» En 2015, AP a réalisé un chiffre d'affaires record de 800 millions de francs et continue d'afficher une croissance pour l'exercice en cours. De tels succès existent aussi dans la folle année horlogère 2016.

Majo Fruithof, Erlenbach, wurde von der Sonntagszeitung Mitte Oktober in einer Kurznotiz erwähnt. Die Goldschmiedin, die ihr Geschäft an der Adresse In Gassen 9 in Zürich Ende 2012 geschlossen hatte, habe ihren Lagerbestand aus Rücksicht auf Stammkunden nicht liquidiert. Stattdessen spende sie regelmässig einzelne Schmuckstücke für einen guten Zweck. Zuletzt am 1. November in Dieter Meiers Atelier-Bar am Talacker 16 in Zürich. Mit dem Erlös werde der Aufbau einer Apotheke in einem Slum in Buenos Aires unterstützt.

Majo Fruithof, Erlenbach, a fait l'objet d'une brève information dans la Sonntagszeitung à la mi-octobre. La bijoutière, qui a fermé son magasin de la Gassen 9 à Zurich à la fin 2012, n'avait pas liquidé son stock en pensant à ses fidèles clients. En lieu et place, elle offre régulièrement des créations de bijouterie pour une bonne cause. La dernière action de ce type en date s'est tenue le 1er novembre dans l'atelier-bar de Dieter Meier, Talacker 16 à Zurich. La recette de cette opération servira à soutenir la construction d'une pharmacie dans un bidonville de Buenos Aires.

Serie Techniken entdecken und vertiefen

Neue Dimensionen mit Falttechniken

Wir sind uns kaum bewusst, wie oft wir selbst mit Knicken und Falten, mit der Technik und ihren Ergebnissen zu tun haben. Metall zu falten, erschliesst einen überraschend vielseitigen Umgang mit den natürlichen Eigenschaften des Materials und ermöglicht neue Dimensionen in der Schmuck- und Oberflächengestaltung.

Meistens werden nur wenige Werkzeuge benötigt: Bretteisen, Hammer, Schraubstock, Zangen und ein Lötgerät. Um bestimmte Strukturen zu erzeugen werden entsprechende Hämmer eingesetzt. Zu Übungszwecken eignet sich ungefähr 0,5 Millimeter dünnes Kupferblech. Charles Lewton-Brain unterscheidet in seinem Buch *Foldforming** Linienfaltung, Kreuzfaltung, T-Faltung, Walzfaltung, Sternfaltung, Schlangenfaltung und weitere Faltungsformen.

Basierend auf dieser Grundform können durch enge oder weite Öffnungen über 20 Variationen entstehen. Werden die Kanten mit einem Metallhammer geschmiedet, entstehen organische, blütenähnliche Skulpturen.

Felix Stüssi

Info
www.stuessi.de
Telefon +49 7661 904 27 14

Literaturhinweis: „Foldforming“ von Charles Lewton-Brain, Bryanmorgan Press 2008 und „Creative Metal Forming“ von Betty Helen Longhi, Bryanmorgan Press 2013.

Linienfaltung

Das erste Beispiel basiert auf vier Schritten. Ein rechteckiges Metallplättchen wird in einer diagonalen Mittelachse angezeichnet, mit einem Ziehschaber geritzt, über einer Kante gebogen und gefaltet. Danach wird es mit einem Kunststoffhammer enger geglättet und es folgen die weiteren Faltungen nach dem gleichen Prinzip.



2



Mit der Hammerfinne verlängert man die Aussenkante.

3



Nach dem Ausglühen wird die Form auseinandergezogen.

Sternfaltung

Um einen Stern herzustellen, wird ein quadratisches Plättchen diagonal gefaltet.

1



Nach dem Ausglühen wird die Form auseinandergezogen und mit der Hammerfinne bearbeitet.

4



2



Die Zwischenräume werden mit der Hand über eine Kante gebogen und die Form wird geschlossen.

3



Anschliessend werden die Flügel ausgesägt.

Beim Arbeiten.



SWISS MADE QUALITY SOFTWARE



DIAMOND SERVICES

Die Softwarelösung der Uhren-, Bijouterie- & Goldschmiede-Branche

Diamond unterstützt Sie:

- bei der Lagerverwaltung
- beim Kassenverkauf
- bei der Kundenverwaltung
- beim Etikettendruck
- bei vielem mehr...

Diamond ist:

- einfach zu bedienen
- mehrplatzfähig
- mehrsprachig
- modern
- innovativ

Jens Dombrowski • Zürich • 044 400 01 11
www.diamondservices.ch

Valérie Schüpbach • Cossonay • 021 863 20 65
www.mdf-bis.com

Who

LVMH, Paris (F),

will mit der Internet-Verkaufsplattform Amazon weiterhin nicht zusammenarbeiten: „Wir sind der Meinung, dass Amazon für LVMH und ihre Marken nicht das geeignete Verkaufsumfeld darstellt. Derzeit sehen wir keine Möglichkeit, um miteinander ins Geschäft zu kommen“, so Verkaufschef Jean-Jacques Guiony. Wer sich die Mühe macht, das aktuelle Angebot von Amazon durchzusehen, wird allerdings feststellen, dass es dort von Markenuhren aus dem Portfolio von LVMH geradezu wimmelt. Auch wenn LVMH nicht offiziell über Amazon handeln will, werden ihre Produkte dort trotzdem von unzähligen Händlern munter zum Verkauf angeboten. Warum es LVMH nicht möglich ist, diesen auf Amazon vollzogenen Handel ihrer Uhren zu unterbinden, bleibt ein Geheimnis. Gleiches gilt auch für Produkte von Richemont oder der Swatch Group.

LVMH, Paris (F),

ne souhaite pas travailler à l'avenir avec la plate-forme internet Amazon: «Nous considérons qu'Amazon ne représente pas un environnement de vente adéquat pour LVMH et ses marques. Actuellement, nous ne voyons aucune possibilité d'entrer en relations commerciales avec cette entreprise», a déclaré Jean-Jacques Guiony. Cependant, les personnes qui se donnent la peine de consulter l'offre actuelle d'Amazon constateront qu'elle fourmille littéralement de montres portant le nom de marques présentes dans le portefeuille de LVMH. Même si le groupe ne souhaite pas établir des liens officiels avec Amazon, ses produits y sont néanmoins proposés par d'innombrables vendeurs. Le mystère demeure entier sur les motifs qui n'incitent pas LVMH à juguler cette commercialisation sur internet. La même observation s'applique aux produits de Richemont ou du Swatch Group.

Apple, Cupertino (USA),

publizierte am 25. Oktober die Zahlen des Ende September abgeschlossenen Geschäftsjahrs 2015/16. Es resultierte ein Umsatz von 215,64 Milliarden US-Dollar, was einem Rückgang um acht Prozent entspricht. Der Betriebsgewinn sank noch stärker, um 16 Prozent auf 45,69 Milliarden. Gemessen an den Massstäben, die derzeit für die Schweizer Uhrenindustrie angesetzt werden, steckt der kalifornische IT-Konzern aktuell in einer der grössten Krisen seiner Firmengeschichte. Oder, um die Worte zu verwenden, mit der eine deutsche Fachzeitschrift den Zustand der Schweizer Uhrenhersteller beschrieb: Apples „Niedergang“ hat unmittelbar begonnen.

Apple, Cupertino (USA),

a publié le 25 octobre les résultats de son exercice 2015/2016 qui s'est achevé à la fin septembre. L'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de 215,64 milliards de dollars US, en recul de huit pour cent alors que le bénéfice s'est contracté de seize pour cent pour s'établir à 45,69 milliards. Mesuré aux normes actuellement utilisées pour l'industrie horlogère suisse, le groupe californien se trouverait dans l'une des plus grandes crises de son histoire. Ou, pour reprendre le terme appliqué par un magazine allemand au secteur horloger helvétique, le «déclin» d'Apple aurait déjà commencé.

Serie Goldschmiedegespräch

„Ich bereue es keine Sekunde“

Silvia Fischer hat ihre „Dielsdorfer Goldschmitte“ 1983 eröffnet. Im Lauf der Jahre hat sich diese zu einer Bijouterie mit Atelier gewandelt und ist zur zentralen Anlaufstelle in der Region Zürcher Unterland geworden. Ihr Sohn Peter Fischer arbeitet seit 2012 im Geschäft mit und wird dieses voraussichtlich mittelfristig übernehmen.

Gold'Or: Silvia Fischer, warum sind Sie Goldschmiedin geworden?

Silvia Fischer: Den Drang zum Handwerklichen hatte ich schon als Kind. Ebenso typisch für mich sind die Engselgeduld und die Hingabe bei der Arbeit mit filigranen und edlen Materialien. Geduld und die Freude am genauen Arbeiten sind Grundvoraussetzungen für den Goldschmiedeberuf.

Welche Erinnerungen haben Sie an Ihre Lehrzeit?

Sehr gute. Ich hatte das Glück, meine Lehre bei einem ausgezeichneten Betrieb absolvieren zu dürfen, bei Walter Fleischmann in Winterthur. Ich war dort richtig glücklich. Auch wenn mein Vater im Vorfeld alles andere als begeistert war von meiner Berufswahl und immer wieder versucht hatte, mir meinen Entscheid auszureden. Er hätte es lieber gesehen, wenn ich studiert hätte.

Über meine damalige Hartnäckigkeit bin ich heute sehr froh. Ich bereue es keine Sekunde, den Goldschmiedeberuf gewählt zu haben.

Ihr Geschäft ist längst keine reine Goldschmiede mehr, sie führen auch viele Uhren.

Dass wir viele Uhrenmarken verkaufen, hat sich fast automatisch ergeben. Als ich hier in Dielsdorf 1983 begonnen hatte, war mein Geschäft eine reine Goldschmiede. Wenn sie dann fast täglich von ihren Kunden die Frage hören: „Haben Sie auch Uhren?“ ist es nur eine Frage der Zeit, bis sie eine Uhrenmarke im

Geschäft anbieten. Alle weiteren Marken kamen im Lauf der Jahre dann fast wie von selbst dazu. Heute ist der Uhrenbereich für mein Geschäft zu einem wichtigen zweiten Standbein geworden. Dazu beigetragen hat sicher, dass wir hier in Dielsdorf das einzige Fachgeschäft sind.

Sitzen Sie heute selber noch an der Werkbank?

Mein Herz schlägt noch immer für das Goldschmieden. Aber ich bin heute schon viel mehr im Büro und in der Verkaufsberatung tätig als früher. Mit meiner Mitarbeiterin, der Goldschmiedin Karin Keller, die seit über 20 Jahren bei uns tätig ist, verstehe ich mich sehr gut. Weil wir so gut harmonieren, können wir die Kunden mit der gleichen Philosophie beraten und bedienen, das gestaltet unsere Dienstleistungen und Kundenbeziehungen einiges einfacher. Selber an die Werkbank setze ich mich nur, wenn wir sehr viele dringende Aufträge zu bearbeiten haben.



Silvia Fischer



Die Dielsdorfer Goldschmitte liegt mitten im Dorfzentrum.



Ring in Gelbgold 750, Granat facettiert (1.72 ct.), Entourage in Weissgold 750, rückseitig à jour gesägt, vierzehn Brillanten (G, IF, 0.44 ct), korngefasst.

Was macht Ihnen am Goldschmiedeberuf am meisten Mühe?

Mühe kenne ich eigentlich nicht, obwohl es manchmal schwierig ist, die kurzfristigen und vielfältigen Kundenwünsche zu erfüllen. Es ist aber immer unser Anspruch, unsere geschätzte Kundschaft professionell, fachgerecht und zur jeweiligen Person passend, zu beraten und zu bedienen.

Und was bereitet Ihnen am meisten Freude?

Das berühmte „von A bis Z“: Dazu gehört sicher, die anspruchsvollsten Wunschvorstellungen des Kunden realisieren zu können und ihm am Ende ein Schmuckstück zu überreichen, welches ihn begeistert. Es ist uns ein wichtiges Anliegen, die Kunden am Entstehungsprozess teilhaben zu lassen. Wir laden sie deshalb immer ein, schon die Vorstufen ihres bestellten Schmuckstücks zu begutachten. Das macht alles noch persönlicher und ist sicher etwas vom Schönsten an unserem Beruf.



Schloss für zweireihiges Akoyaperlen-Collier, grüner Turmalin (8,37ct.) Weissgold 750, 33 Brillanten (0.76 ct). Rückseitig ist ein „T“-Schloss eingebaut.
Bild: Caroline Rau

„Es ist uns wichtig, die Kunden am Prozess teilhaben zu lassen.“

Bilden Sie auch Goldschmiede aus?

Ich habe während über 20 Jahren Goldschmiede ausgebildet. Nach einem Unterbruch von fünf Jahren habe ich mich zusammen mit meinem Sohn entschieden, wieder Lernende auszubilden. Unsere Goldschmiedin Karin Keller wird uns bei dieser schönen und anspruchsvollen Arbeit wieder tatkräftig unterstützen.



Schmuck-Krawatte (Bolo-Tie), Lederband, Gelb- und Weissgold 750.
Bild: Caroline Rau

Hat es Sie nie gereizt, mit Ihrem Geschäft nach Zürich oder Winterthur umzuziehen?

Nein, ein Wechsel kam für mich nie in Frage. Mit Dielsdorf hat mich zwar ursprünglich nichts verbunden, aufgewachsen bin ich in Winterthur. Ich wurde seinerzeit vom Gewerbeverein aus Dielsdorf angefragt, ob ich nicht nach Dielsdorf kommen wolle. Nach der Eröffnung lief mein Geschäft von Anfang an gut und irgendwann war mein Kundennetz in der Region Unterland so gross, dass ein Wechsel auch gar keinen Sinn mehr gemacht hätte.

Wie sieht die Zukunft der Dielsdorfer Goldschmiede aus, wenn Sie irgendwann einmal kürzer treten wollen?

Im Moment sieht es so aus, als ob mein Sohn das Geschäft mittelfristig übernehmen wird. Er ist schon einige Jahre im Geschäft tätig und hat unlängst eine Weiterbildung zum eidgenössischen Uhrenfachberater und sein BWL-Studium erfolgreich abgeschlossen. Die Ausbildung zum Uhrenfachberater beinhaltet ein grosses Engagement der Schulleitung, die uns als Fachbetrieb sehr entgegengekommen ist.

Marcel Weder

Info
www.goldschmitte-dielsdorf.ch

ambiente the show

10.–14.2.2017



Giving erweitert das Spiel zwischen Kreativität und Produkt, Individualität und Trend, Sortiment und Anspruch. Auf der wichtigsten Konsumgütermesse der Welt.

Infos und Tickets unter
ambiente.messefrankfurt.com
Tel. +41 44 503 94 00
info@ch.messefrankfurt.com



Partner country
Great Britain



messe frankfurt

Who

Algordanza, Domat/Ems, wurde vom „Spiegel“ am 8. Oktober mit einem grossen Artikel beglückt. Ob das Unternehmen dafür bezahlen musste, bleibe dahingestellt. In jedem Fall stellte der Artikel einen prächtigen Werbeerfolg für die Bündner Firma dar, die angeblich aus Kremationsasche synthetische Diamanten herstellt. Er wirft aber auch ein mehr als schlechtes Licht auf die Recherche-Methoden des Spiegels. Einerseits ist im Artikel mehrfach schlicht von „Diamanten“ die Rede, ohne jeweils immer, wie es eigentlich Pflicht wäre, darauf hinzuweisen, dass es sich um synthetische oder künstliche Diamanten handelt. Zudem macht der Artikel nirgends klar, dass man aus Kremationsasche gar keine synthetischen Diamanten herstellen kann. Wenn zudem dauernd von Erinnerungsdiamanten die Rede ist, ist das in etwa so, wie wenn man eine Bündner Gerstensuppe als „Pfeffersuppe“ bezeichnen würde, nur weil man sie am Ende noch ein wenig mit Pfeffer würzt. Insofern wird dem Konsumenten hier muster-gültig Pfeffer – pardon Sand – in die Augen gestreut. Während im Uhrenbereich bei der Swiss-made-Nennung um Zehntel gefeilscht wird, scheinen gewisse Unternehmen bei Diamanten deutlich salopper mit Qualitäts-Begriffen umgehen zu können.

Algordanza, Domat/Ems, a figuré au sommaire du «Spiegel» le 8 octobre grâce à un reportage détaillé dont il était difficile de déterminer s'il avait fait l'objet d'une rémunération. En tous les cas, l'article représentait une excellente publicité pour l'entreprise grisonne qui prétend confectionner des diamants synthétiques à partir des cendres de crémation. Ce reportage jetait cependant une ombre sur les méthodes de recherche du Spiegel. D'une part, l'article parlait simplement de «diamants», sans mentionner explicitement comme il aurait dû le faire qu'il s'agissait de diamants artificiels. De l'autre, le journaliste n'expliquait pas qu'il est impossible de fabriquer des diamants synthétiques à partir des cendres de personnes décédées. Enfin, l'évocation de «diamants du souvenir» s'apparenterait à la volonté de débaptiser la «soupe à l'orge grisonne» afin de la nommer «soupe au poivre», sous prétexte qu'elle est relevée par cette épice au moment d'être servie. Dans ce cas, le poivre – ou plutôt la poudre – est jetée aux yeux du consommateur. Alors que dans le secteur de l'horlogerie, la mention Swiss made fait l'objet d'une réglementation extrêmement précise, certaines entreprises semblent en prendre davantage à leur aise avec les critères de qualité des diamants sans que nul ne paraisse s'en offusquer.

Nick Hayek, Meisterschwanden, sagte gegenüber der Handelszeitung in einem Interview vom 20. Oktober auf die Frage, ob die Krise vorbei sei: „Wenn Sie damit die Schweizer Uhrenindustrie meinen, da gibt es keine Krise. In den letzten fünf bis sechs Jahren sind wir 50, 60, 70 Prozent gewachsen. Dann kam der Franken-Schock und seither hatten wir einen Rückgang von 10, 20 Prozent in Schweizer Franken.“ Weiter gab er an, dass Marken wie Omega, Blancpain und Longines seit Juli wieder wachsen. Wer zwischen den Zeilen liest, muss davon ausgehen, dass Marken wie Breguet, Jaquet Droz, Glashütte Original, Union Glashütte oder Certina derzeit eben gerade nicht wachsen. Zu behaupten, nur der starke Franken sei derzeit spürbar, während die verkauften Stückzahlen keineswegs rückläufig seien, erscheint als Augenwischerei.

Serie Spot on

„Sehr viele Leute kennen nun mein Geschäft“

Die Kuppelshow „Der Bachelor“ des Schweizer Privatsenders 3+ sorgt regelmässig für Rekordzahlen bei der Einschaltquote. Die zweite „Bachelorette“, Zaklina Djuricic, hat im Frühling vor laufender Kamera anscheinend ihren Traummann gefunden. Von diesem Liebesglück konnte auch Goldschmiedin Eveline Frischknecht aus St. Gallen profitieren.

Gold'Or: Eveline Frischknecht, viele finden, dass die Sendung „Der Bachelor“ ein eher leichtes Format ist. Die Zuschauerquoten sprechen jedoch eine andere Sprache. Wie viele Folgen davon haben Sie bisher gesehen?

Eveline Frischknecht: Bevor ich gewusst habe, dass bei uns gefilmt werden soll, hat mich diese Sendung nicht interessiert, ich schaue sowieso fast nie TV. Als klar war, dass wir mitmachen, schaute ich ab und zu rein, denn ich wollte wissen, worauf wir uns da einlassen.



Eveline Frischknecht (links) mit dem Bachelor-Paar in ihrem Geschäft.

Sie haben das Bachelor-Paar Zaklina Djuricic und ihren Freund Michael Schmied in Ihr Atelier eingeladen, damit er ihr vor laufender Kamera ein Schmuckstück machen kann. Wie sind Sie auf diese Idee gekommen?

Das war nicht unsere Idee. Wir wurden angefragt, ob ein Paar bei uns ein Schmuckstück machen und das gefilmt werden dürfe. Erst als ich zugesagt habe, erfuhr ich, dass es um diese Sendung geht.

Sie und Ihr Atelier sind während knapp zwei Minuten im Fernsehen gezeigt worden. Wie lange hat die Dreharbeit gedauert?

Der Dreh hat einen ganzen Nachmittag in Anspruch genommen. Hinter die Kulissen blicken zu können, war spannend. Das ganze Team und auch das Bachelor-Paar waren sehr sympathisch.

Was hat Ihnen diese Aktion gebracht?

Sehr viele Leute kennen nun mein Geschäft. In St. Gallen hatten wir vorher schon einen Namen. Dieser ist nun weitherum bekannt geworden.

Hat dieses Projekt Einfluss auf Ihre künftige Marketingstrategie?

In „Schweiz Aktuell“ wurde mal über unseren Schmuck berichtet, der auf Basis der St. Galler Stickerei beruht. Auch damals war das Echo riesig. Ich musste mich bisher nicht gross um Werbung bemühen, vieles hat sich einfach ergeben. Aber man darf definitiv nicht mit gefalteten Händen dasitzen und warten, bis etwas geschieht. Mein Motto ist auch: Tue Gutes und sprich darüber.

Ihr Sohn Calvin ist 25 Jahre alt und arbeitet ebenfalls als Goldschmied bei Ihnen. Was würden Sie davon halten, wenn er sich als „Bachelor“ bewerben möchte?

Er ist frei und kann tun und lassen was er will. Calvin war bei dieser Anfrage schon skeptisch und wusste nicht, ob sich das positiv auf unser Geschäft auswirken würde. Er wird sich sicher nicht melden – und das ist mir auch recht.

Daniela Bellandi

Die Zugabe mit Charakter

Kurz vor Weihnachten ist er wieder besonders gefragt: der Beisteckring. In der Regel handelt es sich um einen hochwertigen Ring, der vor oder hinter einem Ehering getragen wird. Besonders gerne kommt er auch bei festlichen Gelegenheiten zum Einsatz. In die gleiche Kategorie gehören die Solitär- und Memoireringe, die ebenfalls oft als Vorsteckringe für Aufmerksamkeit sorgen.

Ob tagsüber im Job, casual oder als Vervollständigung der Abendgarderobe, diese neuen Ringe aus der Kollektion „Suit your mood“ von Gexist aus Martigny im Wallis zeugen von Stilsicherheit und Selbstbewusstsein. Es gibt sie in verschiedenen Silbernuancen, mit oder ohne handgesetzte Steine.



Die Ringe aus der Kollektion „Nature“ der dänischen Schmuckmanufaktur Ole Lynggaard sind in verschiedenen Varianten in Gelb-, Weiss- und Roségold, mit und ohne Brillanten erhältlich. Charlotte Lynggaard liess sich für diese Serie von der Natur inspirieren.



Die handgefertigten Solitär Schmuckstücke von Palido Diamonds aus dem österreichischen Linz gibt es in verschiedenen Grössen und Qualitäten von 0.03 bis 3 Carat und in allen verfügbaren Goldlegierungen, wahlweise in Gold 585 oder Gold 750.



Die Carbon-Edelstahl-Kollektion des Luzerner Schmuckherstellers Apero setzt auf Qualität. Die schlichte Eleganz widerspiegelt den Zeitgeist und die mit Laser gravierten Muster bieten eine einzigartige Optik. Die Ringe gibt es auch goldplattiert, mit Diamanten, Farbsteinen oder Perlen.



Der dreiteilige Ring „Empire“ von Michael Weggenmann aus Kaiserlautern (D) ist nicht nur ein Blickfang, sondern auch wunderbar wandelbar. Er besteht aus Gold 750, schwarz ionisiertem Stahl oder speziell gerostetem Eisen, alternativ mit schwarzen oder braunen und weissen Diamanten.



Bei Leo Wittwer aus dem süddeutschen Pforzheim gibt es Beisteckringe in klassischer Form aber auch extravagante Modelle. Die Ringe in 18-karätigem Gold können traditionell zum Solitärring getragen oder miteinander kombiniert werden.

Für schmalere Portemonnaies sind diese Beisteckringe von Vivity Jewels, eine Marke, die zur Bruno Mayer KG in Keltern gehört. Die Ringe sind aus Sterlingsilber auf Hochglanz poliert mit Zirkoniabesatz.



Who

Nick Hayek, Meisterschwanden, s'est exprimé le 20 octobre dans un interview à la Handelszeitung sur la conjoncture économique: «Si vous pensez à l'industrie horlogère suisse, elle n'est pas en crise. Au cours des cinq à six dernières années, notre production a augmenté de 50, 60, 70 pour cent. Nous avons ensuite ressenti de plein fouet le choc du franc fort et, depuis lors, nous avons enregistré un recul de 10, 20 pour cent en francs suisses.» Il a également indiqué que des marques comme Omega, Blancpain et Longines affichaient de nouveau une croissance depuis le mois de juillet. A lire entre les lignes, il apparaît donc que des marques telles que Breguet, Jaquet Droz, Glashütte Original, Union Glashütte ou Certina ne connaissent précisément pas ce regain de faveur. En outre, l'affirmation que la bonne tenue de la devise helvétique est le seul obstacle au développement et que les ventes n'auraient pas diminué s'apparente à un pieux mensonge.

Moha Samraoui,

Gründer der Internetverkaufsplattform GroopTOO.ch sowie von Sovogue.ch, wurde in Le Matin Dimanche vom 16. Oktober porträtiert. Der Artikel demonstriert am Beispiel der erwähnten Seiten eindrücklich wie sich der Graumarkt in der Schweiz im Uhrenbereich bei Käufern und Marken etabliert hat. Noch vor drei Jahren bot Samraoui seine Uhren auf dem Gemischtwarenladen GroopTOO.ch an und erhielt von den Marken regelmässig juristische Briefe. Seit Anfang Jahr gibt es Sovogue.ch, wo ausschliesslich Markenuhren verkauft werden. Inzwischen arbeiten bereits mehrere Schweizer Marken direkt mit der Seite zusammen, um Restposten zu verkaufen. Die meisten Uhren gelangen über ausländische Filialen, via Grosshändler in den USA und Kanada, auf die Schweizer Internetseite. Aktuell findet man auf Sovogue neue Uhren von fast allen renommierten Schweizer Uhrenfirmen, rund 50 Marken sind vertreten, darunter Namen wie Rolex, Omega oder Jaeger-LeCoultre. Eine Ausnahme bildet Patek Philippe. Wie dem Artikel zu entnehmen ist, soll die Seite seit Anfang Jahr bereits 8000 Uhren verkauft haben, was einem Schnitt von 25 bis 30 verkauften Uhren pro Tag entspräche.

Moha Samraoui,

fondateur des plateformes internet «GroopTOO.ch» et «Sovogue.ch», a été interrogé dans le Matin Dimanche du 16 octobre. A l'exemple de ces deux sites, l'article démontre de manière impressionnante à quel point le marché gris s'est établi en Suisse dans le domaine horloger, tant auprès des acheteurs que des marques. Il y a trois ans encore, Moha Samraoui proposait ses montres sur la plateforme mixte «GroopTOO.ch» et recevait régulièrement des lettres de mise en garde des services juridiques des constructeurs horlogers. Depuis le début de l'année, le site «Sovogue.ch» vend exclusivement des montres. Plusieurs marques suisses travaillent déjà directement avec l'opérateur virtuel afin d'écouler leurs fins de séries. La plupart des montres proviennent de succursales étrangères, par l'entremise de grossistes établis aux Etats-Unis et au Canada. Actuellement, Sovogue propose de nouvelles montres de presque toutes les grandes marques suisses et une cinquantaine de producteurs sont représentés sur le site, parmi lesquels des noms tels que Rolex, Omega ou Jaeger-LeCoultre. A cet égard, Patek Philippe est l'exception qui confirme la règle. Ainsi que l'article le précisait, le site aurait vendu 8000 montres depuis le début de l'année, soit une moyenne de 25 à 30 montres par jour.

Marie-Hélène de Taillac pour Baccarat

L'esprit de la couleur

Conçue comme une sélection «capsule», la collection de la designer Marie-Hélène de Taillac pour les cristalleries de Baccarat se développe en un kaléidoscope de couleurs. Basée sur les pampilles octogonales signant les lustres de la grande maison française, elle les transforme en bijoux aux montures aériennes d'or ou d'argent.

L'histoire de la grande cristallerie lorraine ne se raconte plus! Il y a deux ans, Baccarat a fêté ses 250 ans, un anniversaire que bien des marques de luxe lui envient. Les aléas de l'existence, pour une entreprise si ancienne, ne lui ont pas manqué. A travers les hauts et les bas, Baccarat a su survivre, inventer, se diversifier et surtout maintenir une qualité et un savoir-faire légendaire que vingt-cinq MOF (Meilleurs Ouvriers de France) perpétuent avec amour et fierté.

Merci à Louis XV

Dans ces forêts vosgiennes, sombres et serrées, la vie était difficile au XVIII^e siècle, le travail rare. Pour employer cette population de bûcherons, Louis XV signa, en octobre 1764, un décret royal créant une cristallerie dont les fours n'auraient aucune peine à être alimentés. Depuis, Baccarat a vu passer bien des rois et des empereurs, a gagné de nombreuses récompenses internationales et autres médailles d'or. Tout au début des années 1990, alors que la cristallerie ronronnait rue de Paradis, à Paris, en vendant des verres, des lustres et quelques vases, un des fameux MOF inventait une bizarre boucle en cristal noir qui se glissait dans la conque de l'oreille. En 1992, Baccarat lança sa première collection de bijoux avec un pendentif cœur en cristal rouge, la couleur star de la verrerie, et la désormais célèbre paire de boucles d'oreilles. Sans grande connaissance du monde joaillier, Baccarat s'est lancé avec enthousiasme dans cette aventure qui lui a porté chance. Pourtant, quelques directeurs généraux ont dû avoir bien des sueurs froides.



Steve Marion, responsable de Baccarat pour la Suisse et le Liechtenstein, avec Julie Garetier, Europe Sales Manager & Wholesale & Specifiers. Photo: Cdv Consulting



La créatrice Marie-Hélène de Taillac vit actuellement la moitié de l'année au Rajasthan d'où elle tire son inspiration colorée. Photo: Mohamed Khalil, Paris

Des collections «capsules»

De ravissantes lignes harmonisant cristal et métaux précieux ont vu le jour avec succès. Habitée à travailler avec des designers, la manufacture s'est également tournée vers des créateurs pour des bijoux très exclusifs. En 2003, la sculptrice et créatrice de bijoux Sonia Vári, accessoirement épouse de Fernando Botero, incorpore le cristal clair à des formes généreuses en or jaune. Elie Top, ancien assistant d'Yves St-Laurent et d'Alber Elbaz, signe, en 2010, une collection intitulée «Bouchons de carafe» aux volumes et facettes impressionnants. En 2011, Aude Lechère, réalise un splendide mariage du métal précieux et du cristal sous le nom de «Sous Bois». Cette fin d'année, voit arriver une ligne créée par la designer de bijoux «franco-internationale» renommée, Marie-Hélène de Taillac.

Marie-Hélène de Taillac

«Les lignes pures de l'octogone et la palette de couleurs de Baccarat offrent une liberté infinie de créations», atteste celle qui s'est fait connaître pour l'utilisation des pierres de couleur dans ses bijoux influencés par l'Inde. La créatrice n'est pas une joaillière

mais une dessinatrice. Néanmoins, elle a été étudier les pierres au GIA pour apprendre à bien les choisir. Née en Lybie en 1964, Marie-Hélène de Taillac a toujours eu la bougeotte. Fille d'un papa dans le pétrole, elle connaît bien le Moyen-Orient puis a été vivre à Londres. En 1989, elle se rend en Inde et franchit les portes de la célèbre joaillerie de Jaipur, le Gem Palace. Un vrai coup de foudre. En 1996, elle lance sa première collection de bijoux depuis l'Inde où elle vit désormais six mois par année. Elle a su s'inventer un style très coloré dans lequel les pierres précieuses sont essentielles. Ses sœurs sont venues la seconder pour ouvrir des boutiques à New-York ou à Tokyo. Ses bijoux s'accordent avec ses tenues souvent sobres. Elle les fait réaliser au Rajasthan pour bénéficier du savoir-faire ancestral des professionnels de cette région d'Inde. Mais elle travaille aussi avec des designers japonais et des ateliers français. La rencontre de l'amoureuse de la couleur et de Baccarat ne pouvait que créer un arc-en-ciel.

Une belle palette de teintes

«Le cristal est une matière fascinante qui capte et reflète toute la lumière», souligne Marie-Hélène de Taillac. L'emblématique boîte rouge de Baccarat s'ouvre sur un somptueux décor où les pampilles de lustres s'animent et se mêlent à un tourbillon de couleurs: cristal clair, bleu lagon, vert olivine, rose poudré et rouge-passion. Les teintes se déclinent en bagues, pendentifs, colliers et boucles d'oreilles. L'empreinte de l'or

Déclinées en or et deux fois en argent, les teintes du cristal de Baccarat pour cette collection. Le bijou est garanti deux ans.



Collier multicolore affectionné par M.-H de Taillac avec des boucles d'oreilles «chandelier».

ou de l'argent est fine et sablée: l'esprit du bijou indien revu par une minimaliste. Les octogones sont facettés, parfois de manière concave afin de mieux accrocher la lumière. La bague sublimera le geste, les boucles éclaireront le visage et le collier multicolore ou uniformément rouge illuminera le décolleté le plus triste.

Catherine DeVincenti

Informations
steve.marion@baccarat.fr

Points de vente bijoux en Suisse: Ouranos et Curiosity, Lausanne; Gillet, Yverdon; Kaenel, Villars s/Ollon; Michaud, Neuchâtel; Meister, Zürich.



**Votre spécialiste
pour boucles, fermoirs
& barrettes à ergot**

OESCH
S W I T Z E R L A N D

neu nouveau neu
www.oeschswitzerland.com

**Ihr Spezialist für
Schnallen, Verschlüsse
& Wechsel-Federachsen**

„Wir haben nur sehr gut zugehört“

Die deutsche Diamond Group aus Koblenz-Gondorf kann auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken. In der Schweiz findet man ihren hochwertigen Gold-, Brillant-, Perlen- und Farbsteingeschmuck in mehr als 30 Verkaufspunkten. Die Inhaber und Geschäftspartner Frank Heringer und Anke Schmidt reden über die Ziele.



Ringe aus der Kollektion Exklusiv (Gold 18 Kt mit Brillanten).

Gold'Or: Frank Heringer, nicht überall ist das Schmuckgeschäft in diesem Jahr glanzvoll über die Bühne gegangen. Was hat die Diamond Group anders gemacht, als diejenigen, die Einbussen verbuchen müssen?

Frank Heringer: Wir haben unsere Kollektionen spezifisch auf die verschiedenen Länder angepasst. Das heisst, dass wir im Vorfeld unsere Kunden befragt und genau abgeklärt haben, was gut läuft und welche Schmuckstücke eher weniger gefragt sind. Die Serien, die am besten liefen, haben wir kräftig ausgebaut. Eigentlich haben wir nur sehr gut zugehört.



Die Firmeninhaber Frank Heringer, der vorwiegend das Design und Marketing unter sich hat und Anke Schmidt, die für die Finanzen zuständig ist.

Was für Unterschiede bezüglich Beliebtheit der verschiedenen Kollektionen oder Stile stellen Sie fest?

Heringer: Die einen haben es gerne opulenter und glitzernder, die anderen ziehen schlichtere Eleganz vor, so wie viele Schweizerinnen. Die verschiedenen Vorlieben weisen auf jeden Fall einen Zusammenhang mit den jeweiligen Kulturen und Mentalitäten auf. Um die Trends umzusetzen, beschäftigen wir 21 Designer aus vielen verschiedenen Ländern.

Dieses Armband aus der Modern-Women-Serie gibt es in verschiedenen Ausführungen.



Wie sind Sie mit dem Geschäftsverlauf in der Schweiz zufrieden?

Anke Schmidt: Wir haben auch mitbekommen, dass die Schmuckbranche hierzulande momentan nicht so läuft, wie sie sollte. Das ist für uns nicht einfach zu verstehen, denn wir dürfen uns in diesem Jahr in der Schweiz über ein Wachstum von 20 Prozent freuen. Nur in Skandinavien konnten wir noch stärker zulegen.

Wie erklären Sie sich denn die Umsatzsteigerung bei uns?

Schmidt: Das ist schwierig zu beurteilen. Die Kunden sagen uns, dass unsere Ware hochwertig und sehr innovativ und das Preis-Leistungs-Verhältnis einmalig sei. Das müssen wohl die Gründe sein.



Solitär-Ringe aus Gold mit Brillanten.

Können Fachhändler Schmuck von der Diamond Group unter einem eigenen Label anbieten?

Heringer: Ja, wer das will, kann sogar von uns seine Hausmarke eingravieren lassen. Zu unseren Dienstleistungen gehört auch, dass wir die Zertifikate in Kreditkartengrösse auf die Namen der Juweliere ausstellen.

Welche Kollektionen sind hierzulande am beliebtesten?

Schmidt: Unsere neue Kollektion Modern Women kommt sehr gut an. Es handelt sich dabei um etwas feinere, feminine Formen mit Brillanten in Gold. Damit sich auch jüngere Kundinnen diese Schmuckstücke leisten können, wurden die Preise knapp kalkuliert. Dann ist da unsere Kollektion Exklusiv mit modern verarbeiteten Modellen. Bei denen wird das Gold auf spezielle Art auf Schattenfugen gelasert, so dass der dreidimensionale Effekt besonders zur Geltung kommt. Auch unsere Solitäre sind immer ein grosses Thema. Diese

zeugen von grosser Liebe zum Detail. Es sind oft Kleinigkeiten, die eine grosse Wirkung erzeugen.

Welche Ziele verfolgen Sie im kommenden Jahr?

Heringer: Wir hoffen, dass wir den Zeitgeist nie verlieren und immer wissen, was der Markt braucht. Stabilität ist uns am wichtigsten. Mit 46 Angestellten in Deutschland und 1900 Mitarbeitenden in der Produktion sind wir gross genug. Wenn unsere Geschäfte im kommenden Jahr stabil bleiben sind wir rundum zufrieden.

Daniela Bellandi



Ringe aus Gold 750 mit diversen Farbsteingem.

Vertreter in der Schweiz

Stephan Joos ist 53 Jahre alt und wohnt in Ettlingen bei Karlsruhe. Zur Diamond Group ist er vor drei Jahren gekommen. Vorher hat er für eine Schmuckmanufaktur von Pforzheim fünfzehn Jahre lang die Schweiz und Deutschland bereist. Er ist verheiratet, hat zwei Töchter von 11 und 17 Jahren und treibt zum Ausgleich gerne Sport. Seit drei Jahren ist er für die Kunden in der Schweiz zuständig. (db)



Designbühne Frankfurt

Die Frankfurter Konsumgütermesse Tendence bot auch dieses Jahr Designern und jungen Talenten aus ganz Europa – von Schottland bis Kiew – im Ausstellungsbereich „Talents“ eine Plattform. Von Goldenem bis Plastik und von massivem Stahlschmuck bis zu filigranen Lackoberflächen ist alles vertreten gewesen.

Uralte Lackkunst

Elisabet Moreno aus Valencia experimentiert gerne mit unterschiedlichsten Materialien und Formen. Jüngst hat sie sich während einem mehrmonatigen Japan-Aufenthalt das traditionelle Handwerk der uralten Urushi-Lackkunst angeeignet. Kleiner Nachteil ist deren hoher zeitlicher Aufwand, da die Lackschichten in mehrmaligen Wiederholungen aufgetragen werden müssen. Im Bild die Halskette Diatomea in Silber und Urushi-Lack.

Info
www.facebook.com/emorejewelry



Un/Ordnung

Dis/Order – Un/Ordnung heisst das Designstudio von Luba Malikova und Max Poberezhsky aus Kiew. Sie arbeiten seit fünf Jahren zusammen. Seit drei Jahren gehört die Schmuckkreation zu ihrem Arbeitsbereich. Zu ihren Spezialitäten zählen Schmuckstücke aus Kunstmaterialien wie Polypropylen. Die Kollektion „7th Kingdom“ (Siebtes Königreich) besteht aus Halsketten mit übergrossen Anhängern, bunt oder in Schwarz-Weiss.

Info
www.disorder.com.ua

Made in Scotland

Goldschmiedin Filipa Oliveira ist in Portugal aufgewachsen und lebt seit ihrem 18. Lebensjahr in Schottland. Sie ist fasziniert von Schmuckstücken mit archaischen Formen. Ein Vorbild für die Kollektion Petrae (Silber vergoldet, Turmaline) bildete die geometrische Struktur kristalliner Formen. Filipa Oliveira hat für ihre Kreationen zahlreiche nationale und internationale Preise entgegennehmen dürfen.

Info
www.filipaoliveirajewellery.com



Gestaltungsvirtuosin

Die Niederländerin Jeanne Marell ist eine Gestaltungsvirtuosin. Als Objektdesignerin hat sie für grosse Namen der Autoindustrie gearbeitet und für HP, Nokia oder Samsung Laptops und Handys entworfen. Seit 2014 widmet sie sich voll und ganz ihrer grossen Leidenschaft, dem Schmuckdesign. Zahllose Kreationen belegen ihr Können. Ihren Ring „Rivet Smoke“ gibt es in Silber oder Gold mit einer Zwischenschicht aus gehärtetem Plexiglas.

Info
www.jeannemarell.com



Galaktischer Glanz

Die Schmuckdesignerin Stefania Bandinu lebt in Bologna und auf Sardinien. Sie arbeitet gerne mit unterschiedlichen Materialien. Neben Edelmetall sind dies Aluminium, Kupfer, allen Arten von Stoff oder Repliken japanischer Holzdrucke aus dem 17. Jahrhundert, gedruckt auf Glanzpapier. Für ihre Kollektion „Gallatica“ verwendet sie Glanzpapier, in Kombination mit Aluminium und Silber.

Info
www.stefaniabandinu.it



Who

Karl-Friedrich Scheufele, Prangins,

rechnet mit einer Trendwende bei der Uhren- und Schmucknachfrage, sollten einige wirtschaftliche Faktoren sich noch bessern. Dies erwähnte er in einem Interview mit der NZZ am Sonntag vom 23. Oktober. Für 2016 hofft Scheufele, dass der Chopard-Umsatz nur fünf Prozent unter dem Vorjahr liegt, was einem Rückgang von rund 850 auf 807,5 Millionen Franken entspräche. Zufrieden gibt sich Scheufele mit den Kursverlusten des britischen Pfunds, was den eigenen Umsätzen und den Chopard-Händlern nütze. Bleibt die Frage, ob sich die Händler wirklich über die Schwächung des Pfunds freuen. Spätestens bei ihrem nächsten Einkauf bei Chopard werden die britischen Händler den teureren Franken umso schmerzlicher spüren, während die Händler in der Schweiz und in Resteuropa ebenfalls wenig Freude am tiefen Pfund haben dürften.

Karl-Friedrich Scheufele, Prangins,

prévoit une inversion de tendance dans le secteur de l'horlogerie et de la bijouterie, à condition que certains syndicats se confirment, ainsi qu'il en a fait part dans un entretien accordé à la NZZ am Sonntag du 23 octobre. Pour 2016, Karl-Friedrich Scheufele espère que la contraction du chiffre d'affaires de Chopard ne dépasse pas cinq pour cent, soit un recul de 850 à 807,5 millions de francs. Karl-Friedrich Scheufele s'est également déclaré satisfait de l'affaiblissement de la livre sterling, qui dope les ventes de la marque et se révèle bénéfique pour les concessionnaires de Chopard. Cependant, il semble douteux que les commerçants saluent de bon cœur la perte de valeur de la monnaie anglaise, car ils ressentiront douloureusement lors de leurs prochains achats auprès de Chopard la cherté du franc suisse. Enfin, les horlogeries-bijouteries situées en Suisse et dans les autres pays européens n'ont guère de motifs de se réjouir de la baisse du pouvoir d'achat de leurs clients britanniques.

Landolf & Huber, Zürich,

ziehen mit ihrem 2013 im Jelmolli eröffneten Geschäft „Casual Luxury by Landolf & Huber“ an den Rennweg 24, sprich in unmittelbare Nähe ihres seit 2010 bestehenden Hauptgeschäfts „Landolf & Huber Juweliers“ am Rennweg 20. Gegenüber dem bisherigen Verkaufskonzept mit Schmuckstücken und Uhren wird dieses am neuen Ort auf Accessoires ausgedehnt. Die offizielle Eröffnung des neuen Standorts ist am 29. November erfolgt. Auf zwei Etagen erwartet die Kunden eine Verkaufsfläche von rund 100 Quadratmetern. Die unmittelbare Nähe zum Stammgeschäft ist für Landolf & Huber ideal. Kunden können damit noch besser von einem Geschäft ins andere begleitet werden.

Landolf & Huber, Zurich,

déménagent avec leur boutique «Casual Luxury by Landolf & Huber», ouverte en 2013 dans le grand magasin Jelmolli au Rennweg 24, à quelques pas de leur emplacement principal «Landolf & Huber Juweliers» établi depuis 2010 au Rennweg 20. Contrairement au concept de vente adopté jusqu'à présent qui se limitait aux montres et aux bijoux, l'assortiment s'étendra aux accessoires. L'inauguration de la nouvelle adresse, qui offre une superficie de 100 mètres carrés répartis sur deux étages, aura lieu le 29 novembre. La proximité avec le magasin principal est idéale pour Landolf & Huber, car les clients pourront être aisément accompagnés d'un lieu à l'autre.

Les horlogers sont à la recherche de solutions

L'horlogerie suisse est-elle allée trop loin dans l'augmentation des prix, dans l'automatisation des manufactures, dans l'autosatisfaction? La chute des exportations et du sell out provoquent une introspection bienvenue dans la branche. Reste que les solutions miracles n'existent pas.

Jamais, depuis 30 ans, les horlogers n'avaient été aussi désorientés qu'aujourd'hui. Pour s'en convaincre, il suffit de jeter un œil sur les thèmes des principales manifestations horlogères de ces dernières semaines: le Congrès International de Chronométrie a ainsi choisi «Innovation, facteur clé de succès pour l'horlogerie»; le Forum de la Haute Horlogerie, de son côté, a opté pour «Le Temps des Mutations»; la Journée Internationale du Marketing Horloger, quant à elle, a retenu «Vision du Futur». De là à dire que la branche est à la recherche d'une boule de cristal, il n'y a qu'un pas. La situation, il est vrai, est complexe et inquiétante: les tensions politiques à Hong Kong, les taxes sur le luxe en Chine, la force du franc suisse, les changements des flux touristiques liés à la peur du terrorisme, l'intrusion des nouvelles technologies sur le marché horloger et, finalement, les incertitudes liées à l'élection de Donald Trump, tous ces paramètres contribuent à la chute des ventes à travers le monde. L'année 2016 devrait ainsi terminer sur une baisse des exportations, en valeur, de plus de dix pour cent par rapport à l'année précédente – déjà en recul de 3,3 pour cent.

«Notre relation aux consommateurs va évoluer: nous allons instaurer plus de proximité, mettre en avant nos valeurs de manière à rendre notre marque plus compréhensible.»

Alain Zimmermann,
CEO de Baume & Mercier



Une branche déprimée

Difficile, dans ces conditions, d'être optimiste. La dernière étude du cabinet Deloitte sur l'industrie horlogère suisse révèle ainsi que «65 pour cent des cadres supérieurs sondés sont pessimistes par rapport aux principaux marchés d'exportation au cours des douze prochains mois». Un chiffre qui monte même à 82 pour cent de pessimistes lorsqu'ils s'expriment sur les perspectives pour le secteur horloger suisse, le double qu'une année auparavant! De plus, la même étude souligne que les dirigeants sont 79 pour cent à considérer que «l'affaiblissement de la demande extérieure constitue désormais le plus grand risque pour leur entreprise», devant le franc fort. Jamais, en cinq éditions, les craintes ne se sont autant clairement exprimées.



«Il y a de grandes disparités entre les différents acteurs de la branche.»

Jean-Daniel Pasche,
Président de la Fédération horlogère suisse

Ce climat général pour le moins morose n'annoncerait-il pas la fin d'un cycle? «Un cycle de facilité, certainement, affirme Maximilian Büsser, fondateur de MB&F. Passablement d'acteurs majeurs ont oublié, ces dernières années, de créer. Simplement parce que leurs produits se vendaient tout seuls! Aujourd'hui, s'ils veulent s'en sortir, ils sont contraints de faire un reboot.» Ce constat, sévère, est cependant – et pour la première fois – de plus en plus admis dans la profession. S'exprimant dans le cadre du Forum de la Haute Horlogerie le 9 novembre dernier, le Vice-président d'Audemars Piguet, Olivier Audemars, a reconnu que ces dernières années, sa marque «avait cessé de vendre des

montres pour se contenter d'allouer des Royal Oak.» Et de poursuivre: «Nous avons oublié de dire qui nous étions: des constructeurs de mécanismes, pas des designers.» Une intervention qui résonne comme un mea culpa.

De grandes disparités

Pour autant, tout le monde n'est pas touché de la même manière: «Il y a de grandes disparités entre les différents acteurs de la branche», souligne Jean-Daniel Pasche, Président de la Fédération horlogère (FH). Et en effet: les marques de niche, pour lesquelles la production est inversement proportionnelle à la crédibilité, s'en sortent très bien. «2016 a été une année extraordinaire pour moi, exulte Maximilian Büsser. Depuis quelque temps, je me suis volontairement limité à 280 pièces par an et 15 millions de francs de chiffre d'affaires. Mais là j'en suis déjà à 16 millions! Je dois freiner.» Kari Voutilainen, horloger indépendant qui réalise quelques dizaines de montres par année seulement, connaît la même situation: «Chez moi cette année, 95 pour cent des clients sont nouveaux, et la plupart payent d'avance.»

«Avec le web, les gens ont aujourd'hui la possibilité de comparer les prix à travers le monde en temps réel. Or, la stratégie des marques comme celle des boutiques, ne tient pas compte de cela!»

Cyrille Vigneron,
CEO de Cartier



Ce succès, presque indécent dans la situation actuelle, les deux horlogers le doivent surtout à leurs rapports directs à la clientèle: «Nous faisons très peu de volume, nous connaissons nos clients qui se déplacent souvent chez nous et nous sommes stables: tout cela engendre une spirale positive, qui aboutit chaque année à de meilleurs résultats et une plus grande créativité», ajoute Kari Voutilainen. Cette proximité, vecteur de confiance et de crédibilité, inspire aujourd'hui

d'autres acteurs, à l'image de Baume & Mercier. La marque genevoise, qui attend encore les fêtes pour tirer un bilan annuel, souhaite également se rapprocher de sa clientèle: «Pour notre communication, nous allons adopter une approche plus régionaliste, moins centrée sur les capitales, explique le CEO Alain Zimmermann. Le but est de toucher les personnes en province, là où elles vivent.»



«Ces dernières années, Audemars Piguet avait cessé de vendre des montres pour se contenter d'allouer des Royal Oak.»

Olivier Audemars, Vice-président d'Audemars Piguet

Se rapprocher de la clientèle

Repartir à la conquête de sa clientèle en la séduisant davantage apparaît ainsi comme l'un des grands défis de ces prochaines années. «Notre relation aux consommateurs va évoluer, poursuit Alain Zimmermann: nous allons instaurer plus de proximité, mettre en avant nos valeurs, faire passer un message de manière à rendre notre marque plus compréhensible. En un mot, nous allons être plus «client centric». Autre gageure: la distribution. Pour la première fois depuis le lancement de l'étude il y a cinq ans, Deloitte note une focalisation des dirigeants sur la vente en ligne. Au Forum de la Haute Horlogerie, le CEO de Cartier, Cyrille Vigneron, a expliqué le phénomène: «Les gens ont aujourd'hui la possibilité de comparer les prix à travers le monde en temps réel. Une application comme sogoods, par exemple, offre une transparence complète grâce à Internet. Or, la stratégie des marques comme celle des boutiques, ne tient pas compte de cela! L'industrie du retail, basée sur l'achat d'immeubles ou la conclusion de contrats de bail, fonctionne sur des cycles de dix ans. On ne peut pas suivre cette volatilité!»

«Passablement d'acteurs majeurs ont oublié, ces dernières années, de créer. Simplement parce que leurs produits se vendaient tout seuls!»

Maximilian Büsser,
fondateur de MB&F



L'année 2017, à n'en pas douter, sera encore très compliquée pour l'industrie horlogère suisse. Mais au-delà des défis à relever – et ils sont nombreux –, les acteurs de la branche vont devoir envisager un redimensionnement, non seulement de la production, mais également de la manière de produire. «Ces immenses manufactures automatisées, cela ressemble plus à l'usine Fiat qu'aux ateliers de Ferrari,

ose Kari Voutilainen. Mais il y a un risque: cette production à la chaîne, ce travail fractionné peut très bien se faire ailleurs. Regardez les Japonais: ce sont eux qui apprennent aujourd'hui aux Américains à faire des voitures!»



«Ces immenses manufactures automatisées, cela ressemble plus à l'usine Fiat qu'aux ateliers de Ferrari.»

Kari Voutilainen,
horloger indépendant

Reste que l'horlogerie n'est pas morte. Et certains exemples de succès peuvent être inspirants: depuis qu'elle a adopté la St-Valentin, la Chine a vu exploser ses demandes en chocolat et pourrait devenir le 2e importateur mondial d'ici à 2020. L'anecdote, rapportée par la chercheuse en géopolitique prospective Virginie Raison au Forum de la Haute Horlogerie, ne dit pas si le chocolat est suisse. Mais il est permis de rêver.

Fabrice Eschmann

Who

Fossil Group

setzt auf den sehr direkten Kundendraht. Einerseits hat man im August mit dem Direktverkauf über den Internethändler Amazon begonnen. Andererseits startete das Unternehmen in der Region Zürich mit einem grossangelegten Werbeschachzug mittels Postzustellung. In Schweizer Briefkästen fand sich Anfang Oktober ein bunt illustrierter Flyer zu Fossils neuer Smartwatch inklusive einer Einladung für einen Wettbewerb, bei dem als Hauptpreis eine Traumreise winkte. Die Teilnehmer wurden obendrein dazu animiert, für die Wettbewerb-Teilnahme bis Ende Oktober ins Glattzentrum an den Fossil-Stand zu kommen.

Le groupe Fossil

mise sur le lien direct avec la clientèle. D'une part, l'entreprise a commencé en août à proposer ses produits sur internet par le biais de l'opérateur international Amazon. De l'autre, le groupe a lancé dans la région zurichoise une offensive publicitaire à large échelle. Au début octobre, elle a distribué dans les boîtes aux lettres suisses un flyer illustré sur la nouvelle smartwatch de Fossil avec un concours dont le premier prix est représenté par un voyage de rêve. A cet effet, les clients potentiels étaient conviés à se rendre avant la fin octobre sur le stand de Fossil du Glattzentrum.

Oesch GmbH, Magden,

présentiert sich mit einer neuen Webseite. Seit Ende Oktober ist der Spezialist für Schnallen, Verschlüsse und Accessoires unter www.oeschswitzerland.com zu finden. Die alte Domain www.oeschsuisse.com wird nach rund zwölf Jahren ersetzt, entsprechend sind auch alle E-Mail-Adressen der Firma angepasst worden. Der neue Name sei eindeutiger und passe besser zum dreisprachigen Internetauftritt, sagt Geschäftsführer Michel Oesch. Auf der grosszügig gestalteten und technisch überarbeiteten Seite finden die Kunden ab sofort Informationen zum gesamten Oesch-Sortiment.



Oesch GmbH, Magden,

a mis en ligne son nouveau site internet. Depuis la fin octobre, le spécialiste des boucles, des fermoirs et des accessoires a adopté le nom de domaine www.oeschswitzerland.com qui remplace, après une douzaine d'année de service, l'ancien nom www.oeschsuisse.com. Les adresses e-mail de l'entreprise ont été adaptées en conséquence. Selon le directeur Michel Oesch, la nouvelle dénomination ne prête plus à confusion et s'applique parfaitement à un site disponible en trois langues. Dès à présent, les clients trouveront sur cette page web, claire et bien conçue techniquement, des informations détaillées sur l'assortiment de la maison Oesch.

Die Goldenen Zitronen 2016

Schräg, schrill und leicht verdreht

Das Uhrenjahr 2016 hat sich insbesondere durch eine rückläufige Konjunkturentwicklung in Szene gesetzt. Schuld daran ist die gesunkene Kauflust fernöstlicher Erdenbürger. Eher konservativ sind daher auch die Uhrenneuheiten ausgefallen. Ein kleiner Rückblick anlässlich unserer Wahl zur „Goldenen Zitrone 2016“ zeigt aber, dass auch viel Bunt und Schrilles mit dabei gewesen ist.

Die Goldenste Zitrone (1)

Strenggenommen ist De Grisogonos knallgelbe Tondo by Night keine Jahresneuheit, sondern wurde dem Publikum schon vor vier Jahren präsentiert. Trotz dieses vergleichsweise hohen Alters geistert sie auch zur Stunde noch als Neuheit im Internet herum und wird in Pressemitteilung als brandneu angepriesen. Weil die Uhr seit ihrer Lancierung nichts an ihrer Schrillheit und – je nach Blickwinkel – Geschmacklosigkeit oder ästhetischen Perfektion eingebüsst hat, gebührt ihr die Ehre der „Goldenen Zitrone 2016“. Zum anderen beweist die Uhr auch, dass Modetrends länger anhalten: Was vor vier Jahren in war, flash colors, war auch dieses Jahr en vogue.



Die eigentliche Siegerin (2)

Wären nur wirkliche 2016er-Neuheiten zur Auswahl gestanden, wäre Hublot mit ihrer neu lancierten, vier Farben umfassenden Big-Bang-Kollektion „Tutti Frutti“ mühelos obenaus geschwungen. Die Uhr, die auf den ersten Blick aussieht wie eine Ice-Watch, und auf den zweiten wie eine „Chilbi-Uhr“, kostet bescheidene 17'000 Schweizer Franken. Limitiert ist sie auf 200 Exemplare, was nicht mal in der Schweiz für alle Jahrmärkte gereicht haben dürfte. Als Bauernregel-Fazit wäre wohl festzuhalten: Wenn technisch nichts mehr vorwärts geht und die Kundschaft immer launischer wird, lanciert man eine zum Himmel schreiende Uhr und hofft auf bessere Zeiten.

Von Pac-Man bis Pokémon (3)

Der Sommertrend Nummer Eins reicht in der Uhrenwelt immerhin noch zum dritten Platz: Wer diesen Juli, mitten in der Sauregurkenzeit, nichts Gescheiteres zu tun hatte, spielte Pokémon Go oder lancierte Uhren zu Ehren vergangener (Super Mario, Tetris, Pac-Man) oder aktueller (eben Pokémon) Videospiele. Was den Verdacht zulässt, dass bei der Uhrenmarke Romain Jérôme nicht nur virtuose Uhrmacher sondern auch zahllose „Nerds“ am Werk sind, die sich in der fiktiven Videospieldwelt wohler fühlen als beim Wandern in den jurassischen Bergen. Die Frage bleibt, ob übereifrige Pokémon-Fans überhaupt die Zeit finden werden, dann und wann auf die Uhr zu schauen.



Das wilde Design

Tissot hat viele schöne und technisch ausgeklügelte Uhren im Sortiment. Die „T-Race Stefan Bradl Limited Edition 2016“ gehört gestalterisch zweifellos nicht zu den gelungensten Exemplaren aus Tissots Küche. Dass bei einer so breiten Kollektion ab und an auch mal was schiefgeht, ist aber durchaus verständlich. Limitiert ist die Bradl-T-Race auf 2016 Exemplare, was angesichts der ästhetischen Qualitäten dieser Uhr ambitioniert scheint. Gerade das Zifferblatt erweist sich als ungewollter Rückschritt in die 80er Jahre. Es bleibt zu vermuten, dass beim Entwerfen der wilde Fahrstil des Motorrad-Rennfahrers Stefan Bradl als Vorbild gedient hat.



Eine Uhr zum Versenken

Diesen Griff in die Mottenkiste hat sich Omega bereits 2009 erlaubt. In diesem Jahr sind neue Farben hinzugekommen. Erstmals lanciert wurde die Seamaster Ploprof 1970. Ob sie es 46 Jahre später endlich zur Legende schafft, ist zweifelhaft. Die Uhr soll wasserdicht sein bis 120 Bar (1200m). Was die Frage aufwirft, ob Omega nun plötzlich ein Hersteller professioneller Taucheruhren sein will, oder doch lieber mit der Marketingtrommel etwas anpreist, worauf der durchschnittliche Hobbytaucher auch verzichten kann. Uhren für den Freizeitwassersportler, die einen Bruchteil soviel kosten wie die Ploprof (CHF 11'300) und obendrein besser aussehen, gibt es zur Genüge.



Auf der Jagd nach der verlorenen Zeit

Nein, über Urwerks neue EMC Time Hunter ist nicht soeben ein der Zeit hinterher jagender ICE gefahren. Sicher ist: Am ungewöhnlichen Gehäusedesign der Time Hunter scheiden sich die Geister. Limitiert

ist die Uhr auf fünfzehn Exemplare, weshalb trotzdem davon auszugehen ist, dass sich genügend Käufer mit entsprechend ausgefallenem Geschmack finden werden. Bei einem Preis von 140'000 Franken sollten diese allerdings über etwas Kleingeld verfügen. Immerhin erlaubt es die Time Hunter, mittels Elektromodul und durch das Betätigen eines Drückers die Ganggenauigkeit sowie die Amplitude der Unruhe zu messen und die Uhr entsprechend zu justieren.



Torpedogelbe Wasseruhr

Die stechend bunte I.N.O.X. Professional Diver von Victorinox ist vor allem eines: Eine Uhr, die die Zeichen der Zeit erkannt hat und sich unverblümt in grellem Gelb präsentiert – während der Rest der Uhr gestalterisch eher konservativ und kaum der Rede wert ist. Ob sie aufgrund ihrer forcierten Farbgebung bei der Unterwassertierwelt eine abschreckende Wirkung entfaltet, ist nicht bekannt. Wasserdicht ist die quarzbetriebene Uhr immerhin bis 20 Atm, was sie problemlos zum Schnorcheln befähigt. Und damit sie nicht durch scharfkantige Felsen zerkratzt wird, lässt sich eine mitgelieferte, enganliegende Plastikschrutzhülle über das Gehäuse stülpen. (mw)

GVR
EDELMETALLE AG

PROFIL B3

EINES VON VIELEN.
JETZT KONFIGURIEREN!

gyrboard.gyr.ch/ringkonfigurator

GGTL Laboratories

- Spezialisiert auf Melee Diamant Screening Services
- Entwickler des DFI Diamant Screening Systems

www.ggtl-lab.org/melee

GGTL Liechtenstein: Gnetsch 42, 9496 Balzers
+423 262 2464, thomas.hainschwang@ggtl-lab.org
GGTL Schweiz: 4 bis route des Jeunes, 1227 Genf
+4122 731 5880, franck.notari@ggtl-lab.org

Perlen-Fischer

Ihr Perlenspezialist
mit Vollsortiment und Service-Lager

Tel. 044 586 90 10 fischer@perlenfischer.ch

Preislisten und Katalog auf unserer Webseite
www.perlenfischer.ch

Mechanische Uhrwerke aus China

Nach einem blutigen Bürgerkrieg hatte Mao Tse Tung 1949 ganz China unter seine Herrschaft gebracht, die Überbleibsel des Kuo Min Tang waren nach Taiwan geflohen. Nun mussten Infrastruktur und Industrie des Landes von Grund auf modernisiert, wenn nicht neu geschaffen werden.

Zur letzten Kategorie gehörte die Produktion von Armbanduhren, die man bisher aus Europa oder Amerika importiert hatte. Das kostete Devisen und zementierte Abhängigkeiten zur kapitalistischen Welt. Es war naheliegend, dem Beispiel der Sowjetunion zu folgen, die ab 1927 von Null ausgehend eine respektable, in den Kriegsjahren auch strategisch wichtige, Uhrenindustrie aufgebaut hatte. Doch im Gegensatz zur UdSSR, die zwei bankrott gegangene amerikanische Uhrenfirmen zugekauft hatte, und ihre Industrie-Uhrmacher von deutschen und Schweizer Instruktoren mit kommunistischem Parteibuch ausbilden liess, beschloss China den dornenvollen Alleingang.

So stellte man im Januar 1955 vier Uhrmachern in Beijing eine kleine, rudimentär ausgerüstete Werkstatt zur Verfügung. Dort sollten sie ein robustes, möglichst einfach konstruiertes mechanisches Uhrwerk annehmbarer Qualität in Hinblick auf eine spätere Massenproduktion entwickeln, in anderen Worten: kopieren. Ihre Vorlage war ein Stiftankerwerk mit fünf Rubinen der Tessiner Firma Sindaco SA in Locarno. Die vier Gründer der heute so mächtigen chinesischen Uhrenindustrie arbeiteten vorwiegend mit Feile und Laubsäge; am 24. März 1955 funktionierte der Prototyp. Dann ging alles erstaunlich schnell: 1957 begann der Bau der Uhrenfabrik Tianjin, die schon im folgenden Jahr den Betrieb aufnahm. Produziert wurde eine Uhr mit dem 17-Rubinen-Werk ST2, das eine Kopie der Schweizer Werke FHF 25 und 28 war. FHF steht für Fabrique d'Horlogerie de Fontainemelon im Neuenburger Jura. Beim Werkkaliber FHF 25 handelte sich um ein 10,5-Linien Steinanker-Handaufzugwerk mit Zentralsekunde, einer Höhe von 4,9 Millimetern und einer Unruhfrequenz von 18'000 A/h. FHF 28 war eine Weiterentwicklung, bei der die Höhe auf 4,55 Millimeter reduziert wurde; die Zahl der Rubine betrug optional 15, 17 oder 21. Das der Schweizer Vorlage sehr ähnliche ST2 rüstete Uhren der Marke Wuyi aus.

Der achtfache Weg

Einige Monate später wurden in China die Fundamente von sieben weiteren Uhrenfabriken gelegt, in Beijing, Guangzhou, Jilin, Liaoning, Nanjing, Qingdao und Shanghai. Die insgesamt acht Fabriken waren der Kern, aus dem die zeitweise über 100 Fabriken umfassende chinesische Uhrenindustrie hervorging. Sieben der acht Ur-Fabriken von 1958 brillierten mit einer eigenen Kopie eines Schweizer Werks.

So spezialisierte sich die Shanghai Watch Factory auf das Werk AS 1187 von A. Schild in Grenchen. Es lief unter der Bezeichnung A581 und war kein Klon, aber eng mit AS 1187 verwandt. Es handelte sich um ein 10½-Linien Ankerkaliber mit 18'000 A/h, fünfzehn Rubinen und Incabloc-Stossicherung. Die chinesische Version A581 rüstete die erste massenproduzierte chinesische Armbanduhr aus. In Beijing

und Guangzhou kopierte man das Roamer-Werk MST 371. Liaoning tanzte völlig aus der Reihe und kopierte zwei Werke von der Ersten Moskauer Uhrenfabrik, nämlich Kaliber 2408 Kirovskie ohne Stossicherung und 2409 Stolitchnie mit der russischen Incabloc-Version.

Venus-Chronograph für die Luftwaffe

Anfang der 1960er Jahre brauchte die chinesische Luftwaffe einen Armband-Chronographen. Ein dermassen anspruchsvolles Werk konnte die noch extrem junge Industrie nicht liefern. Es zeigte sich aber, dass die Schweizer Firma Venus die Spezialmaschinen und -werkzeuge zum Bau ihres Chronographenkalibers 175 verkaufen wollte.



Das chinesische Standard-Uhrwerk Tongji.

Die Tianjin Watch Factory tätigte den Einkauf; ihr Fliegerchronograph wurde im Oktober 1965 vom Verteidigungsministerium und von der Luftwaffe für den Einsatz am Handgelenk ihrer Piloten zertifiziert. Der als ST3 bezeichnete Fliegerchronograph wurde in einer Auflage von 1400 Stück produziert und im Mai 1966 geliefert. Es war wiederum Tianjin, die 1966 das erste voll in China entwickelte Werk für Armbanduhren lancierte. Das Kaliber ST5 wurde Dong Feng (Ostwind) genannt, zeichnete sich durch eine aussergewöhnlich hohe Qualität aus und war durch 19 Rubine gekennzeichnet. Im späteren Upgrade ST5-K wurde die Unruhfrequenz von 18'000 auf 21'600 A/h erhöht.

Tongji – das chinesische Einheitswerk

Innerhalb kurzer Zeit hatte man eine für das Land ganz neue Industrie aufgebaut, deren Produkte eine bemerkenswert hohe Qualität aufwiesen und dank viel „reverse engineering“ dem Stand der Technik entsprachen. Doch die Verzettelung auf über ein halbes Dutzend Werkkaliber war kostspielig und ineffizient. Man beschloss darum 1969 die Entwicklung eines Einheitskalibers, das alle Uhrenfabriken des Landes produzieren würden. Zugezogen wurden Spezialisten der führenden Betriebe und Ministerien sowie Professoren der Universität Tianjin. Das Resultat ihrer Arbeit hiess Tongji (chinesisch für einheitlich) mit der Abkürzung SZ-1; die definitiven Pläne lagen im November 1971 vor. Interessanterweise gleicht Tongji stark dem Enicar-Kaliber AR1010; die wichtigsten Spezifikationen waren eine Unruhfrequenz von 21'600 A/h, 17 Rubine, 40 Stunden Gangreserve und eine maximale Abweichung von +/- 30 Sekunden pro Tag im Tragetest.

SZ-1 war ein Erfolg, noch 1982 wurden davon etwa 30 Millionen Stück produziert. Es gab auch Automatikversionen sowie solche mit Tag- und Datum-Anzeige. Doch die kurz zuvor begonnene Quarzrevolution krepelte auch die chinesische Uhrenindustrie vollständig um. Zwar wird SZ-1 heute noch fabriziert, aber vor allem in billigen skelettisierten Versionen schlechter Qualität eingesetzt. Andererseits kommen aus China qualitativ hochwertige mechanische Uhren mit Tourbillon, beziehungsweise Minutenrepetition zu konkurrenzlos niedrigen Preisen. Sonst wurde überall auf Quarz umgestellt.

Lucien F. Trueb



Fasseratelier mit Leidenschaft

Wir sind Ihr Partner, wenn es ums Fassen geht.

HÖLLMÜLLER

Schweizerhofquai 2 · 6004 Luzern - Schweiz · +41 41 410 37 67

Who

Martin Braun, Sachseln,

ist zurück. Nachdem er mit seiner 2009 gegründeten Haute-Horlogerie-Marke Antoine Martin Ende 2015 Konkurs anmelden musste, fertigt der 52-jährige Meisteruhrmacher neu Tisch- und Wanduhren in Verbindung mit grossen Mineralienstücken. Jede Kreation verfügt über ein von Martin Braun im Atelier in Sachseln in Handarbeit gefertigtes Uhrwerk. Bislang sind neun Einzelstücke entstanden. Nur ausnahmsweise entstehen Kreationen in mehrfacher Ausführung, so etwa die für 2017 in einer 25er-Auflage geplante Bruder-Klaus-Jubiläumsuhr. Braun schätzt die neue Unabhängigkeit. Punkto Handwerk und Anfertigung der Einzelteile ist er hundertprozentig autark. Zur Herstellung der speziellen Räderwerke hat er sich eigens neue Maschinen angeschafft. Künftig will er auch Wand- und Tischuhren ohne Mineralien fertigen und mit speziellen Konstruktionen wie beispielsweise einer Sonnenaufgang- und -untergang-Anzeige bestücken. Sein Werk hat Braun Ende Oktober unter dem Firmennamen „Mineralien Kontor Braun“ an den Mineralientagen in München erstmals einem grösseren Publikum vorgestellt. Weitere Informationen unter www.makb.ch.



Tischuhr mit einer Silberlocke aus Mexiko sowie einem Grenadill-Sockel. Acht-Tage-Werk mit Echappement und Schweizer Ankerhemmung. / Pendulette de table, avec argent du Mexique et socle en grenadille. Mouvement huit jours avec échappement à ancre suisse.

Martin Braun, Sachseln,

est de retour. Après la faillite prononcée à la fin 2015 de sa marque haut de gamme Antoine Martin fondée en 2009, le maître horloger de 52 ans fabrique désormais des horloges et des pendules associées à des minéraux de grandes dimensions. Chaque création est dotée d'un mouvement confectionné artisanalement par Martin Braun dans son atelier de Sachseln. Jusqu'à présent, neuf pièces uniques ont vu le jour. Les modèles réalisés en plusieurs exemplaires ne sont produits qu'à titre exceptionnel, à l'image de l'horloge destinée à célébrer l'an prochain le 600^e anniversaire de la naissance de Nicolas de Flüe, qui sera présentée dans une série limitée de 25 pièces. Martin Braun déclare goûter cette nouvelle indépendance. Il a fait l'acquisition de machines conçues pour fabriquer des rouages spéciaux et garantir son entière autonomie. A l'avenir, il souhaite également réaliser des horloges et des pendulettes sans minéraux ainsi que des modèles enrichis d'indications supplémentaires, à l'image des heures de lever et de coucher du soleil. Martin Braun a présenté ses travaux pour la première fois à un large public lors des Journées des minéraux de Munich en octobre dernier. Informations complémentaires sur www.makb.ch.

Suunto Spartan – die finnische Sportuhr

Die finnische Uhrenmarke Suunto ist ausserhalb des Kreises professioneller und seriöser Amateur-Taucher kaum bekannt. Doch bei den Tauchern hat Suunto eine Marktpenetration von weit über 90 Prozent. Suunto-Uhren waren schon immer legendär robust; als erste konnten sie auch komplette Dekompressionstabellen speichern und anzeigen.

Mit ihrer „Spartan Ultra GPS“ genannten Sportuhr hat Suunto nun endlich den Sprung in die Diversifikation geschafft. Ob die unabhängigen oder in Smartphones integrierten Fitnesstracker dieser gelungenen Innovation zu Pate standen, wissen wir nicht.

Extrem robust

Sicher ist, dass die alte Suunto-Tradition extremer Robustheit von den Taucheruhren übernommen wurde. Schon auf den ersten Blick ist es offensichtlich, dass bei dieser bulligen Konstruktion aus schwarzem Titan mit kratzfestem Saphirglas die Form ausschliesslich von der Funktion diktiert wurde. Zudem ist die Spartan bis 100 Meter wasserdicht, was einer Suunto ohne weiteres zuzumuten ist. Konsequenterweise bietet der schwarze Hintergrund der bunten Touchscreen-Anzeige einen optimalen Kontrast.



Die Suunto Spartan Ultra GPS in verschiedenen Farben.

Falls man das Smartphone dabei hat, dient die Suunto Spartan auch als dessen Ausstation, mit den für Smartwatches üblichen Telekommunikationsfunktionen. Das heisst Anzeige von ankommenden Anrufen, Mails und SMS. Lässt man das Smartphone zuhause, wird die Spartan zum hauptamtlichen Fitnesstracker, nicht zuletzt dank dem eigenen GPS-Empfänger. Er zeigt Distanzen, Geschwindigkeiten, Höhe, Höhenveränderungen und den jeweilige Standort sehr genau an. Zudem bezieht die Spartan die Atomuhrenzeit direkt von den amerikanischen Navigationssatelliten. Angezeigt werden Trainingsintensität, Herzfrequenz und weitere physiologische Parameter, zum Beispiel die Anzahl verbrauchter Kalorien.

Die ultimative Sportuhr

Wer die Spartan Ultra einmal am Handgelenk trug wird sich kaum mehr von ihr trennen wollen, selbst im körperlich stressfreien Büroalltag. Aber natürlich bringen die 80 eingebauten Trainingsprogramme für alle denkbaren Sportarten erst „auf der Piste“ etwas. Redundanz wird von Suunto gross geschrieben, denn das GPS könnte auch einmal nicht zugänglich sein. Darum werden Höhe und Geschwindigkeit auch mit einem Barometer beziehungsweise Bewegungssensor gemessen.

Die von der Spartan generierten Daten können natürlich ins Smartphone übertragen und dort gespeichert und verarbeitet werden. Die Suunto Spartan Ultra ist also durchaus berechtigt, sich als ultimative Sportuhr zu bezeichnen – mit allen Vorzügen einer Smartwatch!

Lucien Trueb

La montre de sport Suunto Spartan

La marque horlogère finlandaise Suunto n'est guère connue en dehors du cercle très restreint des plongeurs professionnels et amateurs sérieux. Mais la pénétration de ce marché par Suunto dépasse confortablement les 90 pour cent. Deux raisons principales: les montres Suunto sont d'une robustesse et d'une fiabilité légendaires. Et elles stockaient déjà très tôt les tables de décompression indispensables aux plongeurs.

Tout récemment, Suunto s'est enfin lancé dans la diversification en présentant la montre de sport «Spartan Ultra GPS» permettant l'accès à un cercle de clients potentiels fortement élargi. Pour ce faire, Suunto s'est inspiré des «Fitness trackers» indépendants ou intégrés dans une smartwatch qui sont disponibles depuis environ deux ans.

Robustesse extrême

Il est clair que Suunto a repris dans sa montre de sport la robustesse extrême caractérisant ses montres de plongée. La construction compacte du boîtier en titane noir muni d'un épais verre en saphir inrayable révèle au premier coup d'oeil que la forme est entièrement dictée par la fonction. Inutile de dire que la Spartan est étanche jusqu'à 100 mètres de profondeur, un jeu d'enfant pour un producteur de montres de plongée. L'arrière-plan noir du display multicolore touchscreen crée un contraste très fort, visible même dans les conditions d'illumination marginales.

Si l'on s'est muni du smartphone, la Suunto Spartan joue le rôle de filiale au poignet et assume les fonctions de télécommunication usuelles. Cela veut dire qu'elle indique les appels téléphoniques arrivants ainsi que les e-mails et les SMS. Le smartphone n'est pourtant pas indispensable, vu que la Spartan intègre toutes les fonctions du fitness-tracker en mode autonome. Elle dispose même de son propre récepteur GPS indiquant distances, vitesse, altitude et changements d'altitude aussi bien que les coordonnées du lieu où se trouve le porteur. L'heure exacte est livrée par les horloges atomiques embarquées dans les satellites de navigation américains. Les indications principales de la Spartan sont la durée de l'entraînement et son intensité, la fréquence cardiaque et les calories «brulées» par session.

La montre de sport ultime

Celle ou celui qui s'est une fois mis une Spartan au poignet ne pourra guère plus s'en séparer, même sous les conditions de stress physique minimalisé caractérisant le travail au bureau. Mais il est clair que les 80 programmes d'entraînement pour une vaste diversité de sports stockés dans la mémoire de la Spartan ne seront utiles qu'une fois le porteur engagé sur la piste. Suunto mise également sur la redondance, le GPS n'étant par exemple pas toujours accessible. Pour cette raison, l'altitude et la vitesse de déplacement sont également indiquées par un baromètre et un accéléromètre.

Les données générées par la Spartan peuvent naturellement être reprises par le smartphone pour interprétation et stockage. La Suunto Spartan Ultra peut donc s'attribuer le titre de montre de sport ultime avec tous les avantages d'une smartwatch!

Lucien Trueb



Suunto Spartan Ultra GPS, la montre de sport finlandaise.

RUPPENTHAL
since 1890



Saphire blau und weiss
mit grünen Chromdiopsiden

Schiffände 26
CH-8001 Zürich
zuerich@ruppenthal.com

Mainzer Straße 104
D-55743 Idar-Oberstein
info@ruppenthal.com

Die erste transistorgesteuerte Uhr aus China

Schon vor längerer Zeit hat man sich daran gewöhnt, dass die chinesische Uhrenindustrie die weltweit dominierende Kraft ist – zumindest in Bezug auf die Stückzahlen. Jahr für Jahr finden 1,2 Milliarden chinesische Uhren, grösstenteils des Quarz-Typs, einen Käufer.

In den 1,2 Milliarden chinesischen Uhren, die jährlich über den Lamentisch gehen, sind die heute in praktisch jedem Haushaltgerät (vom Kochherd bis zur Zahnbürste) eingebauten Timer nicht inbegriffen. Das sind nochmals etwa eine Milliarde Stücke pro Jahr – ausnahmslos chinesischer Fabrikation. Solche Timer sind nackte Quarzwerke, die häufig keine Zeitanzeige aufweisen, sondern eine Kontaktvorrichtung steuern.

Die chinesische Uhrenindustrie ist die weltweit jüngste und erfolgreichste. In ihrer heutigen Form wurde sie (ähnlich wie die sowjetrussische) per kommunistisches Parteidekret geschaffen, allerdings erst in den 1950er Jahren. Auf die Quarzschiene wagte man sich erst 20 Jahre später, als es in Japan, in den USA und in der Schweiz längst Quarzuhren gab und sie immer billiger wurden.

Riesige Fabriken

Ursprünglich liessen in Hongkong ansässige Firmen ihre Werke in „Mainland China“ herstellen, heute sind die japanischen und schweizerischen Unternehmen in China mit riesigen Fabriken vertreten. Sie produzieren dort dank konkurrenzlos niedriger Personalkosten die in Japan oder der Schweiz entwickelten Uhrwerke.

Jedermann kennt die Schauergeschichte der amerikanischen Digitaluhr: Sie entwickelte sich innerhalb weniger Jahre von der exklusiven und teuren Spezialität für gekrönte und ungekrönte Häupter (gemeint ist natürlich die Pulsar von Hamilton) zum Billigartikel, der Kunden für wenige Dollar oder sogar kostenlos als Werbegeschenk richtiggehend nachgeworfen wurde. Wegen der Tieflohnsituation konnte sie ab 1983 nur noch in Hongkong, lies Mainland China, produziert werden, was heute noch der Fall ist.

Vier Etappen

Die Anfänge waren höchst bescheiden. Dass Quarz der Weg war den man gehen musste, war dem chinesischen Ministerium für Leichtindustrie bald klar. Doch um sich in die Materie einzuarbeiten und eine solide Wissensbasis zu schaffen, wurde in den 1970er Jahren beschlossen, ähnlich wie die europäischen Uhrenfirmen vorzugehen. Doch sollten alle vier Etappen der Uhrwerk-Elektrifizierung gleichzeitig und parallel zueinander durchgezogen werden. Nämlich kontaktgesteuerter Unruhmotor, transistorgesteuerter Unruhmotor und Stimmgabeluhr vor dem Quarzwerk.

Zuletzt würde man sich an die Quarzuhr mit dem klassisch gewordenen, technischen Seiko-Design heranwagen, nämlich Silberoxidbatterie, 32 Kilohertz-Stimmgabelquarz, integrierte CMOS-Teilerschaltung und Schrittschaltmotor nach Lavey. In diesem Bereich hatten aber die japanischen und schweizerischen Unternehmen die Nase ganz vorn und bauten wichtige Produktionsanlagen in China.

Prototypen und Vorserie

Als erstes entwickelte die Shanghai Clock and Watch Parts Factory 1967 ein kontaktgesteuertes Werk mit Unruhmotor; es erhielt die Bezeichnung SD1. Es handelte sich um den Umbau eines existierenden mechanischen Werks mit der hohen Unruhfrequenz von fünf Hertz. Die Batterie befand sich ausserhalb des Werks zwischen den Bandanstössen des Uhrgehäuses. Es wurden lediglich Prototypen und eine kleine Vorserie gebaut, eine eigentliche Produktion gab es nicht. Wie ihre amerikanischen und europäischen Vorbilder (Elgin, Hamilton beziehungsweise LIP) litt die SD1 an leicht verbrennenden Schaltkontakten für den Unruhmotor.



Die schlichte Uhr, in die das Werk SD2 eingekleidet wurde.
Bilder: Peter Wenzig



Das erste chinesische transistorgesteuerte Uhrwerk SD2.

Beim transistorisierten Modell SD2 hatte man diesen Nachteil eliminiert (vgl. Abbildungen). Die frühere Kugelschreiberfabrik Xiang Yang wurde auf Geheiss des Ministeriums für die Produktion der SD2 umgerüstet. Sie war mit einem Hochfrequenzwerk mit einer Unruh-Schwingungsfrequenz von fünf Hertz ausgerüstet, das heisst 36'000 Halbschwingungen pro Stunde.

Beliebt bei Sammlern

In dieser Hinsicht gleicht die SD2 der Cosmotron von Citizen. Man findet aber auch Analogien zur Dynotron von Ebauches SA. Jedenfalls trägt der Unruhmotor die Permanentmagnete, die Spule ist fest. Interessant ist, dass sich der in die Zeigerstelleinrichtung eingreifende Winkelhebel auf der Rückseite befindet. Produktionszahlen kennt man nicht, doch sie waren sicher recht klein; vermutlich begann die Produktion erst 1976. Jedenfalls reissen sich Sammler um diese Uhr, sobald eine davon auf dem Markt auftaucht, was nur etwa alle zehn Jahre der Fall ist. Auch wenn der Erhaltungszustand nicht besonders gut ist, findet eine SD2 sofort einen neuen Besitzer.

Parallel zur SD2 entwickelte die Tianjin Watch Factory eine Stimmgabeluhr, deren Vorbild natürlich die Accutron Modell 214 von Bulova war. Die ST4 (später DST4, das D steht für Dianzi = elektronisch) wurde 1969 nur in einer kleinen Serie produziert und wird von Sammlern ebenfalls als Leckerbissen betrachtet.

Lucien F. Trueb

Meisterliches aus Schramberg

Die Erfolgsgeschichte der Meister-Linie aus der Uhrenfabrik Junghans nimmt in den 30er Jahren ihren Lauf. In den Modellen zeigen sich bis heute die uhrmacherische Kompetenz sowie das unverkennbare Design der Traditionsmarke.



Die Meister-Linie von links: Meister Chronoscope, Meister Handaufzug und Meister Chronometer.

Ihren Ursprung hat die Meister-Linie im Jahr 1936. Der Name leitet sich von der Qualität der eingesetzten Werke ab: Für das komplexe Innenleben dieser Modelle werden die anspruchsvollsten und besten Werke der Uhrenfabrik Junghans verwendet. Bis in die 60er Jahre ist für die äussere Gestaltung der klassisch eleganten Zeitmesser der „Uhren-Architekt“ Anton Ziegler verantwortlich. Ausgeglichene Proportionen und ein hoher qualitativer Anspruch – so lässt sich sein Gestaltungsprinzip beschreiben. „Nur wenn die Verhältnisse der Zifferblattelemente zueinander stimmen, entsteht eine ansprechende Uhr“, so der Leitgedanke des Gestalters. Diese Werte finden sich bis heute in der hauseigenen Designkultur des Schramberger Unternehmens wieder.

Die Kaliber

In den 50er und 60er Jahren setzt Junghans in der Meister-Linie und auch in der Uhrenbranche neue Standards. 1951 nimmt Junghans mit dem Kaliber J82 als grösster Chronometerhersteller Deutschlands eine wichtige Stellung im Markt ein. Mit seiner ungewöhnlich grossen Schraubenunruh ist das J82 ein Meilenstein in der Werkentwicklung und lässt Junghans im Jahr 1956 zum drittgrössten Chronometerhersteller der Welt werden. Ein weiteres legendäres Werk ist das Kaliber J88, ein selbst entwickelter Schalrad-Chronograph mit aufwendiger Breguetspirale, der ab 1949 in die Chronographen des Hauses eingebaut wird. 1970 werden die vorerst letzten Meister-Uhren produziert, nachdem der Fokus nun auf Quarzuhren liegt.



Meister Telemeter

Meister neu interpretiert

2011 wird die Meister-Linie zu neuem Leben erweckt. Die Uhrenfabrik Junghans feiert ihr 150-jähriges Jubiläum und zu diesem Anlass werden die Zeitmesser, basierend auf den historischen Vorbildern, neu interpretiert. Ihre unverwechselbare Optik erhalten die klassisch gestalteten Zifferblätter durch die schalenförmig eingelassenen Hilfszifferblätter. Zum Firmenjubiläum werden limitierte Sondermodelle der Meister Chronoscope und Meister Chronometer vorgestellt. Heute umfasst die Linie neben den klassischen Ausführungen, wie der Meister Handaufzug mit kleiner Sekunde, der Meister Classic oder der Meister Chronoscope auch Komplikationen mit Mondphasen-

oder Kalenderwochenanzeige. Für Damen wurde eine feminine Interpretation der historischen Vorbilder umgesetzt.

Tradition und Funktionalität

Inspiziert von einem historischen Chronographen aus dem Jahr 1951, präsentiert Junghans 2014 ein neues Mitglied in der Riege der Meister-Uhren. Die Meister Telemeter adaptiert Details, wie die aussergewöhnliche Anordnung der Hilfszifferblätter, in die Gegenwart. Ebenfalls ausgestattet mit Telemeter- und Tachymeterskala, ist dieses Modell eine Hommage an ihren Vorreiter.



Meister Pilot

Hoch hinaus geht es 2015 mit der Meister Pilot: Ihr Design greift die markanten Gestaltungselemente der Junghans-Fliegeruhr aus dem Jahr 1955 auf und kombiniert diese mit der Formsprache der heutigen Meister-Linie. Weiter zeichnet sich diese Uhr durch entspiegeltes und gewölbtes Saphirglas sowie eine speziell gestaltete Windrose auf dem Gehäuseboden aus.

Ausdruck purer Leidenschaft

Junghans und das Automobil – eine starke Verbindung, die seit Ende des 19. Jahrhunderts besteht, denn bereits Arthur Junghans, Sohn des Firmengründers, war passionierter Automobilliebhaber. Mit der 2016 lancierten Meister Driver bringt die Uhrenfabrik diese Leidenschaft für das Automobil, die auch die jetzigen Eigentümer Hans-Jochem Steim und Hannes Steim leben, zum Ausdruck. Deren Autosammlung diente als gestalterisches Vorbild für das Design der Meister Driver.

So stellt die Meister-Linie der Uhrenfabrik Junghans eine Symbiose aus Tradition und Moderne dar: „Als Uhrmacher in vierter Generation macht es mich jeden Tag sowohl ehrfürchtig als auch stolz, den Weg der grossen Traditionsmarke weiter gestalten zu dürfen und mit neuen Modellen die Zeit erlebbar zu machen“, sagt Geschäftsführer Matthias Stotz. (pd)

Info
www.junghans.de



Meister Driver



Ein Verbandsjahr wie jedes andere?

Ja, weil wiederum grosser Einsatz geleistet wurde um den Nachwuchs der Goldschmiede, Uhrmacher und Detailhandelsfachleute zu unterstützen und weil wir trotz der immer aufwändigeren Bürokratie die Rahmenbedingungen aus Sicht der Privatwirtschaft aufrechterhalten konnten. Von den Dienstleistungen wie der Beratung bei Rechtsfragen oder dem Bezug von Materialien ist rege Gebrauch gemacht worden. Die VSGU-Mitglieder konnten wieder von den vorteilhaften Sozialversicherung AHV/FAK der Promea und der Pensionskasse Optik, Photo, Edelmetall profitieren.



Nein, weil anders als in den Vorjahren der Entscheid gefallen ist, dass die Walker Management AG aus Sursee ab 2017 das Sekretariat des VSGU übernehmen wird. In der zweiten Jahreshälfte wurden die Vorbereitungsarbeiten für eine nahtlose Übergabe in Angriff genommen. Der Wechsel bietet die Chance, Aufgaben, Abläufe, Dienstleistungen und Auftritte zu hinterfragen, zu ergänzen oder zu reduzieren. Unbestritten ist, dass der VSGU als starker Berufsverband seinen Mitgliedern weiterhin zahlreiche Dienstleistungen oder Dokumentationen zur Verfügung stellen und ihre Interessen gegenüber Organisationen und Behörden vertreten wird.

Ja, weil ich als Sekretär zusammen mit meinem Team das Mandat – bestens unterstützt von Ausschuss und Vorstand – im Interesse der Verbandsmitglieder mit Freude ausführen konnte.

Nein, weil Ursula Schaller Mitte März gesundheitshalber ausfiel, so dass Valentina Bachmann, Rolf Fankhauser und Verena Christen stark gefordert waren. Frau Schaller wünschen wir gute Besserung.

Viele Jahre lang war ich Sekretär des VSGU. Nun verabschiede ich mich auch auf diesem Weg von Ihnen, liebe VSGU-Mitglieder. Persönlich werde ich das an der kommenden Mitgliederversammlung, die am Montag, 13. März 2017 in Bern stattfinden wird, nachholen. Markus Werner und sein Team von der Walker Management AG übernehmen die Sekretariatsaufgaben ab dem 1. Januar. Wir wünschen ein gutes Gelingen. Sie werden einer wunderbaren Branche dienen können. Vorerst stehen aber die Feiertage vor der Tür und damit auch die hoffentlich zahlreichen Geschenkeinkäufe. Ich wünsche allen eine erfolgreiche Vorweihnachtszeit, besinnliche Festtage und im 2017 gute Gesundheit, Erfolg und viel Zufriedenheit.

Marc-Alain Christen
(noch) Zentralsekretär VSGU

Vor elf Jahren habe ich das Präsidium der BBK angenommen. Während diesen spannenden Zeiten konnte ich mich mit Persönlichkeiten von Bund, Kantonen und natürlich Ausbilderinnen und Ausbildern vernetzen. Verantwortliche Träger der Ausbildung müssen vermehrt politisch tätig sein, um branchengerecht Ausbildung anbieten zu können. Mir war immer wichtig, meine Aufgabe so zu verrichten, dass die Ausbilder möglichst unbelastet ihrer grossen Arbeit mit den Lernenden nachgehen konnten. Das Berufsbildungsgesetz hat meine Tätigkeit stark beansprucht. Neben der Organisation der Arbeitswelt (OdA) war auch der VSGU mit den zukunftsweisenden Arbeiten der Ausbildung involviert. Ich möchte hier auf einige Projekte kurz eingehen:



Wir haben erreicht, dass die Ausbildung zum Goldschmied weiterhin so erfolgt, wie es der Branche am besten dient: nämlich regional und mit den dort typischen Produkten. Im Gegenzug muss die OdA jährlich die Arbeiten der Qualifikationsverfahren (QV) vorlegen, um zu zeigen, dass die Anforderungen an die Ausbildung einheitlich sind. Der Fragenpool für unsere QV garantiert dem Staat, dass auch beim theoretischen Teil keine Individualinteressen verfolgt werden.

Vor zwei Jahren wurde der Vertrag zur Bildung der OdA der Schmuckbranche zwischen dem VSGU und der Association Romande des Métiers de la Bijouterie AsMeBi in Kraft gesetzt. So arbeiten wir mit einer gewichtigeren Branchenstimme mit Bund und Kantonen zusammen.

Das Netzwerk Kleinstberufe kümmert sich um kleine Berufe und deren Ausbildung. Die Goldschmiede sind dabei mit dem VSGU vertreten. Ein Ziel ist die Vernetzung der OdA untereinander: Gerade für Weiterbildungen und Meisterprüfungen sind dort Lösungsansätze vorhanden.

Infolge der neuen Gesetzgebung zu Arbeitssicherheit ist die OdA aufgefordert, mit dem SECO begleitende Massnahmen für gefährliche Arbeiten zu definieren, die von Lernenden unter 18 Jahren durchgeführt werden. Diese begleitenden Massnahmen sind branchenfreundlich gestaltet worden. Die OdA ist 2017 für deren Umsetzung bei den Ausbildern zuständig.

Die Überprüfung der Bildungsunterlagen zeigte viele Wünsche der Branche, einige könnten umgesetzt werden. Das Handwerk Goldschmieden soll sich weiterentwickeln, jedoch ohne dass dadurch die Ausbildungsziele durch zusätzliche Kompetenzen verwässert werden. In der Romandie werden Gedanken über weitere verwandte Berufe bereits diskutiert.

Der OdA und dem VSGU wird die Arbeit in Zukunft nicht ausgehen. Ich würde mich deshalb sehr freuen, wenn mich Branchenmitglieder mit Rat und vor allem Tat bei dieser faszinierenden Aufgabe unterstützen würden.

Peter Loosli,
Präsident Fachkommission Goldschmiede



Info
Telefon 031 329 20 72
info@zvsgu.ch
www.detail.ch



An- und Verkauf von Edelsteinen
und hochwertigem Schmuck.

Grosses Sortiment an Altschliffdiamanten.

Inserate in der
GOLD'OR
wirken!

Verlangen Sie unsere Mediadaten:
info@goldor.ch

SWISS MADE, PIVODAX UN PARTENAIRE FIABLE !

A votre disposition pour:

- Entretien-réparation de montres anciennes et de tout garde-temps
- SAV toutes marques
- Réparations, révisions toutes marques
- Assemblage de divers modules et mobiles
- Devis sans engagement
- Travail effectué par des horlogers diplômés

PIVODAX SA

Passage des Condémines 1
Case postale 39
CH – 2056 DOMBRESSON
Tél. 032 853 28 94
Fax 032 853 53 82

G R
EDELMETALLE AG

PROFIL **C1**



EINES VON VIELEN.
JETZT KONFIGURIEREN!

gyrboard.gyr.ch/ringkonfigurator



urban vertriebs GmbH
www.koralle-urban.com

rigistrasse 4 | 6300 zug | schweiz
tel: +41 79 945 85 77 | office@koralle-urban.com

**Edelsteinhandel
GEMstandART**

Schleifarbeiten, Beratung und
Verkauf

Grosse Auswahl von Farb-
edelsteinen höchster Qualität
zu guten Preisen.

Wir besuchen Sie gerne auch
persönlich.

Christian Wischnewski
Heinz Bösch
8180 Bülach

+41 (0)79 798 16 81
info@gemstandart.ch
www.gemstandart.ch



De nombreux objectifs atteints

Il y a onze ans, j'ai repris la présidence de la CFP. Pendant cette période passionnante, j'ai entretenu des contacts avec des repré-



sentants de la Confédération, des cantons et, naturellement, d'innombrables formateurs. Les responsables doivent désormais se montrer plus actifs politiquement afin de proposer une formation adaptée à la branche. J'ai toujours souhaité que les formateurs soient en mesure d'accomplir leur mission auprès des apprentis sans charges supplémentaires. La loi sur la formation initiale a posé de grandes exigences et j'aimerais évoquer quelques projets à ce propos.

Nous avons obtenu que la formation de bijoutier se déroule de la manière dont elle est le plus utile à la branche, en prenant en compte les produits traditionnels à chaque région. En contrepartie, l'OrTra doit présenter chaque année les procédures de qualification afin de démontrer que les exigences posées à la formation sont uniformes. Le pool de questions garantit à la Confédération et aux cantons que la partie théorique n'est pas composée en sorte de satisfaire des intérêts individuels.

Il y a deux ans, le contrat relatif à la création de l'OrTra de la branche de la bijouterie a été conclu entre l'ASHB et l'Association romande des Métiers de la Bijouterie. (AsMeBi). De ce fait, nous disposons d'une représentativité plus forte pour notre collaboration avec la Confédération et les cantons.

Le réseau des métiers à faible effectif s'intéresse à la formation professionnelle de ces professions rares et les bijoutiers y sont représentés par l'entremise de l'ASHB. L'un des objectifs poursuivis consiste à relier les OrTra afin de déterminer des approches utiles pour le perfectionnement professionnel et les épreuves de maîtrise.

En raison des nouvelles dispositions légales relatives à la sécurité au travail, l'OrTra a été priée de définir avec le SECO des mesures d'accompagnement pour des travaux dangereux effectués par des apprentis de moins de 18 ans. Elles ont été définies de manière peu contraignante pour la branche et l'OrTra sera responsable en 2017 de leur application auprès des formateurs.

Le contrôle quinquennal de la formation a permis de prendre note de nombreux désirs, dont certains ont déjà été mis en pratique. Le métier artisanal de bijoutier doit continuer de se développer, mais sans diluer les objectifs de formation par des compétences additionnelles. En Suisse romande, la discussion s'étend déjà à d'autres professions apparentées.

Le travail ne manquera pas pour l'OrTra et l'ASHB au cours des prochaines années et je serais heureux que des membres me soutiennent de leurs conseils et de leur appui concret pour cette mission captivante.

*Peter Loosli,
Président de la commission professionnelle bijoutiers*



Informations
Téléfon 031 329 20 72
info@zvsgu.ch
www.detail.ch

Une année comme les autres pour notre association?

Oui, car une fois encore de grands efforts ont été consentis dans la formation des futurs bijoutiers, horlogers ou spécialistes du commerce de détail et parce que les conditions cadres économiques ont pu être maintenues malgré l'importance croissante des tâches bureaucra-



tiques. Parmi les prestations proposées par l'association, les conseils juridiques et l'acquisition de matériel ont connu un grand succès. Cette année encore, les membres de l'ASHB ont pu profiter des avantageuses assurances sociales AVS/AF de la Promea et de la caisse de pension Optique, Photo, Métaux précieux.

Non, car contrairement aux années précédentes, la décision a été prise de confier à la société Walker Management AG à Sursee la gestion du secrétariat

de l'ASHB dès 2017. Au cours du deuxième semestre, les travaux destinés à garantir une transition en douceur ont été menés à bien. Le changement offre l'opportunité de remettre en cause les missions de l'association, leur déroulement, les services et les interventions, de les compléter ou de les réduire. En sa qualité d'association professionnelle forte, l'ASHB continuera de mettre ses prestations à la disposition de ses membres et défendra leurs intérêts auprès des organisations et des autorités.

Oui, parce que j'ai exercé de nouveau mon mandat de secrétaire avec plaisir – avec le précieux soutien du comité et du comité directeur.

Non, parce qu'Ursula Schaller est souffrante depuis la mi-mars, de sorte que Valentina Bachmann, Rolf Fankhauser et Verena Christen ont été fortement sollicités. Nous adressons tous nos vœux de rétablissement à Madame Schaller.

J'ai exercé les fonctions de secrétaire de l'ASHB pendant de nombreuses années et je prends ici congé de vous, chers membres de l'ASHB. Je le ferai encore personnellement à l'occasion de la prochaine assemblée générale qui se déroulera le lundi 13 mars à Berne. Markus Werner et son équipe de la société Walker Management AG reprennent les tâches du secrétariat au 1er janvier. Tous nos vœux pour la réussite de leur mission au service d'une branche captivante. Auparavant viendront cependant les festivités de fin d'année et les nombreux cadeaux qui les accompagnent. Je vous souhaite donc de belles ventes pendant la période de Noël, d'heureuses fêtes ainsi que santé, succès et prospérité pour 2017.

*Marc Alain Christen
(encore) secrétaire de l'ASHB*



Brack & Gut

Emotionale Werte

- Strategisches und operatives Teamwork in Geschäftsführung und Bereichsmanagement
- Gezielte Liquiditäts- und Ertragsoptimierung
- Strategische Marken-/Sortimentsentwicklung
- Umsatz-, Einkaufs- und Lagerbudgetierung
- Nachfolgeregelung und -umsetzung

Support durch Schmuck- und Uhrenprofis auf Stunden- oder Projektbasis oder im attraktiven Monatsabonnement.

Brack & Gut AG
Unternehmensberatung für Schmuck, Uhren und Handwerk
 Christoph Brack
 Marktgasse 39, CH-8400 Winterthur
 T: +41 (0)52 202 8 202, M: info@brack-gut.ch



Hier könnte
Ihr Inserat
 stehen!

Verlangen Sie unsere Mediadaten:
info@goldor.ch



GemExpert
 Consulting in Gems and Jewellery

GEMSTONE INVESTMENT ADVICE
 TECHNICAL CONSULTING
 GEMMOLOGICAL EXPERTISE

Postfach 921, CH 4001 Basel, Switzerland
 Tel.: +41 (0)79 823 63 93
 E-Mail: info@gemexpert.ch
www.gemexpert.ch

FISCHER

seit 1895

Spezialversandhaus für
 Goldschmiede und Juweliere
 Sie gestalten, wir liefern die Mittel...



... Maschinen



... Werkzeuge



...Furnituren



...Edelsteine

Fordern Sie unseren kostenfreien Katalog
 an oder besuchen Sie uns im Internet
www.goldschmiedebedarf.de

KARL FISCHER GMBH
 Berliner Str. 18 · 75172 Pforzheim
 Tel. 0049-(0)7231-31031 · Fax 0049-(0)7231-310300

SSEF 

SCHWEIZERISCHES GEMMOLOGISCHES INSTITUT
 SWISS GEMMOLOGICAL INSTITUTE
 INSTITUT SUISSE DE GEMMOLOGIE

Wir prüfen Ihre Edelsteine und Perlen



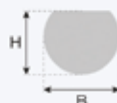
- speziell für Goldschmiede:
 kostengünstige Kurzprüfung

tel: 061 262 06 40
gemlab@ssef.ch

www.ssef.ch

GVR
 EDELMETALLE AG

PROFIL A10



EINES VON VIELEN.
JETZT KONFIGURIEREN!

gyrboard.gyr.ch/ringkonfigurator


PEARLSTON

www.pearlston.com
 Pearlston S.A.
 Rue Robert-Céard 6
 1204 Genève
 Tél. 022 311 74 58
pearlston@bluewin.ch



Tous types de PERLES DE CULTURE
 Et Bijoux

Who

Favre-Leuba,

ein Name, der manchem Uhrensammler das Herz höher schlagen lässt, nimmt einen neuen Anlauf. Ge-gründet worden ist Favre-Leuba 1737 von Abraham Favre (1702-1790). Sie zählt damit zu den ältesten Uhrenmarken der Schweiz. Mit ikonischen Modellen wie der Bathy 50 mit integriertem Tiefenmesser und markant gezackter Lünette machte sich Favre-Leuba im 20. Jahrhundert einen Namen. In den letzten Jahren ist es still geworden um die Traditionsmarke. Immer wieder versuchten Gruppen (LVMH, Valentin SA) die Marke neu zu lancieren. Seit Ende 2011 gehört Favre-Leuba zur indischen Titan Company, der grössten indischen Uhrenherstellerin und -händlerin. Diese wiederum gehört zur über 100 Milliarden schweren indischen Tata-Gruppe. Die ersten neuen Modelle sollen an der Baselworld 2017 präsentiert werden. Die Uhren werden im Preisbereich zwischen 2000 und 10'000 Franken positioniert sein. Geschäftsführer ist Thomas Morf (ehemals C.F. Bucherer und Hanhart), technischer Direktor ist Thomas Kury, Produktionschef Jörg Ammann und Marketingleiter David Vallata (alle drei ehemals Eterna). Hoffen wir, dass die Marke zu altem Glanz zurückfindet.

Favre-Leuba,

un nom qui fait battre plus fort le cœur de certains collectionneurs horlogers, prend un nouveau départ. L'entreprise avait été fondée en 1737 par Abraham Favre (1702-1790) et figure ainsi parmi les plus anciennes marques horlogères suisses. Avec des modèles iconiques à l'instar de la Bathy 50 avec un profondimètre intégré et sa caractéristique lunette crénelée, Favre-Leuba a atteint une renommée enviable au cours du XXe siècle, même si elle n'a plus fait parler d'elle depuis quelques décennies. A plusieurs reprises, différents groupes (LVMH, Valentin SA) ont tenté de relancer la marque. Depuis la fin 2011, Favre-Leuba est la propriété de la Titan Company indienne, le plus grand fabricant et détaillant horloger du sous-continent. Cette entreprise appartient à son tour au groupe Tata, qui pèse plus de 100 milliards. Les premiers nouveaux modèles devraient être présentés lors de Baselworld 2017 et proposés à des prix oscillant entre 2000 et 10'000 francs. La marque est dirigée par Thomas Morf (ex- C.F. Bucherer et Hanhart), le directeur technique est Thomas Kury, le chef de production Jörg Ammann et le directeur du marketing David Vallata (trois anciens collaborateurs d'Eterna). Souhaitons à Favre-Leuba de retrouver son éclat d'antan.

Oswald Grübel,

der für markige Finanzmarktanalysen bekannte ehemalige Geschäftsführer der Union Bank of Switzerland (UBS) und der Credit Suisse (CS), warnt in letzter Zeit wiederholt vor einem Finanzkollaps. Nun besteht a) die Hoffnung, dass Grübel irrt. Für den Fall, dass er doch Recht behält, bleibt b) zu hoffen, dass der Kollaps nicht ganz so schlimm ausfällt. So oder so rät Grübel c) all jenen Anlegern, die die Auswirkungen eines wie auch immer gearteten Kollapses abschwächen wollen, in Gold zu investieren und ihren Goldanteil auf 30 Prozent zu erhöhen. Zu bemerken bleibt dazu, dass dies nicht nur erhebliche Auswirkungen auf den Goldpreis hätte, sondern wohl auch dazu führen würde, dass ein allfällig im Raume stehender Finanzkollaps Grübelscher Beschreibung nur umso schneller einträte.

Diamond News

Marktkommentar

Im Oktober waren die Diamantmärkte eher ruhig. Das hat auch damit zu tun, dass es wegen chinesischen, jüdischen und indischen Festtagen zu Unterbrüchen kam. Das Geschäft verlangsamte sich, weil die Händler bereits grösseren Aufträgen in den USA und speziellen Bestellungen für Einzelhandelskunden nachgingen. Die Stimmung am Markt verbesserte sich nach der September-Messe in Hongkong, doch der Handel mit geschliffenen Steinen blieb träge und die Lagerbestände sind relativ hoch. Die Nachfrage nach rohen Steinen ist zurückgegangen da die Preise im Oktober angestiegen sind. Die indischen Diamantschleifer produzierten weniger wegen des Diwali-Festes.

Mehr Absatz bei De Beers

Während sich die Nachfrage nach Rohsteinen verringerte, meldeten Minengesellschaften verstärkten Bedarf gegenüber vergangenem Jahr, als die Regale wegen geringer Rentabilität voll von geschliffener Ware blieben. Bei De Beers stieg der Absatz im dritten Quartal um 90 Prozent, derjenige von Alrosa wuchs um 69 Prozent.

Die Gewinne bei der Produktion bleiben wegen schleppender Nachfrage bei geschliffenen Steinen bescheiden. Dafür war der Handel mit Rohware im dritten Quartal relativ stark. Die Importe nach Indien stiegen um 54 Prozent. Die Exporte geschliffener Steine wuchsen um 15 Prozent.

Fokus auf dem Detailhandel

Der Fokus der Industrie richtete sich auf den Detailhandel, wo Diwali, Weihnachten und das Chinesische Neujahr die Hauptereignisse darstellen, um Konsumenten in den Hauptmärkten mit Diamanten zu bedienen. Beim Weihnachtsgeschäft in den USA wird mässiger Zuwachs erwartet. In China herrscht eine relative Stabilität und in Hongkong wird das Geschäft voraussichtlich schwach sein.

Preise unter Druck

Schmuckverkäufe für die Festtage werden keinen nachhaltigen Anstieg im Diamantenhandel und in den Preisen für geschliffene Steine bewirken. Bis Ende 2016 und bis ins kommende Jahr hinein bleiben die Preise wahrscheinlich unter Druck. Das wird wohl langfristig tiefere Preise für Rohware bewirken. Mit ausreichend gefüllten Lagern und Vorrat aus früheren Jahren wird der Handel seine Bestände zurückfahren müssen.

Nach den Festtagen sind die Märkte in New York, Antwerpen und Israel ruhig. Die Preise für geschliffene Steine sind seit der Hongkong-Show im September stabil und die allgemeine Nachfrage ist bei den gefüllten Lagern eher schwach.

Grosse Diamanten

Die Mountain Province Diamonds (Kanada) wird im Januar einen Diamanten von 50.25 Carat in guter Qualität aus der neuen Gahcho-Kué-Mine verkaufen. Das ist der grösste Stein, der bisher in dieser Region in Kanada gefunden worden ist.

Die gesamte Förderung im August und September belief sich auf 198'000 Carat, davon gehören etwa 97'000 Carat der Mountain Province Gesellschaft, die 49 Prozent der Mine besitzt. Der Rest gehört De Beers. Das erste öffentliche Verkaufsangebot wird im Januar in Antwerpen stattfinden.

Die Lucapa Diamond Company gab bekannt, Mitte November in der Lulo Mine in Angola einen 172 Carat und einen 104 Carat schweren Diamanten zum Verkauf anzubieten. Beide Steine sind vom Typ-Ia, D-Farbe und wurden im September gefunden. Weiter wird Mitte Dezember ein Rohdiamant von 72 Carat, ebenfalls Type-Ia, mit D-Farbe angeboten, der von der Minengesellschaft Sociedade Mineira do Lulo gefunden wurde.

Quelle: Walter Muff finde diamonds

TALK WITH EVERY CUSTOMER ABOUT YOUR DIAMONDS

fine diamonds are a jeweller's best friends

Die Gemworld entwickelt sich

Vom 28. bis 30. Oktober ist die Munich Show – Mineralientage München über die Bühne gegangen. Eine der vier Messegewelten, die Gemworld, richtet sich in erster Linie an die Fachleute der Schmuckbranche. Um den Spagat zwischen Geschäftskunden und Privatbesuchern zu meistern, haben die Organisatoren viel Aufwand betrieben.

Ende Oktober haben sich wiederum Fachleute, Liebhaber, Sammler und Familien in den Münchner Messehallen eingefunden, um in die Welt der Steine und Mineralien einzutauchen. Der Freitag galt den Facheinkäufern, am Samstag und Sonntag waren die Messehallen auch für das breite Publikum geöffnet. Obwohl die Besucherzahlen zum Redaktionsschluss noch nicht verfügbar waren, zeigte sich die Messeleitung bereits zufrieden und sprach von mehr Eintritten als im Vorjahr und einer deutlich gestiegenen Anzahl Fachbesucher.



An der Gemworld Munich präsentierten auch zahlreiche Schmuckhersteller ihre Ware.



Roter Teppich und strenge Zutrittskontrollen im Fachbesucherbereich.

Wie in den Vorjahren beherbergten die vier Ausstellungshallen je eine Messegewelt: Die Mineralworld, die Fossilworld, die Stoneworld und die Gemworld. Diese richtet sich mit den ausgestellten Edel- und Schmucksteinen und dem wachsenden Schmucksektor speziell an Goldschmiede, Juweliere und Wiederverkäufer der Branche.

Zutritt nur für Fachleute

Damit sich die Gemworld als Fachmesse entwickeln kann, betrieb die Messeleitung viel Aufwand: Auf vielfachen Wunsch hatten sie einen Bereich geschaffen, der nur für registrierte Fachleute zugänglich war. Einerseits sollten Juweliere und Goldschmiede hier in Ruhe ihre Ware einkaufen und Gespräche führen können, andererseits sollten die Aussteller Fachhandelspreise anschreiben und auch mit Produkten zum Weiterverarbeiten handeln können. Während die einen – darunter vor allem Anbieter von hochwertiger Ware aus Idar-Oberstein wie Hans D. Krieger oder Hermann Grimm – diesen Bereich zur Bedingung ihrer Teilnahme an der Münchner Veranstaltung machten, hatten andere im Vorfeld nicht realisiert, dass nur ein Bereich von rund 40 Prozent und nicht die gesamte Messehalle der Gemworld abgeriegelt wird. Dritte wiederum buchten zwar einen Platz im Fachbesucherbereich, öffneten aber auch auf der Publikumsseite ihres Ausstellungsstands eine Tür – was wiederum einen Wachmann auf der Fachbesucherseite notwendig machte.



René Lips (rechts) mit Sohn Michael und der Ostschweizer Edelsteinkönigin Tamara Casagrande.

Mindestmengen und spezielle Preise

René Lips aus St. Gallen gehört zu denjenigen Ausstellern, die sich für eine Platzierung ausserhalb der Gemworld Professional entschieden haben. „Ich gehöre sozusagen zum Urgestein der Messe und bin seit 1989 mit dabei. Ich habe mir das Angebot angeschaut, aber die Fachleute laufen ja auch so an meinem Stand vorbei.“ Lips, der auch die Schweizer Messe „Sinfonie der Edensteine“ bewarb, bot seine Aventurin-Feldspate zu unterschiedlichen Preisen an, je nachdem ob

er einen Facheinkäufer oder einen Endkonsumenten bediente. Andere Aussteller wie Ines Lopez-Sharma von JR Jewelry und der Silberschmuckanbieter Bahl Collection blieben dieses Jahr lieber an ihrem angestammten Platz oder legten die Mindesteinkaufsmenge so hoch an, dass sich fast ausschliesslich Wiederverkäufer für ihr Angebot interessierten.

Trotz Kompromissen, hohem Personalaufwand und kritischer Stimmen kam das Projekt insgesamt gut an. „Die Gemworld Professional hat eine positive Resonanz erhalten, viele mit denen wir gesprochen haben, können sich die Teilnahme im nächsten Jahr gut wieder vorstellen. Im Detail müssen das die Gespräche in den kommenden Wochen zeigen“, sagt Jens Rödel, Marketingverantwortlicher der Messe. Die Messeleitung ist guter Dinge, dass der Start gelungen ist und man die Basis für die weitere Entwicklung der Gemworld Munich als Fachmesse hat legen können. Der nächste Messetermin ist vom 27. bis 29. Oktober 2017.

Tanja Wenger

Info
www.gemworldmunich.com

Junge Designerin im Mittelpunkt

Innerhalb der Gemworld wurde auch dieses Jahr der Young Designer's Corner durchgeführt. Acht Nachwuchsdesigner aus verschiedenen Ländern präsentierten ihre Kreationen und reichten je ein Wettbewerbsstück ein. Eine dreiköpfige Jury bewertete Konzept, Design und Verarbeitung. Der erste Preis ging an Eliana Petsch. Die 22-jährige Goldschmiedin aus Idar-Oberstein hat ihre Ausbildung im Januar dieses Jahres abgeschlossen und für ihre Arbeiten schon mehrere Auszeichnungen erhalten.



Eliana Petsch

Who

Oswald Grübel,

ancien directeur de l'Union Bank of Switzerland (UBS) et du Credit Suisse (CS) reconnu pour ses brillantes analyses, met régulièrement en garde face à une nouvelle crise financière. Il existe a) l'espoir qu'Oswald Grübel se fourvoie. S'il n'avait cependant pas tort, il reste b) à souhaiter que l'effondrement ne soit pas aussi terrible qu'il le prédit. D'une manière ou de l'autre, Oswald Grübel conseille c) à tous les investisseurs désireux d'atténuer les effets d'une nouvelle crise d'élever leur part en or à 30 pour cent de leur fortune. Relevons incidemment que cette recommandation, si elle était largement suivie n'exercerait pas uniquement des conséquences importantes sur le cours de l'or, mais accélérerait encore la survenue de cet événement redouté.

Morphean, Fribourg,

ein junges, 2009 gegründetes Startup-Unternehmen hat ein Video-Überwachungssystem entwickelt, das Verbrechen angeblich erkennt, bevor sie passieren. Neben sicherheitsrelevanten Funktionen ist das Video-System von Morphean aber auch ein ausgezeichnetes Tool für Ladengeschäfte, um das Kundenverhalten zu erfassen: So können die Kameras beispielsweise messen, wie viele Kunden im Geschäft ein- und ausgehen und wie lange sich die Kunden durchschnittlich darin aufhalten. Auch Einbrüche oder Terroranschläge können mit einem Frühwarnsystem nach Möglichkeit vorzeitig erkannt werden, etwa wenn sich ein Objekt oder eine Person zu lange in einem vordefinierten Bereich aufhält.

Morphean, Fribourg,

une start-up fondée en 2009, a développé un dispositif de surveillance vidéo qui permettrait de reconnaître les préparatifs d'un délit. Grâce à ses fonctions de sécurité, le système vidéo de Morphean représente également un instrument très utile pour saisir le comportement de la clientèle. Ainsi, les caméras comptabilisent le nombre de personnes qui entrent et sortent ainsi que la durée moyenne de leur séjour dans le magasin. Les tentatives d'attaques ou d'attentats peuvent être déjouées avec un système d'alarme précoce, par exemple lorsqu'un objet ou une personne demeure pendant un long moment dans une zone déterminée.

Tag Heuer, La Chaux-de-Fonds,

fast fürs nächste Jahr gemäss Aussagen von Jean-Claude Biver eine Produktion von 100'000 „vernetzten“ Uhren ins Auge. In diesem Jahr seien es rund 70'000 gewesen. Der Verkaufseffekt der Uhren sei bislang zwar nicht riesig, dafür sei der Markteffekt sehr gross, so Biver gegenüber der Westschweizer Zeitung L'Agefi. Wie Biver weiter angab, habe sich die Marke durch die Einführung der vernetzten Uhren um 20 Jahre verjüngt. Zudem lägen die Verkäufe in diesem Jahr bislang im zweistelligen Prozentbereich über dem Vorjahr.

Tag Heuer, La Chaux-de-Fonds,

prévoit de produire quelque 100'000 montres «connectées» en 2017, selon les déclarations de Jean-Claude Biver. Cette année, environ 70'000 smartwatches sont sorties des ateliers. Jusqu'à présent, l'impact sur le marché s'est révélé considérable alors que l'effet sur les ventes est demeuré plus modeste, ainsi que Jean-Claude Biver l'a confié à L'Agefi. Comme il l'a précisé, le lancement des montres connectées a permis à la marque de rajeunir son image d'une vingtaine d'années. En outre, le chiffre d'affaires de l'entreprise serait actuellement en hausse de plus de dix pour cent par rapport à l'exercice précédent.

Mabé-Perlen – das Revival einer vergessenen Art

Eigentlich müsste man sie „Zuchtblisterperlen“ oder „Zuchtperlendoubletten“ nennen da sie zusammengesetzt sind und einen Perlmutterboden besitzen. Mabé-Perlen sind sehr preiswert und sie machen etwas her. Hier wird einiges an Wissenswertem zusammengetragen, so dass bei einem Kundengespräch hoffentlich keine Frage offen bleibt.



Mabé-Kulturperlenschmuck mit klassischen weissen Mabés von Hodel of Switzerland, Hongkong.

Wie der Kuckuck es mit seinem Ei macht, wird einer grossen Auster ein meist halbrunder Kern unter den Mantel geschoben. Als „Bruthennen“ werden entweder Farm-Muscheln der Arten *Pinctada maxima* oder *Pteria penguin* verwendet. Erstere sind weiss, Letztere oft braun-kupferfarbig. Da die Auster den Fremdkörper nicht loswerden kann – er ist an der Schale angeklebt – wird er einfach mit Perlmutter überwachsen.

Für den Prozess eignen sich Muscheln, die sich schon bei der Herstellung von runden, Gonaden-gewachsenen Zuchtperlen bewährt haben. Die Mabé-Kerne sind oft aus Muschelschale, aber auch aus anderen Materialien wie Kunststoff. Nach acht bis zwölf Monaten kann die Mabé geerntet werden. Die halbkugelige Erhebung schneidet man aus der Schale wobei sich die Teile oft lösen. Der Kern wird entweder wieder in den Überzug geklebt oder durch Kunstharz ersetzt. Eine flache Basis wird geschliffen. Dann bringt man ein Unterteil aus schönem, dickem Perlmutter als Boden an, der wie ein Cabochon geschliffen und poliert wird.



Mabé-Kultur-Blisterperlen: Links noch auf der Muschelschale, oben von neuseeländischen *Haliotis*-Schnecken, unten hergestellt mit weissen Südsee-Austern.

Da beim Montieren des herausgelösten Kerns mit dem Überzug ein Kleber benötigt wird, verwenden einige Hersteller gefärbte Epoxidharze, die dem Produkt eine prononcierte Farbe geben können. So trifft man oft auf Rosa-, Gold- oder Pinktöne, die nicht von der Muschel stammen. Die Farbe scheint einfach durch den Perlmutterüberzug, der in der Regel etwa ein Millimeter dick ist. Im Allgemeinen werden aber Mabés angeboten, welche in den Naturfarben und mit vorzüglichem Luster ausgestattet sind, so gesehen bei Hodel of Switzerland in Hongkong. Mabé-Zuchtblister sind meist von stattlicher Grösse mit gerne mal einem Durchmesser von 10 bis über 20 Millimetern. Damit eignen sie sich bestens für Ringe und Ohrclips, aber auch Armbänder Broschen oder Anhänger.

Verschiedene Varianten

Die klassischen Mabé-Perlen sind weiss bis braun und mehr oder weniger hohe runde Boutons. Das liegt an den verwendeten Austern *Pinctada maxima* und *Pteria penguin*.



Experimentelle Mabé-Zuchtblister mit mariner Schnecke als Vorlage. Atlas Pearls, Bali.



Innovativer Mabé-Kulturperlenring von Bearjewels, Hongkong.

Dunkle Mabés aus Tahiti von der Auster *Pinctada margaritifera* gibt es wohl deshalb nicht, weil die Muschel nach Innen rasch hell wird und so eine hellgraue Mabé produzieren würde. Besonders bunt sind Mabés der marinen Schnecke *Haliotis* (bzw. Abalone und Paua), die stark irisierendes Perlmutter abscheidet. Da ihr Fussmuskel sehr stark ist und jeden angeklebten Kern wegdrücken würde, müssen die Kerne von aussen mit Nägeln befestigt werden. Doch das ist die Mühe wert, Paua-Mabés haben ein Farbenspiel wie gute Schwarzopale.

Dass Mabés rund sind, muss nicht sein, denn die Form des vorgegebenen Kerns bestimmt das spätere Aussehen. Zudem kann man

Fantasieformen aus der Schale mit der Mabé-Perle herausarbeiten, ein weites Feld für Kreative. Bei meinen Experimenten habe ich es auf der Atlas-Perlenfarm in Nord-Bali mit Schneckenhäuschen als Kern versucht. Das Resultat lässt sich zeigen. Fragt sich nur, ob es dafür eine Nachfrage gibt. Momentan sind die klassischen, runden Mabé-Perlen weit mehr im Trend.

Prof. Dr. Henry A. Hänni

Info
www.gemexpert.ch



Zur Mabé-Herstellung verwendete Schalen: links die Abalone (*Haliotis*), silberlippige Südseeauster *Pinctada maxima* und eine Flügelauster *Pteria penguin*.

**Bei uns ist
alles Gold was
glänzt ...**



AG F.H. Oehrli
Gold- und Silber
Hagerty-Produkte

CH-8107 Buchs | 044 844 40 47
info@oehrli.info



diad'oro
Schmuck
aus Leidenschaft

diad'oro schmuck design ag · obergrundstr. 44 · 6002 luzern
tel. +41 (0)56 483 30 30 · info@diadoro.ch · www.diadoro.ch

Who

Régis Huguenin,

Konservator am Musée international d'horlogerie in La Chaux-de-Fonds, beantwortet im Migros Magazine Anfang August die Frage der elfjährigen Margaux, warum eine Stunde 60 und nicht 100 Minuten habe. Die Ursprünge der modernen Zeiteinteilung gehen, so Huguenin, auf die alten Ägypter zurück. Die Zwölfer-Einheiten für die Stundenzählung sei wohl deshalb entstanden, weil diese bei der Daumenzählung der Finger eine feste Grösse spielten. Zähle man mit dem Daumen die jeweils drei Glieder der vier Finger einer Hand zusammen, erhalte man zwölf. Zähle man diese Zwölfer-Einheiten zudem mit den fünf Fingern der anderen Hand zusammen, erhalte man 60, die höchste Zahl, die sich mit den Händen additiv zusammenzählen lasse.

Régis Huguenin,

conservateur du Musée international d'horlogerie de La Chaux-de-Fonds a répondu dans le Migros Magazine du 2 août à une question posée par Margaux, neuf ans, qui se demandait pourquoi une heure est divisée en 60 plutôt qu'en 100 minutes. Régis Huguenin lui a expliqué que les origines de la division du temps remontent à l'Egypte antique. Les douze unités pour le décompte des heures sont apparues car cette valeur représentait une importance capitale dans le mode de calcul alors en usage. Si l'on compte avec le pouce à chaque fois les trois phalanges des quatre doigts d'une main, on obtient un total de douze. Si ces unités de douze sont ensuite comptabilisées avec les doigts de l'autre main, on arrive à 60, le chiffre le plus élevé qu'il est possible d'atteindre en additionnant avec les main

Martin Winkel,

Gründer und Inhaber des Internationalen Juwelierwarndienstes, nahm am 21. August, einen Tag nach dem brutalen Raubüberfall auf das Juweliergeschäft der 77-jährigen Goldschmiedin Rosemarie Witthüser-Freitag in Hagen/D gegenüber der Zeitung Westfalenpost kein Blatt vor den Mund: Er bezeichnete die brutalen Täter unverblümt als „feige Arschlöcher“ und betonte mit Nachdruck: „Schreiben Sie das ruhig so auf.“ Mehrere Täter hatten Rosemarie Witthüser-Freitag brutal niedergeschlagen, das Geschäft verwüstet und Schmuck aus den Vitrinen geraubt. Winkel fühlt sich umso mehr persönlich betroffen, weil er das Opfer seit vielen Jahren kennt: „Eine liebe und ehrliche Frau, noch von der alten Generation, die an das Gute im Menschen glaubt.“

Martin Winkel,

fondateur et propriétaire du service international d'alerte des bijoutiers n'a pas mâché ses mots en répondant au journal Westfalenpost le 21 août, au lendemain d'une violente agression perpétrée à Hagen contre la bijoutière Rosemarie Witthüser-Freitag, 77 ans. Il a non seulement traité les brutaux assaillants de noms d'oiseaux, mais a indiqué au journaliste qu'il pouvait sans crainte rapporter ses propos. Plusieurs malfrats s'en sont pris à Rosemarie Witthüser-Freitag avant de dévaster son magasin et faire main basse sur les bijoux exposés dans les vitrines. Martin Winkel se sent d'autant plus touché qu'il connaît personnellement la victime depuis de nombreuses années. «C'est une personne adorable et intègre, d'une génération qui croit en la bonté du genre humain.»

Neue Analysemethode

In den vergangenen Dekaden hat sich die Untersuchung von Edelsteinen in einem gemmologischen Labor fundamental geändert und weiterentwickelt. Um immer auf dem neusten Stand zu sein, muss auch das Schweizerische Gemmologische Institut SSEF viel investieren.

Wurden ursprünglich vor allem mikroskopische Beobachtungen und physikalische Messwerte beschrieben, sind heutzutage wissenschaftliche Analysemethoden unabdingbar, um detaillierte Angaben über die Struktur und chemische Zusammensetzung eines Edelsteins oder einer Perle zu erhalten. Als neuste Ergänzung dieses Instrumentariums hat das Schweizerische Gemmologische Institut SSEF kürzlich als weltweit erstes gemmologisches Labor ein „GemTOF“-Massenspektrometer in Betrieb genommen.



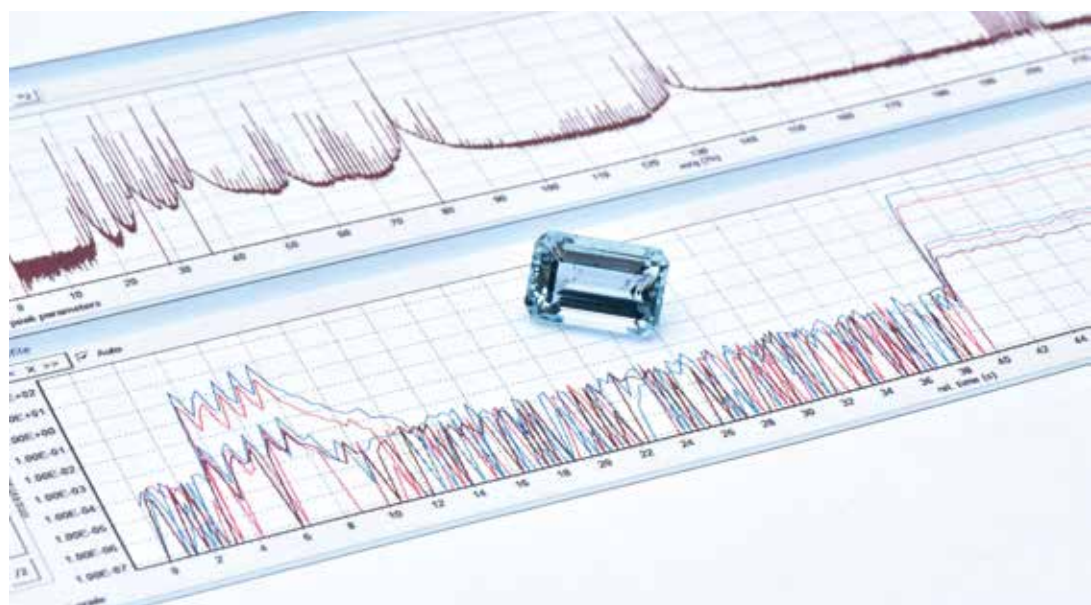
Das Gemtof-Setup am SSEF besteht aus zwei Einheiten, dem ICP Time-Of-Flight-Massenspektrometer (links) und dem Laserablations-System (ultravioletter Laser 193nm).

Das Gemtof ist ein neuartiges, hochempfindliches Analysegerät für die chemische Elementanalyse an Edelsteinen und Perlen, basierend auf dem Prinzip der Flugdauer von Isotopen/Elementen in einem Massenspektrometer (sogenannte Time-Of-Flight oder kurz TOF). Es repräsentiert dabei die neuste Generation von Laserablation-ICP-Massenspektrometern.

Winzige Partikel

Vergleichbar mit der schon seit längerem bekannten LA-ICP-Quadrupol-Massenspektrometrie (LA-ICP-Q-MS) werden auch beim Gemtof mit einem feinen hochenergeti-

Am Beispiel eines Aquamarins wird hier das gesamte Massenspektrum (oben) und der zeitliche Verlauf einer Einzelmessung (unten) mit dem Gemtof dargestellt. Diese neue Analysemethode liefert detaillierte chemische Information von Edelsteinen bis in den Bereich von geringsten Spurenelementgehalten (sogenannte parts per billion, ppb).

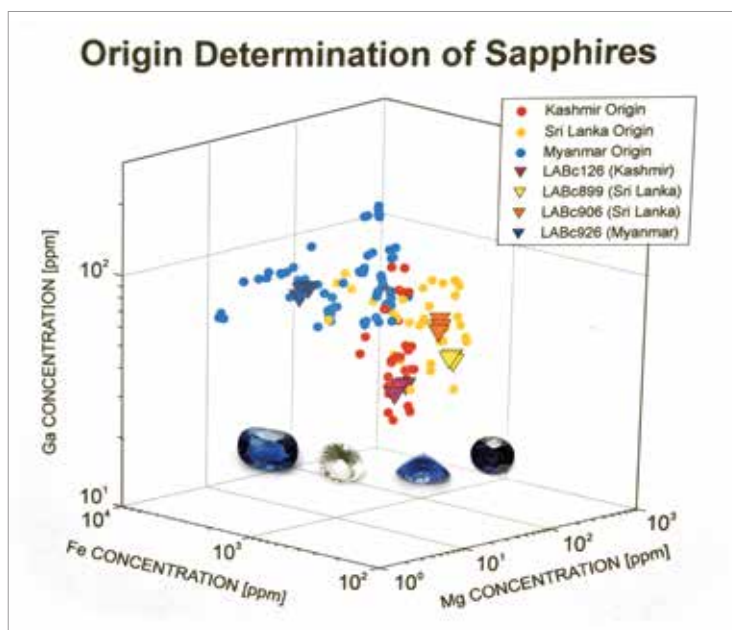


schen und gepulsten Laserstrahl winzige Partikel von der Oberfläche eines Edelsteins abgetragen. Dabei entsteht ein minimaler Ablationspunkt mit einem Durchmesser vergleichbar mit der Dicke eines Haars. Die abgetragenen winzigen Partikel werden umgehend in ein Argon-Plasma (vergleichbar heiss wie auf der Oberfläche der Sonne) eingesprüht, wo die Partikel in die einzelnen Elemente zerlegt und gleichzeitig ionisiert werden, um danach im Massenspektrometer quantifiziert zu werden.

Der entscheidende Vorteil beim Gemtof: es lassen sich damit ultraschnell und mit aussergewöhnlich tiefer Nachweisgrenze praktisch alle chemischen Elemente gleichzeitig messen. Dies ganz im Gegensatz zu der bisherigen Methode (LA-ICP-Q-MS), bei der Schritt für Schritt einzelne Massen (Elemente/Isotope) analysiert werden mussten.

Dies eröffnet eine Vielzahl von verbesserten oder gar neuen analytischen Ansätzen; sei es in der Forschung an Edelsteinen und Perlen oder aber bei der Untersuchung von Kundensteinen am SSEF, vor allem im Bereich Herkunftsbestimmung,

dem Nachweis von Behandlungen (z.B. Diffusionsbehandlungen, Beschichtungen/Bedampfungen), wie auch bei der Altersbestimmung von Einschlussmineralen oder der Untersuchung von chemischen Zonierungen in Edelsteinen, Diamanten und Perlen.



Dreidimensionale Darstellung der Spurengehalte von Magnesium, Eisen und Gallium, gemessen an vier Saphiren aus der Sammlung H.A. Hänni (Dreiecksymbole) und verglichen mit Referenzproben aus Kaschmir, Sri Lanka und Myanmar (runde Punkte).

Das Gemtof-Gerät – eine schweizerische Entwicklung durch die hochspezialisierte Firma ToFWerk AG – ist seit August im SSEF in Betrieb und unterstützt die Gemmologen bei deren täglichen Arbeit an Edelsteinen und Perlen. Vertiefte Informationen über das Gemtof und seine vielseitigen Einsatzmöglichkeiten in der Gemmologie findet man auf der Webseite www.gemtof.ch oder in den aktuellen Ausgaben der internationalen Fachzeitschriften Journal of Gemmology und InColor sowie direkt beim SSEF.

Michael S. Krzemnicki, Hao A.O. Wang, Laurent E. Cartier

Info
www.ssef.ch

ZH AG
ZOLLER HANDELS AG
BIJOUTERIE - FOURNITUREN

ZOLLER HANDELS AG
BIJOUTERIE - FOURNITUREN
Bergstrasse 5
CH-5507 Mellingen

Tel.: 056 491 22 38/39
Fax: 056 491 30 50
info@zollerag.ch
www.zollerag.ch

Ries Fournituren

Gewerbestrasse 19
6314 Unterägeri
Tel. 041 710 33 39
Fax 041 710 60 55
www.fournituren.ch
info@fournituren.ch

© atelier-paradise.ch

Who

Carl F. Bucherer, Luzern,

verschickte Anfang September ihr 222 Seiten starkes Buch „Collection 2016/17“. Das edel gebundene Exemplar bietet neben dem vollständigen Programmüberblick der Innerschweizer Marke auch viele Einblicke in deren 1888 begonnene Geschichte, jeweils geschmackvoll illustriert mit historischen Fotografien sowie Modellen aus früherer Zeit. Wir gratulieren zum Werk und bedanken uns für die Zusendung. Gleichzeitig sind wir auch erfreut darüber, dass es der Schweizer Uhrenindustrie so schlecht nicht gehen kann, wenn nach wie vor Ressourcen vorhanden sind für derart kostspielige Presse und Kunden verwöhnende Erzeugnisse.

Carl F. Bucherer, Lucerne,

a envoyé au début septembre un catalogue de 222 pages qui présente la «Collection 2016/2017». Superbement relié, cet ouvrage imposant propose une vue d'ensemble sur la gamme de la marque de Suisse centrale et rappelle quelques épisodes d'une riche histoire qui a débuté en 1888, illustrés par des photographies historiques et des modèles d'un autre temps. Nous félicitons la maison Bucherer pour cette belle réalisation et la remercions de son envoi. Nous sommes également heureux que l'industrie horlogère suisse ne se porte manifestement pas aussi mal que certains le disent, puisqu'elle est en mesure d'investir des montants élevés dans des projets onéreux à l'intention de la presse et de la clientèle.

Die ersten Hochzeitsmessen

sind kürzlich über die Bühne gegangen. Am 5. und 6. November trafen sich Brautpaare und Aussteller in den Hallen der Olma Messen in St. Gallen. Gemäss Medienmitteilung bewerteten 85 Prozent der Besucherinnen und Besucher das Angebot der 23. Austragung und die Stimmung an der Messe mit der Note gut oder sehr gut. Die Themen Trauringe/Schmuck, Braut- und Festmode, Blumen und Dekorationen sowie Fahrzeuge und Limousinen bezeichneten sie als besonders interessant. Ein Wochenende später, nämlich am 12. und 13. November, fand der Anlass in Basel statt. Zwischen Januar und März werden weitere Hochzeitsmessen in Zürich, Luzern, Bern und Schönenwerd durchgeführt. Mehr Informationen gibt es unter www.festundhochzeitsmessen.ch.

Les premiers salons du mariage

de la saison viennent de se dérouler. Les 5 et 6 novembre, les fiancés et les exposants s'étaient donné rendez-vous dans les halles de la Olma à Saint-Gall. Ainsi que les médias l'ont rapporté, 85 pour cent des visiteuses et des visiteurs ont qualifié l'offre et l'atmosphère de cette 23e édition comme bonne ou très bonne. Ils ont particulièrement apprécié des thèmes tels que les bagues de fiançailles/les bijoux, la mode nuptiale et festive, les fleurs, la décoration, les véhicules et les limousines. Une semaine plus tard, les 12 et 13 novembre, l'événement s'est tenu à Bâle. Entre janvier et mars, d'autres salons du mariage se tiendront à Zurich, Lucerne, Berne et Schönenwerd. Informations complémentaires sur www.festundhochzeitsmessen.ch.



La malachite favorise l'endurance, aide la réussite en affaires et évite les associations d'entreprises indésirables.

Les coffrets du bonheur

Présentées dans une très belle boîte de chocolats de luxe, quatre pierres de couleurs variées sont réunies par «G for gems» afin d'apporter, selon vos désirs, vitalité, prospérité, créativité, inspiration, succès, chance, détente ou protection. Une belle idée de cadeau!

Guendalina Perrusset-Dell'Ollio est uneoureuse des gemmes. Sur la trace des pierres précieuses et fines, elle cherchait comment communiquer sa passion en faisant connaître leur beauté, des plus rares aux plus simples qui, souvent, ne sont pas les moins belles. Sa quête l'a amenée à en faire son métier durant une quinzaine d'années en collaborant avec de grandes maisons comme Bulgari, la «créative», De Grisogono, «l'avant-gardiste» ou encore Cartier, «l'impératrice», comme elle aime à les nommer. Elle a parfait et «poli» sa passion en préparant, par correspondance, son diplôme de gemmologie au Gemological Institute of America (GIA) qui lui a été décerné, il y a trois ans, à Londres.

Les énergies bienfaisantes des pierres

«Je ressens les énergies bienfaisantes des pierres. Depuis longtemps, mon désir était de faire partager ce dynamisme et cette vitalité autour de moi, à mes amis et, pourquoi pas, à mes clients», explique-t-elle. «On me contactait pour le choix d'un bijou ou d'une pierre, j'ai donc décidé de donner vie à une idée qui me trottait dans la tête depuis longtemps». Elle crée, il y a quelques mois, son projet «G for gems».



Une boîte de luxe pour mettre en valeur quatre pierres fines «roulées». La libellule ferme l'écrin de ses ailes.

De ravissants écrins

«Je trouve aux quatre coins du monde, d'Allemagne en Inde, des pierres aux couleurs ou aux inclusions magnifiques et étonnantes», précise la nouvelle administratrice. «Je ne choisis pour le moment que des pierres dites «roulées», «tumbled stones» en anglais, elles ont la forme de beaux galets bien arrondis et ne sont pas facettées». Guendalina brandit alors un ravissant écrin laqué rouge, clos par une libellule aux ailes déployées. Elle l'ouvre et révèle quatre pierres: quartz aventurine vert, quartz cornaline orange, quartz citrine jaune-doré et finalement un jasper rouge (groupe des quartz). «J'ai confectionné cet écrin pour ces quatre pierres qui représentent le signe astrologique du bélier. L'aventurine apporte la paix et le succès, la cornaline stimule la créativité, la citrine aide à prendre les décisions et le jasper rouge dynamise», complète-t-elle en faisant rouler chaque pierre dans sa main.



Un coffret avec quatre pierres qui auront, pour vous, une signification toute personnelle.

Guendalina Perusset-De-Il'Olio a créé «G for gems» il y a moins d'une année avec beaucoup de succès.

tin noir épais, à godets», ajoute-t-elle enthousiaste. «Mes clients peuvent choisir parmi la douzaine de coffrets déjà préparés selon les bienfaits que l'on désire obtenir ou pour un signe du zodiac. Chacun peut composer sa propre boîte parmi les 47 gemmes que je propose». Si son entreprise a moins d'une année, elle a déjà livré des dizaines de boîtes ou de pochettes. Lors d'un mariage, tous les invités ont reçu un très chic sachet avec les deux pierres qui correspondaient le mieux au nouveau couple. Plusieurs entreprises ont déjà pris des contacts pour offrir un coffret

en cadeau de fin d'année ou pour un anniversaire important. Boîtes «bien-être» ou pochettes pour transporter sur soi sa pierre fétiche, l'idée est d'offrir énergie et succès à une personne que l'on aime ou qu'on apprécie. C'est une exquise attention, personnalisée en fonction de l'occasion: naissance, mariage, anniversaire, etc.



Telle la libellule, emblème de la marque mais aussi du renouveau, de la sagesse et de la métamorphose, chaque cassette vous emmène à la découverte des plus belles pierres fines.

Catherine De Vincenti

D'excellentes idées de cadeaux

«Mes coffrets sont réalisés pour quatre pierres mais si vous n'en souhaitez qu'une, elle trouvera sa place dans une pochette en sa-

Informations
www.gforgems.ch

Différence entre une pierre précieuse et une pierre fine

Toutes les pierres sont précieuses! Qui sait vraiment ce qui se passe actuellement sous nos pieds? Traditionnellement les pierres dites précieuses sont les rubis, les saphirs et les émeraudes et, bien sûr, les diamants. Toutes les autres pierres ont longtemps été considérées comme des pierres «semi-précieuses». Ce terme, aujourd'hui, ne doit plus être utilisé. Les Français les nomment joliment «pierres fines», synonyme de pierres naturelles. Vous êtes donc tout-à-fait autorisé à parler d'un quartz comme d'une pierre «précieuse» si vous le souhaitez! (cdv)



NAT AG
Nat Jean-Pierre / Nat Roger
Postfach
3930 Visp

Tel. 027 946 76 14
Fax 027 946 76 24
natag@bluewin.ch

Ihr Spezialist für:
Brillanten und Fantasiediamanten
in allen Grössen und Farben.

Eigene Diamantschleiferei



Major Trading Geneva
T: +41 (0)22 798 43 36
E: orders@thegembank.com
www.TheGemBank.com

Stones for Fine Jewellery



Rubies, Sapphires and
Natural Coloured Diamonds
www.TheGemBank.com

Who

Oro Vivo SA, Le Grand-Saconnex,

hat Anfang Jahr seine Filiale an der Rue du Rhône 4 in Sion geschlossen und verfügt derzeit schweizweit über 20 Verkaufspunkte, verteilt auf die West-, Deutsch- und die Südschweiz. Noch Mitte Oktober präsentierte sich die Verkaufsfiliale leer, während das Oro-Vivo-Logo nach wie vor am Schaufenster prangte. Nicht die allerbeste Werbung für die Uhren- und Schmuckkette Oro Vivo. Und auch die Stadt Sion muss sich die Frage gefallen lassen, warum seit neun Monaten kein neuer Mieter für das Ladengeschäft, das sich mitten in der Sittener Innenstadt befindet, gefunden werden konnte.



Die Räumlichkeiten der ehemaligen Oro-Vivo-Filiale an der Rue du Rhône 4 in Sion sind seit Januar verwaist. / Depuis le mois de janvier, les locaux précédemment occupés par la succursale Oro Vivo au 4 de la rue du Rhône restent désespérément vides.

Oro Vivo SA, Le Grand-Saconnex,

a fermé au début de l'année sa succursale de la rue du Rhône 4 à Sion et dispose actuellement de plus de 20 points de vente répartis entre les trois régions linguistiques de la Suisse. A la mi-octobre, le magasin valaisan était toujours vide alors que le logo Oro Vivo figurait encore sur la devanture. Ce n'est sans doute pas la meilleure publicité pour la chaîne de bijouteries Oro Vivo. Et la ville de Sion doit également se demander pourquoi un emplacement situé au cœur de la vieille ville peine à trouver un nouveau locataire depuis plus de neuf mois.

Weko, Bern,

die Schweizerische Wettbewerbskommission hat am 24. Oktober entschieden, an der 2013 einvernehmlich mit der Swatch Group getroffenen Regelung bezüglich der Belieferung konzernexterner Firmen mit Uhrwerken festzuhalten. Die Regelung sieht vor, dass die Swatch Group noch bis Ende 2019 Werke liefern muss. In den Jahren 2016/2017 liegt die Mindestmenge bei 65 Prozent, 2018/2019 bei 55 Prozent der durchschnittlichen Liefermenge der Jahre 2009 bis 2011. Die bestätigte Regelung sieht auch vor, dass die Swatch Group die Liefermenge der Assortiments vorerst nicht drosseln darf.

La COMCO, Berne,

la commission de la concurrence, a décidé le 24 octobre de s'en tenir au règlement accordé en 2013 avec le Swatch Group relatif à l'obligation pour la holding de livrer des mouvements à des tiers. Ses dispositions prévoient ainsi que le groupe doit encore fournir des mouvements jusqu'à la fin 2019. Dans le détail, la quantité minimale est fixée à 65 pour cent pour 2016/2017 et à 55 pour cent pour 2018/2019 du volume moyen vendu au cours des années 2009 à 2011. La réglementation stipule également que le Swatch Group ne peut réduire au préalable la production d'ébauches.

Soudure du métal au plastique

Les matériaux légers sont d'une importance critique pour la construction de véhicules routiers, d'avions et de satellites puisqu'ils permettent d'économiser de l'énergie et des matières premières. De plus, le poids dicte le rayon d'action des automobiles électriques puisque même les meilleurs accumulateurs livrent vingt fois moins d'énergie par kilogramme que l'essence ou le diesel.

La construction légère ouvre de nouvelles applications aux plastiques, renforcés ou non de fibres de verre ou de carbone, ainsi qu'aux alliages ultra-légers d'aluminium et de magnésium. Il est évidemment d'une importance capitale de toujours adapter le matériel léger à sa fonction et à l'endroit de son utilisation.



Soudure métal-plastique réalisée au NanoFoil. A gauche l'aluminium, à droite le polymère thermoplastique. La zone blanche au centre a été structurée au laser. Photo: TUM

Limites du vissage et du collage

Un challenge particulier est la liaison forte et fiable de matériaux différents. En pratique, cela revient souvent à joindre métal et plastique de manière efficace, sûre et rapide – donc économique. Les vis et les rivets ont des désavantages évidents puisqu'ils nécessitent des perçages affaiblissant ou même endommageant la structure. De plus, les vis, boulons, rondelles et rivets apportent du poids supplémentaire.

C'est la raison pour laquelle le plastique est en général collé au métal. Cela implique le dosage, le mélange et l'application de l'adhésif. Les composants à

joindre doivent ensuite être mis sous pression jusqu'au durcissement de l'adhésif. Si la solidité de l'adhésif durci n'est pas au moins équivalente à celle du plastique, on crée sans le vouloir un point faible où l'on risque une cassure.

Nanostructuration au laser

Les scientifiques à l'institut des machines-outils et de l'économie industrielle (iwb) de l'Université Technique de Munich (TUM) ont développé un procédé inédit permettant de souder les polymères thermoplastiques au métal sans adhésifs, vis ou rivets. Pour ce faire, la surface métallique doit d'abord être structurée au laser; selon le type de matériaux engagés il s'agit de créer en surface des cavités allant du nanomètre au millimètre dans lesquelles le plastique fondu peut couler et s'y ancrer. Le plastique renforcé par des fibres courtes par exemple requiert un système de rainures de plusieurs dizaines de millimètres de profond. Des structures beaucoup plus fines générées par un laser à impulsions s'imposent pour le cas de polymères renforcés par des fibres sans fin.

Chauffage et mise sous pression

Le métal structuré et le plastique doivent être mis sous pression et chauffés au moins jusqu'au point de fusion du plastique. Cela peut se réaliser au laser ou par friction, mais les meilleurs résultats sont obtenus avec les soi-disants «NanoFoil» consistant en plusieurs milliers de couches de 25 nanomètres chacune, alternativement en aluminium et en nickel. On les produit par sputtering au magnétron sur un substrat métallique.

Les «NanoFoil» sont combustibles; on les allume au laser ou avec un fil incandescent. L'aluminium et le nickel forment alors un aluminide de nickel, une réaction chimique fortement exothermique. La réaction se propage avec une vitesse de huit mètres par seconde et génère une température de 1000 à 1500 degrés pendant un temps très court. La «NanoFoil» transformée en aluminide se combine au métal, formant une liaison métallique. Le plastique lui adhère à la «NanoFoil» après la réaction. Une application typique est la liaison de porteurs de câbles au fuselage d'avions par l'intermédiaire d'une couche thermoplastique isolante. (tr)

Source: Communiqué de presse de la Technische Universität München.

Hochentropie-Legierungen sind weit überlegen

In reiner Form sind nur ganz wenige Metalle als Konstruktionswerkstoffe geeignet. Dies liegt daran, dass die meisten metallischen Elemente in geordneten Kristallstrukturen vorliegen. Ihren Zusammenhalt verdanken sie der metallischen Bindung, bei welcher freie Elektronen zwischen ionisierten, positiv geladenen Atomen zirkulieren.

Solche dichte Packungen von „Rumpfatomen“ enthalten zahlreiche lineare Strukturdefekte, sogenannte Versetzungen, die leicht durch das Kristallgitter wandern, wobei dieses verformt wird. Durch das Zulegieren von Ionen anderer Grösse beeinträchtigt man die Beweglichkeit der Versetzungen und erhöht somit Härte und Festigkeit unter weitgehender Erhaltung der Formbarkeit.

Dieser Effekt wird durch die Mischung von drei bis sechs und mehr Metallen in jeweils etwa gleichen Proportionen optimiert. Man bezeichnet solche ungeordnete Systeme als Hochentropie-Legierungen; es handelt sich durchwegs um feste Lösungen. Sie unterscheiden sich stark von den meisten heute in der Technik eingesetzten metallischen Werkstoffen. Einem Grundmetall werden in der Regel relativ kleine Mengen eines oder mehrerer Fremdelemente zugemischt, um seine Eigenschaften zu verbessern; es gibt Tausende solcher Legierungen.

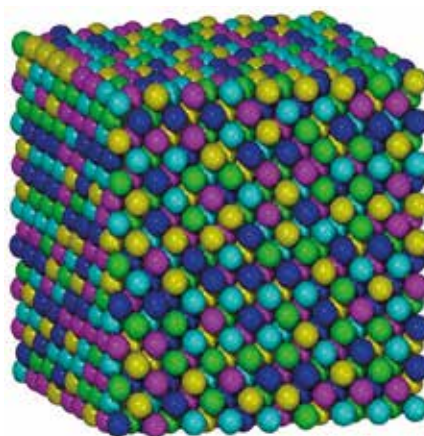
Die erste davon war Bronze, dank welcher Kupfer nach dem Zulegieren von acht bis zwölf Prozent Zinn eine wichtige historisch-strategische Bedeutung erlangte. Ein ganzes Zeitalter (2200 bis 800 v.Chr. in Mitteleuropa) wurde nach der Bronze benannt. Bronzewerkzeuge und -waffen waren den bisherigen Objekten aus harten Mineralien weit überlegen und bewirkten eine Revolution in der Kriegsführung. Reines Eisen ist allerdings nur als weicher Blumendraht brauchbar, doch mit einem Prozentbruchteil Kohlenstoff wird es zum zähen, hochfesten Stahl von dem heute weltweit über eine Milliarde Tonnen pro Jahr produziert werden.

Unordnung durch Substitution

Wesentlich anders sind die seit den Nullerjahren vielerorts erforschten, sogenannten Hochentropie-Legierungen [1], [2], die aus drei, vier, fünf oder mehr metallischen Komponenten in jeweils etwa gleichen Proportionen bestehen. Sie sind durch stark verzerrte Kristallstrukturen hoher Entropie gekennzeichnet (die Entropie gilt als Mass für die Unordnung eines Systems). Um sie zu erhalten, müssen die Radien der eingesetzten, ionisierten Atome deutliche Grössenunterschiede aufweisen. Dies ist der Fall bei weit verbreiteten Metallen wie Chrom (0,069 nm), Mangan (0,080 nm), Eisen (0,076 nm), Cobalt (0,074 nm), Nickel (0,072 nm), Kupfer (0,096 nm) und Aluminium (0,050 nm).

Bei der Besetzung von Gitterplätzen einer gegebenen Kristallstruktur (z.B. die bei Metallen häufig vorkommende, kubisch flächenzentrierte bzw. kubisch raumzentrierte Struktur) durch verschiedenartige Atome wird ihre Beweglichkeit beeinträchtigt: Sie kommen kaum aneinander vorbei, zudem werden wegen der Gitterverzerrungen durch grosse

Ionen die für die plastische Verformung verantwortlichen Versetzungen immobilisiert. Dies führt zur gleichzeitigen Optimierung von Härte, Festigkeit und Zähigkeit; auch Festigkeit und Formbarkeit schliessen einander nicht gegenseitig aus.



Atomares Strukturmodell der flächenzentriert-kubischen Hochentropie-Legierung Cobalt-Chrom-Eisen-Mangan-Nickel.

Neues Forschungsgebiet der Metallurgie

An Variationsmöglichkeiten fehlt es bei den Hochentropie-Legierungen sicher nicht. Geht man von 26 technisch nutzbaren metallischen Elementen aus und kombiniert drei, vier, fünf oder sechs davon in jeweils gleichen Proportionen, so erhält man gesamthaft etwa 313'500 verschiedene Legierungen. Davon wurden bisher nur einige wenige eingehend untersucht. Dennoch erzielte man sowohl bei der Bruchfestigkeit als auch bei der Streckgrenze Werte, die von keinem anderen Werkstoff erreicht werden. Lediglich die Streckgrenze gewisser metallischer Gläser ist signifikant höher, doch muss dies mit einer wesentlich niedrigeren Bruchfestigkeit erkauft werden.

Die Festigkeit von Cobalt-Chrom-Kupfer-Eisen-Nickel-Aluminium ist rund vierzehn Mal höher, als diejenige von reinem Aluminium. Cobalt-Chrom-Eisen-Nickel-Aluminium-Titan ist zweimal abriebfester als die abriebfestesten Stähle. Cobalt-Chrom-Eisen-Mangan-Nickel versprödet selbst bei der Siedetemperatur des flüssigen Stickstoffs nicht (-196 Grad Celsius). Eine sehr hohe Bruchfestigkeit erreicht man mit Chrom-Cobalt-Nickel und Chrom-Mangan-Eisen-Cobalt-Nickel.

Diese Eigenschaften sind unter anderem darauf zurückzuführen, dass es eine enorme Zahl von Möglichkeiten gibt, wie sich die verschiedenen Arten von Atomen in der bei Metallen vorwiegenden kubisch raumzentrierten, beziehungsweise kubisch flächenzentrierten Struktur anordnen können. Solche Systeme sind stark ungeordnet und weisen darum eine hohe Entropie auf, insbesondere wenn beide Strukturen gleichzeitig vorhanden sind. Interessante Perspektiven eröffnen sich auch, wenn man die Oxide, Nitride und Carbide verschiedener Metalle in gleichen Proportionen miteinander kombiniert, wobei Hochentropie-Keramiken entstehen.

Lucien F. Trueb

[1] Y. W. Yeh et al., Adv. Eng. Materials 6, 293 (2004).

[2] X. Z. Lim, Nature 533, 306 (2016).

www.facebook.com/goldormagazin

Das Redaktionsteam freut sich auf regen Austausch mit den Leserinnen und Lesern!

Who

Horlogerie Herrli GmbH, Biel, wurde in der NZZ vom 23. Oktober mit einem ausführlichen, ganzseitigen Porträt bedacht. Das von Raymond Herrli gegründete Unternehmen wird seit zehn Jahren von Maurizio Zanol als Inhaber geführt und zählt zu den letzten verbliebenen Furnituren-Händlern der Schweiz. Das an der Freiestrasse 24 in Biel gelegene Geschäft versammelt aber auch viele weitere Gegenstände, beispielsweise alte Email-Werbeplaketten oder Taschenmesser mit Logos alter Marken. Der lesenswerte Artikel ist unter dem Titel „Im Uhrenladen ohne Uhren“ im Internet zu finden.

L'horlogerie Herrli GmbH, Bienne,

a bénéficié d'un portrait détaillé sur une pleine page dans la NZZ du 23 octobre. L'entreprise fondée par Raymond Herrli est dirigée depuis une dizaine d'années par son nouveau propriétaire Maurizio Zanol et figure parmi les derniers fournisseurs horlogers de Suisse. Le magasin situé au 24 de la rue Franche à Bienne réunit aussi de nombreux autres objets, à l'exemple d'anciens panneaux publicitaires en émail ou des couteaux de poche ornés du logo de marques disparues. Cet intéressant article peut être consulté sur Internet sous le titre «Im Uhrenladen ohne Uhren».

Gübelin

hat in Lugano am 13. Oktober die Eröffnung eines neuen Standorts gefeiert. Seit 1967 ist das Luzerner Juwelierunternehmen in Lugano ansässig. Nun ist Gübelin von der Via Nassa 7 an die Via Nassa 27 gezogen, in einen illustren, 1906 errichteten Prunkbau an der Piazza Carlo Battaglini. Am Standort befand sich zuvor eine Bulgari-Boutique. Die Römer Marke wird dafür neu im Gübelin-Sortiment geführt, ebenso wie Ulysse Nardin. Gübelin ist damit auch in die unmittelbare Nähe und Sichtweite von Bucherer gerückt, der ebenfalls mit einer Filiale an diesem Platz präsent ist: Die Luganeser Piazza Battaglini wird damit zu einer Art zweitem Schwanenplatz. Wenn die Umsätze auch etwas bescheidener sein dürften, als in der Innerschweizer Metropole, schwimmen die Schwäne auf dem See vor dem Platz sicher ebenso prächtig.



Gübelin

a célébré le 13 octobre à Lugano l'ouverture d'un nouveau magasin. L'entreprise lucernoise est présente depuis 1967 dans la ville. Gübelin a quitté le 7 de la via Nassa 7 pour s'établir au 27 de la même rue, dans un prestigieux édifice bâti en 1906 qui donne également sur la piazza Carlo Battaglini. Comme cette surface était précédemment occupée par une boutique Bulgari, les produits de la marque romaine viendront compléter l'assortiment de Gübelin, à l'instar des garde-temps d'Ulysse Nardin. Gübelin est désormais situé à proximité immédiate de Bucherer, dont l'enseigne brille aussi sur la piazza Battaglini qui devient ainsi une sorte de seconde Schwanenplatz lucernoise. Même si les chiffres de vente devraient être un plus modestes que dans la métropole de Suisse centrale, des cygnes évoluent sur le lac et le paysage est tout aussi romantique.

Die erste Uhr mit Solarzellen-Stromversorgung

Die erste Solarzellenuhr mit Leuchtdiodenanzeige war die 1972 auf den Markt gebrachte Synchronar 2100. Der Elektronik-Autodidakt und Unternehmer Roger Riehl (1935-2005) war der Urheber ihres futuristischen Designs. Riehl baute davon vier Modelle, die Gesamtproduktion an kompletten Uhren lag bei nur 35'000 Stück.

Roger Riehl wurde in Brooklyn (NY) geboren und wuchs dort auf. Schon im Alter von elf Jahren verdiente er sein Taschengeld mit dem Reparieren der damals noch seltenen Fernsehempfänger. Nach dem Abschluss der High School schrieb er sich in einer technischen Schule ein, fand sie aber langweilig. Fortan bildete sich Riehl lebenslanglich als Autodidakt weiter. Nach diversen Jobs als Reparatuer von Fernsehgeräten und HiFi-Musiksystemen in der Region Utica (NY), arbeitete Riehl ab 1958 im Elektronikgeschäft seines Vettters in Cincinnati (Ohio). 1960 wurde er von einer Firma in Dayton angestellt, die Funk- und Navigationsgeräte für die US Air Force und die Navy entwickelte. Um diese Geräte unter den härtest möglichen Bedingungen zu testen, flog er jahrelang mit Air-Force-Maschinen in der ganzen Welt herum.



Eine Synchronar von Roger Riehl.

Inserate in der

GOLD'OR

wirken

Wir beraten Sie gerne.

In der Freizeit arbeitete Riehl am Design solarbetriebener Elektronikgeräte, insbesondere an einer „batterielosen“ Armbanduhr, deren Konzept er schon 1959 ersonnen hatte. Schliesslich machte er sich mit der Firma Riehl Engineering selbständig. Sein Geld verdiente er mit einem transistorisierten Zündsystem für Automotoren und elektronischen Tachometern. 1965 zog er nach Troy (Ohio) wo er die Riehl Electronics Corp. gründete. Dort baute er diverse Prototypen seiner Synchronar 2100 genannten Uhr (abgekürzt für Synchronous Chronometer and Calendar), die er 1972 lancierte.

Patentiertes Design

Die Synchronar fällt auf den ersten Blick durch ihr flach abgewinkeltes, futuristisches (und patentiertes) Design auf. Das rechteckige Gehäuse mass 30,6 Millimeter mal 30,1 Millimeter und war 9,0 Millimeter hoch. Die Mark IV von 2002 sah noch genau gleich aus, wie das Original von 1972. Auf dem Oberteil des Gehäuses, wo sich sonst das Zifferblatt befindet, waren die Solarzellen prominent sichtbar. Die Leuchtdioden-Anzeige war in einem Schacht zwischen den Bandanstössen angeordnet, so dass man die Zeit auch bei hellem Sonnenlicht von der Seite her ablesen konnte. Die 4-Digit-Anzeige wurde erst durch Betätigen der Magnetschieber neben den Solarzellen aktiviert, der Stromverbrauch der LED war viel zu hoch um eine permanente Anzeige zu erlauben.

Zwei Nickel-Cadmiumakkumulatoren des Knopftyps wurden von den Solarzellen ständig geladen, wenn die Lichtintensität ausreichte. Riehls Vision war eine gut ablesbare Multifunktionsuhr hoher Genauigkeit, die keinerlei Unterhalt benötigte, immun gegen Stösse und Temperaturschwankungen war und selbst bei grosser Tiefe wasserdicht blieb. In anderen Worten wollte Riehl die ultimative Uhr bauen: dies rechtfertigte den happigen Preis von 500 US-Dollar; er ging 1977 auf 199 Dollar zurück.

Riehls Spezifikationen für die Synchronar wurden seither von keiner anderen Uhr erfüllt: 24 Stunden im salzwassergefüllten Dampfkochtopf bei 60 Grad Celsius, 100 Stunden Besprühen mit Salzwasser, tausendmal fallen lassen aus 30 Zentimetern Höhe auf eine Marmorplatte, 100 Stunden im Backofen bei 80 Grad Celsius, 100 Stunden in der Tiefkühltruhe bei minus 40 Grad Celsius, 100 Stunden auf dem Luftdruck von 30'000 Metern Höhe, Wasserdichtigkeit bis 250 Meter Tiefe. Die Tests wurden von zwei unabhängigen Laboratorien erfolgreich durchgeführt.

Unvollendete Mark V

Ende 1976 gründete Riehl die Riehl Time Corp. (RTC) in Whippany, New Jersey und verkaufte die Synchronar nur noch auf Bestellung seiner Fans. Auf die erste Version folgten 1975, 1977 und 1981 die Modelle Mark II, Mark III und Mark IV. Letztere hatte folgende Funktionen: Stunde, Minute, Sekunde, zwei Zeitzonen, ewiger Kalender bis 2100, Umstellung Sommer-/Winterzeit, Alarm, Stoppuhr, blinkender Timer. Der Gang konnte plus/minus 8 Sekunden pro Jahr vom Träger selbst justiert werden.

Ursprünglich war das Synchronar-Gehäuse aus dem Kunststoff Lexan gefertigt. Es war vollständig verschweisst und wies keinerlei Öffnungen auf. Riehl setzte voraus, dass die Nickel-Cadmium-Puffer-Akkus nie ersetzt werden müssten, was natürlich falsch war. Um diese Akkus zu ersetzen, musste das Gehäuse aufgeschnitten werden. Und dann entdeckte man, dass das ganze Innere der Uhr mit Silikonmasse gefüllt war. Riehl ging später über zu Gehäusen aus Edelstahl, Gold, Goldplaque, Titan, Keramik oder schwarzem PVD mit passendem Metallarmband.

Nachhaltiger Klassiker

Die Synchronar 2100 wurde bald zum Klassiker. Im Gegensatz zu allen anderen amerikanischen Digitaluhren wurde sie jahrzehntelang produziert; selbst die berühmte Pulsar hatte ein „Product life“ von nur fünf Jahren. Noch kurz vor seinem Tod im Jahr 2005 arbeitete Roger Riehl an der Mark V, die zahlreiche neue Funktionen haben sollte. Dazu gehörten mehrfache Zeitzonen, 100 Tage Countdown, Mondphasenanzeige und Sternzeitanzeige.

Riehls jüngster Sohn Howard lancierte 2006 die Legacy Edition, die fast identisch mit der Mark IV war. Es wurden nur wenige Stücke pro Jahr gebaut. Die Synchronar-Gesamtproduktion mit den Modellen Mark I bis IV sowie der preiswerteren Version Sunwatch lag im Bereich von 60'000 Stück, darunter etwa 25'000 Ersatz-Werkmodule.

Lucien F. Trueb

Quellen: Randy Jaye, NAWCC Watch & Clock Bulletin, 215 (May-June 2016). - Lucien F. Trueb, Günther Ramm, Peter Wenzig: Die Elektrifizierung der Armbanduhr. Ebner Verlag, Ulm (2011). ISBN 978-3-82188-235-4.

ABOUCAR SA

DIASTAR

18, rue du Marché

CH - 1211 Genève 3

Tél. +41(0)22 318 66 55

Fax. +41(0)22 310 71 90

info@aboucharsa.ch

www.aboucharsa.ch

Who

John LeFevre,

ein amerikanischer Autor, hat eine Uhren-Hierarchie der Wallstreet erstellt. „Praktikanten“ empfiehlt er: „Es kennt niemand deinen Namen, eine 17'000-Dollar-Hublot am Arm erweckt aber schnell den Eindruck, dass das eigene Können nicht der primäre Grund für die Einstellung gewesen sei. Wall-Street-Neulingen rät er zur Omega Seamaster. „Analysten“ sollten die Omega dagegen dem kleinen Bruder schenken – die Rolex Submariner sei „die“ Investmentbanker-Starteruhr („Girls in Bars erkennen sie leicht“). Als „Associate“ könne man auf dicke Hose machen – aber nicht zu sehr, schliesslich wollten die Kunden keinen 25-jährigen Ansprechpartner, der dickere Uhren trage als sie selbst. Perfekt sei eine Blancpain Aqua Lung. Echtes Geld verdiene man an der Wallstreet erst als „Vice-President“: „Nun ist es Zeit, deine Rolex Daytona zu kaufen, die vollkommene Investmentbanker-Uhr.“ Wer schon eine oder zwei Rolex besitze, greife stattdessen zur Vacheron Constantin Overseas. Von Patek rät Lefevre „Directors“ eher ab: „Wir hatten mal einen Director, der eine Patek in Originalgrösse aus Papier ausschnitt und am Handgelenk Probe trug. Natürlich sei so jemand nicht befördert worden. Directors sollten eher zu einer tourbillon-bestückten Breguet greifen. Auch Jaeger-LeCoultre sei auf dieser Stufe ein angemessener Kumpan. Zur echten Patek dürfe man erst als „Managing Director“ greifen. Im „Uhren-Olymp“ trage man dann eine Swatch – oder noch besser überhaupt nichts. Der „Power-Move“ seien ein paar Uhren zu Hause, die man nur selten trage. Wer die Zeit kontrolliere, brauche nicht zu wissen, wie spät es ist. Alles nachzulesen auf www.manager-magazin.de.

John LeFevre,

un auteur américain, a établi la hiérarchie horlogère de Wall Street. A cet égard, il recommande aux jeunes stagiaires d'adopter la stratégie suivante: «Personne ne connaît ton nom, mais une Hublot à 17'000 dollars au poignet éveille rapidement le soupçon que tes compétences n'ont pas constitué le motif principal de ton engagement.» Il conseille donc aux jeunes loups de Wall Street une Omega Seamaster. Les «analystes», en revanche, devraient offrir leur Omega à leur petit frère et la Rolex Submariner sera «la» montre pour un banquier en début de carrière («les filles la reconnaissent d'ailleurs aisément à la lumière des bars»). Parvenu au stade «d'associate», il est permis de faire preuve d'une légère ostentation, mais sans excès, car les clients ne sont pas disposés à s'entretenir avec un interlocuteur de 25 ans qui porte un garde-temps plus onéreux que le leur. En ce cas, une Blancpain Aqua Lung conviendra parfaitement. Ce n'est qu'une fois parvenu à la position de «vice-président» que les revenus commencent à se situer à la hauteur des espérances. «Il est temps désormais de se tourner vers une Rolex Daytona, la montre idéale du banquier. Les personnes qui possèdent déjà une ou deux Rolex jetteront leur dévolu sur une Vacheron Constantin Overseas.» John LeFevre déconseille à un «director» d'arborer une Patek: «Nous avons connu un directeur qui a découpé une Patek Philippe à la taille réelle dans un morceau de carton et l'a portée à titre d'essai.» Inutile de préciser qu'il n'a pas été promu. Les directeurs seraient davantage avisés de choisir une Breguet à tourbillon. A ce niveau, une Jaeger-LeCoultre incarnerait également une compagnie appréciée. La véritable Patek ne fait son apparition qu'au poignet d'un «managing director». Dans l'Olympe horloger, la Swatch s'impose ou, mieux encore, l'absence de toute montre. A ce stade, les heureux élus possèdent quelques garde-temps chez eux, mais ne les attachent que rarement à leur avant-bras, car les personnes qui maîtrisent le temps n'ont pas besoin de consulter l'heure. L'article entier peut être lu sur www.manager-magazin.de.

Serie Mein Stil: Andrea Ricklin

„Tanzen ist Befreiung für den Geist“

Max Affolter, Inhaber des gleichnamigen Uhren- und Schmuckgeschäfts in der Zürcher Altstadt, ist vor 19 Jahren unterwartet gestorben. Seine Tochter Andrea Ricklin hat sich daraufhin, mit gerade mal 23 Jahren, entschieden, das Geschäft weiterzuführen. Heute leitet die gelernte Handelsfachfrau die Max Affolter Uhren & Bijouterie mit eigenem Uhrenatelier am Limmatquai 82 und an der Strehlgasse 25 in Zürich. Seit sechs Jahren präsidiert die 42-Jährige zudem die Sektion Zürich des VSGU.

Stil Ich bin ein Sommer-Typ und kann deshalb alle blau unterlegten Pastellfarben tragen. Genauso sieht mein übergrosser Kleiderschrank aus und ich geniesse es, nach Lust und Laune aus dem Vollen schöpfen zu können und Farben zu kombinieren. Geschäftlich kleide ich mich eher klassisch, privat können es Jeans mit weisser Bluse, ein verspieltes Kleid oder Hose mit T-Shirt sein. Es muss einfach alles perfekt sitzen. Es fiel mir schwer, mich zwischen einem opulenten Ballkleid und einem Outdoor-Outfit entscheiden zu müssen. Ich fühle mich in Vielem wohl.



Lieblingsschmuckstück Mein Lieblingsschmuckstück ist mein Weissgold-Alliance, den ich seit Jahren als reines Schmuckstück trage, einmal mit weissen, einmal mit gelben, einmal mit Carbon Beisteckringen oder einfach allein. Ich liebe ihn so sehr, weil er sich jedem Outfit anpasst. Auch nach Jahren drehe ich ihn noch im Sonnenlicht und freue mich an den Farben und am Glanz, die uns die Natur in Form von Diamanten geschenkt hat.

Reisen Ich entdecke immer wieder gerne Neues. Menschen anderer Kulturen erweitern meinen Horizont und beeinflussen meine eigene Lebensweise. Japan hat mich tief beeindruckt, alles scheint anders zu funktionieren als bei uns, aber es funktioniert und zwar auf kleinstem Raum. Der Japaner, so angepasst er auch sein mag, findet immer wieder eine winzig kleine Möglichkeit, ein bisschen aus den engen Regeln auszuweichen. Meine Sehnsuchtsdestination ist und bleibt aber Costa Rica. Dieses Land mit seinen offenen, liebenswürdigen Menschen, der unbeschreiblich vielfältigen Fauna mit Nebel- und Mangrovenwäldern und mit den kilometerlangen Traumstränden hat mein Herz erobert.

Leidenschaft Ich tanze fürs Leben gern und zwar vor allem Salsa, Tango Argentino, Standards oder Latein. Tanzen ist Bewegung für den Körper und Befreiung für den Geist. Es ist mein Ausgleich zur Arbeit, es zählt nur der Moment und der nächste Schritt, nicht das Gestern und nicht das Morgen. Ansonsten klettere ich gerne und habe nach dem Windsurfen vor ein paar Wochen mit Segeln begonnen, ein wunderbares Gefühl. Ich liebe Mobilität ohne Motor, damit ich die Natur intensiv spüren kann. Das gibt mir ein Gefühl von Geborgenheit und geerdet sein. (db)

Ein Medium auf vielen Wegen

Muss man eine Fachzeitschrift in den Händen halten können oder nicht? Das ist das momentan heiss diskutierte Thema hier in der Redaktion. Wir sind der Meinung: Ja. Wie das Handwerk, der Schmuck, die Uhren und die edlen Steine, über die wir schreiben, soll auch die Schweizer Fachzeitschrift greifbar bleiben. Trotzdem sind wir offen für Neues und gehen mit der Zeit. Unser Team arbeitet intensiv an einer neuen Webseite mit Online-Redaktion, einem Bereich speziell für die Abonnenten und vielen Extras. In Zukunft soll es beides geben, eine Gold'Or zum Durchblättern und eine virtuell erlebbare, aktuelle und ortsunabhängige Online-Version für Computer, Tablet oder Smartphone.

Liebe Leserinnen und Leser, wir freuen uns auf das Abenteuer mit Ihnen und nehmen Ihre Anregungen und Wünsche gerne entgegen.

Ihr Gold'Or-Team



Weihnachtliche Grüsse vom neuen alten Gold'Or-Team. Von links: Nives Sieber, Marcel Weder, Daniela Bellandi et Tanja Wenger. / Le team Gold'Or vous présente ses meilleurs vœux.

Un média sur de nombreux supports

Une revue professionnelle doit-elle nécessairement se présenter sous une forme imprimée? Ce thème a fait l'objet de débats passionnés au sein de notre rédaction et nous sommes parvenus à la conclusion que tel est précisément le cas. Comme l'artisanat, les bijoux, les montres et les gemmes auxquels nous nous consacrons, notre magazine doit conserver une existence physique. Cependant, nous sommes également ouverts à l'innovation et emboîtons le pas au progrès. Notre équipe travaille intensément à un site internet avec une rédaction en ligne, un domaine réservé aux abonnés et de nombreux avantages supplémentaires. A l'avenir, vous disposerez donc du Gold'Or que vous avez plaisir à feuilleter et d'une édition virtuelle, consultable en tout endroit, sur votre ordinateur, tablette ou smartphone.

Chères lectrices et chers lecteurs, nous sommes impatients de vivre cette

nouvelle aventure avec vous et serions heureux de recevoir vos désirs et vos suggestions.

L'équipe Gold'Or

VOTUM. SWISS MECHANICAL WATCHES

MOMENTS IN MOTION

DAS NEUE INTERAKTIVE VERAUFSNETZ

Wir suchen Fachhändler in
den Schweizer Städten

Aarau
Bern
Chur
Genf
Interlaken
Lausanne
Lugano
St. Gallen



«HERITAGE»
ab CHF 895.--

Seeland, Ladenlokal zu vermieten

Langjähriges, gut eingeführtes Uhren- und Schmuckgeschäft zu vermieten.

- Grosses Einzugsgebiet
- Treuer, grosser Kundenstamm
- Ladenfläche 80m², 6 Schaufenster, Sicherheitsglas
- 2 Tresore, Alarmanlage
- Neue Schaukästen
- Atelier im 1. OG kann ev. dazu gemietet werden.

Bei Interesse melden Sie sich bitte bei:
Frau Esther Häusler 032'384'14'77

Altershalber zu verkaufen in der Stadt Luzern

eine komplette Goldschmied-Werkstätte

mit sehr viel Zubehör in fast neuwertigem Zustand,
inklusive Brisuren und Edelsteine,
Schmuckkollektionen in Gold und Silber,
Modelle in Silber und Gummi.

Alles komplett an den bestgeeigneten
Goldschmied mit dem Höchstangebot.
Einmalige Zahlung.

Das ist die Chance für einen Allrounder mit
gutem sozialem Netz.
Nachmiete des Ateliers ebenfalls erwünscht.

Angebot bitte an:
Gold'Or
Chiffre 6138
Postfach 1348
6341 Baar

GOLD'OR

Stellenmarkt &
Kleinanzeigen

täglich aktualisiert auf

www.goldor.ch

Excellente possibilité
de repris d'un local
d'Horlogerie-Bijouterie
Parfaitement agencé et équipé

- Agencement attractif
- 5 grandes devantures
- Sécurité optimale
- Coffre fort
- Excellent emplacement
- Loyer intéressant
- Env. 80m²

De très longue tradition
Fichiers clients
Ville dynamique
Fr. 100'000.00
Pour Mai 2017

Gold'Or
Chiffre 6140
Postfach 1348
6341 Baar

Zu verkaufen

Goldschmiede-Fachgeschäft

Interessante Chance für junge Goldschmiede, Familienbetriebe oder Firmen mit Umzugsgedanken in die Stadt.

Gute und zentrale Fussgänger-Passantenlage in der Altstadt von Winterthur.
Flexible Handhabung des Lagers möglich. Per März/April 2017

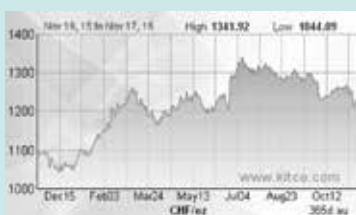
Interessenten melden sich bitte bei:



Brack & Gut AG
Unternehmensberatung
für Schmuck, Uhren und
Handwerk
Christoph Brack
Marktgasse 39
CH-8400 Winterthur
T: +41 (0)52 202 8 202
M: info@brack-gut.ch

Edelmetallkurse / Cours des métaux précieux

Gold CHF / KG



Silver CHF / KG



Platinum CHF / KG



Palladium CHF / KG



altmanncasting

Edelmetall-Präzisionsguss
Fonte de précision de métaux précieux

En tant que fournisseur majeur dans l'horlogerie et la bijouterie, nous cherchons pour tout de suite ou à convenir un/une :

DESIGNER 3D/CAD

Ce poste comporte en particulier l'élaboration de fichiers 3D et la conception de modèles. Votre domaine d'activité contient également la gestion des projets et des délais, l'établissement de devis, le contrôle qualité des pièces finales ainsi que la communication clientèle.

Votre profil :

- Expérience dans la gestion opérationnelle des délais et de l'organisation
- Bonnes connaissances en prototypage rapide (CAD)
- Travail propre, exacte et ponctuel
- Intéressé/e par les contacts avec la clientèle
- Sens du travail d'équipe, motivé/e, responsable et aimable
- Français oral/écrit
- Connaissances de la branche seraient d'avantage

Nous vous proposons :

- Un poste de travail divers et varié avec responsabilité
- Nouvelles technologies dans un secteur émergent
- Atmosphère de travail positive dans un team dynamique et bilingue

Nous nous réjouissons de votre candidature.
ALTMANN CASTING AG, case postale 100, 2563 Ipsach
032 331 33 55, info@altmann-casting.ch
www.altmann-casting.ch

Mit einer über 125-jährigen Unternehmenskultur gehört Bucherer zu den führenden Fachgeschäften für innovative Juwelierskunst und für traditionsreiches Uhrmacherhandwerk. Damals wie heute bestimmt das Streben nach Perfektion verbunden mit ständiger Innovation unser Handeln. Im Zentrum der Bucherer Philosophie steht das Wohl unserer Kunden und Mitarbeitenden.



Für unser Verkaufsgeschäft in Locarno suchen wir nach Vereinbarung zur Unterstützung einen

UHRMACHER/SAV (M/W) IN LOCARNO

Als gelernter Uhrmacher führen Sie Kleinreparaturen an Uhren aus unserem umfassenden Sortiment renommierter Marken aus. Gleichzeitig können Sie Ihr fundiertes Fachwissen als Serviceberater (service après vente) gekonnt anwenden und überzeugen unsere anspruchsvolle nationale und internationale Kundschaft durch Ihre Fachkompetenz. Zudem nehmen Sie auch Beratungsaufgaben im Verkauf wahr.

Höchsten Qualitätsansprüchen gerecht zu werden, motiviert Sie genauso wie der tägliche Kundenkontakt. Als verantwortungsbewusst handelnde, teamorientierte wie auch belastbare Persönlichkeit führen Sie Ihre Aufgaben selbstständig und effizient aus. Veränderungen und neuen Herausforderungen blicken Sie gelassen entgegen. Sie kommunizieren in Deutsch auf Niveau Muttersprache, Kenntnisse der italienischen Sprache sind gewünscht, jedoch keine Bedingung. Jede weitere Sprache ist von Vorteil. Wir suchen eine erfahrene Person, welche Ihren Lebensmittelpunkt in Locarno hat oder dort aufbauen möchte.

Falls wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns über Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Bucherer AG
Herr Matthias Amrein, HR-Spezialist
Langensandstrasse 27, 6002 Luzern
matthias.amrein@bucherer.com
www.bucherer.com

BUCHERER
1888

BOURQUIN

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir per 1.2.2017 oder nach Vereinbarung eine

Uhren- und Schmuckberaterin

mit Berufserfahrung

Wir setzen Kontaktfreundlichkeit,
Verkaufsgeschick
und freundliche Umgangsformen voraus.
(5 Tageweche - kein Abendverkauf)

Ihre schriftliche Bewerbung mit den
üblichen Unterlagen
senden Sie bitte an

Bourquin
Langstrasse 234, 8005 Zürich

mail@bourquin-uhren.ch
www.bourquin-uhren.ch

ORIS
Swiss Made Watches
Since 1904

Eine Aufgabe im internationalen
Luxusgüter Umfeld.

Oris hat als ein führender Hersteller von mechanischen Uhren seine Marktposition in den letzten Jahren weltweit konsequent, eigenständig und erfolgreich ausgebaut.

Für den ersten Flagshipstore in der Schweiz suchen wir ab 1. Dezember eine/n

Store Manager/in „Maison Oris“ Basel

Sie sind zuständig für die gesamte Organisation des Stores und führen das Verkaufsteam. Sie verantworten die Umsatz- und Absatzziele und setzen die Oris Guidelines um. Weiter führen Sie Beratungs- und Verkaufsgespräche durch, wickeln Verkäufe, Reparaturen und Reklamationen ab und sind verantwortlich für das Lagermanagement. In Zusammenarbeit mit Ihrem Vorgesetzten planen, koordinieren und führen Sie Events durch. Zudem leiten Sie das operative CRM und Management Reporting der Boutique.

Verkaufsberater/in „Maison Oris“ Basel

Der tägliche Kontakt mit unserer Kundschaft und mechanischen Uhren bereiten Ihnen Freude. Dank ihrem hohen Fachwissen, ihrer Erfahrung und ihrem sicheren Auftreten können Sie ein Beratungsgespräch kompetent führen und zu einem erfolgreichen Abschluss bringen. Sie helfen aktiv bei der Umsetzung und Durchführung von Events mit. Zudem erledigen Sie die mit dem Beratungsgespräch anfallenden administrativen Arbeiten selbstständig und mit der nötigen Sorgfalt. Sie haben ein gutes gestalterisches Flair für die Dekoration der Aussen- und Innenvitrinen.

Weitere Informationen zu den beiden Stellen finden Sie auf unserer Website
<https://www.oris.ch/de/jobs>

Fühlen Sie sich angesprochen, in einem dynamischen, eigenständigen Umfeld mitzuarbeiten? Dann senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an fabian.roth@oris.ch.

Oris SA, Fabian Roth, Ribigasse 1, CH-4434 Hölstein, www.oris.ch

INSERENTEN

A. Ruppenthal KG, DE - Idar-Oberstein, **47**
Abouchar SA Diastar, Genève, **65**
Artsupport GmbH, Rümlang, **11**
Bijewa AG, Jona, **19**
Brack & Gut AG, **53**
Brogioli AG, Schaffhausen, **U1**
BTO Solutions Schürch, Winterthur, **5**
Degussa Goldhandel AG, Zürich, **U4**
Diadoro Schmuckdesign AG, Luzern, **57**
Diamond Group GmbH, DE - Koblenz-Gondorf, **17**
Diamond Services GmbH, Zürich, **31**
Dobas AG, Luzern, **23**
Fashiontime AG, Nidau, **67**
GemExpert, Basel, **53**
GEMstandART, Bülach, **51**
Gemtrade AG, Hergiswil, **51**
GGTL Laboratories, Genève und Balzers (FL), **43**
Gyr Edelmetalle AG, Baar, **U3**
H. Pfalzer & Co. AG, Luzern, **U2**
Hölmüller GmbH, Luzern, **45**
Karl Fischer GmbH, DE - Pforzheim, **53**
Major Trading, Genève, **61**
Nat AG Diamanten, Visp, **61**
Niessing Manufaktur GmbH & Co., DE - Vreden, **25**
Oehrli F.H. (AG), Buchs, **57**
Oesch GmbH, Magden, **37**
Ornaris AG, Bern, **21**
Pearlston SA, Genève, **53**
Perlenfischer, Yverdon, **43**
Pivodax, Dombresson, **51**
Ries Fournituren AG, Unterägeri, **59**
SSEF Schweizerisches Gemmologisches Institut, Basel, **53**
tf solutions gmbh, Fällanden, **33**
Urban Vertriebs GmbH, Zug, **51**
Zanella Fashion & Design GmbH, Cham, **7**
Zoller Handels AG, Mellingen, **59**

Die nächste
GOLD'OR
erscheint am
31. Januar 2017

IMPRESSUM

Herausgeber / Editeur
Jean-Christophe Gyr

Verlags- und Redaktionsleitung /
Directrice de publication et rédaction
Tanja Wenger-Fuhrer
twenger@goldor.ch

Kontakt / Contact
Gold'Or
c/o Gyr Edelmetalle AG
Postfach 1348, 6341 Baar
Telefon 041 768 33 00
Telefax 041 768 33 01
info@goldor.ch, www.goldor.ch

Redaktion Deutschschweiz
Daniela Bellandi, Journalistin
dbellandi@goldor.ch
Marcel Weder, Journalist
mweder@goldor.ch
Nives Sieber
nsieber@goldor.ch

Rédaction romande
Catherine de Vincenti, Journaliste
info@cdv-consulting.ch
Fabrice Eschmann, Journaliste
fabrice@tempsdence.ch

Fachautoren / Auteurs spécialisés
Forschung und Technik:
Dr. Lucien Trueb
In der Oberwies 9, 8123 Ebmatingen
Telefon / Telefax 044 980 12 10
lucien.trueb@bluewin.ch

Gemmologie:
GGTL Laboratories
Gemlab (Liechtenstein)
Gnertsch 42, LI-9496 Balzers
Telefon 00423 262 24 64
thomas.hainschwang@ggtl-lab.org,
www.ggtl-lab.org

Dr. Michael S. Krzemnicki
SSEF Schweizerisches Gemmologisches Institut
Aeschengraben 26, 4051 Basel
Telefon 061 262 06 40
Telefax 061 262 06 41
gemlab@ssef.ch, www.ssef.ch

Prof. Henry A. Hänni
Wissenschaftlicher Berater SSEF
GemExpert
Postfach 921, 4001 Basel
Telefon 079 823 63 93
info@gemexpert.ch, www.gemexpert.ch

Diamond News:
Walter Muff fine diamonds
Altgasse, 6340 Baar
Telefon 056 664 73 73
walter.muff@bluewin.ch, www.fine-diamonds.ch

Uhrenplagiate:
Thomas Gronenthal
Euromarcom / Ebner Verlag & Co. KG
Wiesbaden, Deutschland
gronenthal@ebnerverlag.de

Wirtschaft:
Brack & Gut AG
Christoph Brack
Marktgasse 39, 8400 Winterthur
Telefon 052 202 82 02
Telefax 052 202 82 00
christoph.brack@brack-gut.ch,
www.brack-gut.ch

Korrektorat / Correction
Deutsch: Helena Zaugg Wildi
Via Rivra, 6986 Novaggio
Telefon 091 606 20 88
Telefax 091 606 14 47
zaugg@adapteam.ch, www.adapteam.ch

Französisch: Félix Glutz
Rue Arthur Parchet 10, Case postale 286
1896 Vouvry
Téléphone 079 372 79 74
felix@adapteam.ch, www.adapteam.ch

Übersetzungen / Traductions
Jean Pierre Ammon
adaptas SA
Blattistrasse 1, Postfach 111, 6376 Emmetten
Téléphone 041 669 00 27
osiris@bluewin.ch

Die im Magazin und/oder auf der Internetseite
veröffentlichten redaktionellen Berichte und
Bilder dürfen nur mit ausdrücklicher Erlaubnis
des Verlages und/oder der Redaktion weiter-
verwendet werden.

Anzeigen-Marketing /
Marketing des annonces
Tanja Wenger-Fuhrer
Telefon 041 768 33 00
twenger@goldor.ch

Konzept, Umsetzung /
Concept, réalisation
ZAUBERKIND
Mühlegasse 18, 6340 Baar
Telefon 041 763 13 33
contact@zauberkind.com

Druck / Imprimerie
Druckcenter am Rigi AG
Giessenweg 3, 6403 Küssnacht am Rigi
Telefon 041 850 15 77
Telefax 041 850 65 77
info@druckcenter.ch, www.druckcenter.ch

Auflage / Tirage
2500 Ex.
WEMF-beglaubigte Auflage
Erscheint 10x jährlich

Preis / Prix
Abonnement
Schweiz / Suisse: CHF 96.00
Europa / Europe: CHF 120.00
Übersee / Outre-mer: CHF 150.00
Einzelpreis / Prix unitaire: CHF 15.00

Papier
INHALT – Diese Broschüre wurde auf Arctic
Volume HighWhite, 100 gm/2 gedruckt. Das
für die Herstellung dieses Papiers verwendete
Holz stammt aus nachhaltig bewirtschafteten
Wäldern und wird den ökologischen, sozialen
und ökonomischen Standards des FSC-La-
bels gerecht.
UMSCHLAG – Ikono Silk matt