

# GOLD'OR

No. 2  
März 2020  
CHF 15.00



## Junghans

Tradition aus dem Schwarzwald  
Tradition de la Forêt-Noire

### Messen

Erfolge und  
Absagen

### Focus

Recycling mit  
guter Ökobilanz

### Stones

Une décennie au  
cœur du diamant

# INOVA

— COLLECTION —

FACHMESSE FÜR SCHMUCK,  
EDELSTEINE, PERLEN UND UHREN

HOME OF  
JEWELLERY  
29. – 31. AUGUST  
2020

MESSECENTER RHEIN-MAIN  
HOFHEIM (WALLAU)



SHOWROOM  
HAMBURG

19. – 20. SEPTEMBER 2020

MESSEHALLE  
HAMBURG-  
SCHNELSEN

INOVA-COLLECTION.DE

# Editorial

## Zehn Ave Maria

Anlässlich der Vicenzaoro lud die internationale Vereinigung für Schmuck, Silberwaren, Diamanten, Perlen und Steine, kurz Cibjo, zu einem Seminar zum Thema Nachhaltigkeit. Dort wurde eine Initiative präsentiert, die es Unternehmen der Uhren- und Schmuckbranche möglich macht, ihren „Carbon Footprint“ zu neutralisieren. Dies geschieht, indem der CO<sub>2</sub>-Ausstoss berechnet und mittels Emissionszertifikaten von Klimaschutzprojekten ausgeglichen wird.

Auf dem Podium wurde über Sinn und Unsinn eines solchen Programms diskutiert: Das sei doch ebenso heuchlerisch wie die zehn „Ave Maria“ nach der Beichte, ein Ablasshandel, kritisierte jemand. Können wir für Sünden bezahlen, die bereits begangen worden sind? Die Vertreterin der Cibjo antwortete mit einem klaren Ja, denn solange man ein Business betreibe, entstünden Spuren. „Wir können nicht nichts hinterlassen“, sagt sie. Es gehe darum, so wenig wie möglich zu schädigen. Wer beim Programm mitmacht und „Carbon Neutral“ wird, muss gemäss Cibjo gleichzeitig das Ziel verfolgen, seinen CO<sub>2</sub>-Ausstoss langfristig zu reduzieren.

Die Diskussion in Vicenza schwenkte zum Thema Ressourcen und damit zur Frage über, ob Recycling die einzige Lösung sei. Hier war man sich einig: Nein. Ein Kampf zwischen den Vertretern „nachhaltiger

Lösungen“ bremse die ganze Branche und verwirre den Konsumenten. Obwohl Recycling punkto Nachhaltigkeit ganz oben stehe, dürfe man nicht vergessen, dass die Minenförderung Arbeitsplätze schaffe und die Entwicklung in den entsprechenden Ländern ankurble.

Jeder solle nach bestem Wissen und Gewissen arbeiten und nach aussen ein Zeichen setzen, so das Fazit der Diskussion.

Bis Ende Februar galt die Nachhaltigkeit noch als das Branchenthema des Jahres. Kurz vor Druck dieser Zeitschrift ist sie in den nationalen Medien ebenso in den Hintergrund gerückt wie Greta oder Donald Trump. Im Fokus stehen nun das Coronavirus und seine Folgen. Soeben haben wir erfahren, dass die Baselworld und die Uhrenmesse Watches & Wonders 2020 abgesagt worden sind (S. 12). Bis zur nächsten Ausgabe der Gold'Or halten wir Sie in unserem Online-magazin auf [www.goldor.ch](http://www.goldor.ch) auf dem Laufenden.

*Tanja Wenger*



## L'espoir des fabricants

Avez-vous répondu présent au salon Inhorgenta à Munich à la mi-février? Si oui, vous avez contribué à l'augmentation du nombre de visiteurs professionnels suisses par rapport à l'année précédente. Une chose est sûre: les détaillants et les bijoutiers suisses aiment se rendre à Munich. Et à raison! Le

salon Inhorgenta propose aux commerçants spécialisés distribuant plusieurs marques tout ce dont ils ont besoin: des marques éprouvées bien établies sur le marché aux jeunes fabricants motivés et ambitieux qui font vivre le marché et souhaitent même, pour l'un ou l'autre, le «conquérir».

Alors que Baselworld s'est presque exclusivement orienté pendant des années et même des décennies sur les plus grands noms et leurs prix, le salon Inhorgenta a toujours aussi laissé la place aux plus petits. Les personnes qui ont jeté un œil et prêté une oreille à l'édition de cette année auront remarqué que de nombreux exposants étaient très satisfaits des résultats, en particulier dans les segments d'entrée de gamme et moyens. En tous les cas, aucun signe de calme plat ou de commerce de détail à la dérive.

Cette impression a été confirmée par les chiffres de 2019 de la fédération allemande des commerces spécialisés en joaillerie, bijouterie et horlogerie (BVJ). Même si ces derniers ne sont pas définitifs à la mi-février, ils laissent déjà supposer que le chiffre d'affaires réalisé en Allemagne par les commerces de détails spécialisés dans le secteur des montres et des bijoux surpassera de trois pour cent celui de l'année précédente. Des chiffres qui interpellent. Une croissance de trois pour cent, ce n'est pas rien, d'autant plus si l'on considère la Suisse, où la plus grande chaîne de bijouteries en termes de nombre de sites vient tout juste d'annoncer un recul de 3,5 pour cent de son chiffre d'affaires.

Il serait bien évidemment présomptueux de prétendre que les commerces spécialisés allemands des secteurs horlogers et joailliers fleurissent et connaissent un véritable boom, mais ils restent tout de même stables avec une légère croissance. Bien plus qu'un simple message positif en ces «temps de crise» supposés. À Munich, de nombreuses impressions positives ont également été données dans le cadre des différents entretiens avec des entrepreneurs qui fabriquent des bijoux avec beaucoup de passion dans leur propre pays – dans ce cas l'Allemagne – et misent avec succès sur une qualité artisanale. Des vertus artisanales et entrepreneuriales qui ne devraient pas être étrangères à la Suisse aussi bien dans le domaine joaillier qu'horloger. Il suffit parfois d'une petite étincelle (d'espoir) pour raviver le feu!

*Marcel Weder*

# Inhalt / Sommaire

04 Editorial

06 News

10 Trade

- 10 Der branchenfremde Onlinemarkt
- 12 Auch die Baselworld!
- 13 Baselworld aussi!
- 14 Inhorgenta Munich – ein Erfolg
- 16 Branche im Bild: Salon Suisse
- 18 Le Salon EPHJ reste un modèle unique
- 19 Die EPHJ bleibt einzigartig
- 20 Dienstleistungs-Tipp: Galvano Studio, Zug
- 21 Rekordpreise für Palladium und Rhodium
- 22 Focus Nachhaltigkeit

32 VSGU

- 32 „Mein VSGU“ mit Stefan Thoma
- 33 VSGU-News

34 Cover Story

- 34 Junghans: Tradition aus dem Schwarzwald
- 35 Uhrmachermeister Matthias Stotz im Interview
- 36 Tradition de la Forêt-Noire
- 37 Entretien avec le maître horloger Matthias Stotz

Focus  
Nachhaltigkeit 22



Messen  
Erfolge und  
Absagen 12



Trade  
Onlinehandel 10



Cover Story  
Junghans 34

40 Jewellery

- 40 GSM-Plattform für Weiterbildung
- 41 Frühlingsreigen von Silhouette
- 42 Erfreuliche Nachfolge: Kurt Schedler übergibt an Anita Lampart
- 44 Sommerkurse für Schmuckmacher in Braunwald

46 Watches

- 46 La Seiko Astron a 50 ans
- 47 Neue Münchner Zeiten
- 48 L'«open source» est-il l'avenir de l'horlogerie?

50 Stones

- 50 Diamond News
- 51 Überraschung aus Fernost
- 52 J'aime les Gemmes: Eduard J. Gübelin
- 54 Retour sur une décennie au cœur du diamant
- 56 Edelsteinlexikon, Teil 3

58 Special

- 58 Bronzezeitliches Zinn aus Südwestengland
- 60 Der Taschenrechner und seine Vorgänger
- 61 Kleinstskulpturen im Scheinwerferlicht
- 62 Pünktlimester, Anzüge und Neonfarben

63 Jobs und Markplatz

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

## SÉMINAIRES ET COURS DE GEMMOLOGIE

DAVID CRAFT est un institut d'enseignement fondé à Genève depuis 1995, spécialisé dans la gemmologie, la création de bijoux, la taille des gemmes, l'expertise et le consulting.

Toujours axés dans le business, nous formons en parallèle des apprenants, avec l'institut Gem-A de Londres et autres écoles professionnelles en français et en anglais.

Nous proposons aux entreprises et à tout public désirant consolider ou approfondir leurs compétences, un séminaire sur la gemmologie dans le mois d'avril et juin 2020 sur les pierres de couleur et les diamants.

Sujets de séminaires :

- Introduction à la gemmologie
- La structure cristallographique, dureté et robustesse
- Les différents effets et couleurs selon types de pierres
- Présentation des gemmes et diamants sur le marché
- Les gemmes, leurs provenances et origines
- Les pierres facettées et leurs formes sur le marché
- La valeur/rareté selon types de pierres

Nous proposons également des cours de gemmologie groupés d'une durée de deux semaines (20 cours/60 heures) entre Bienne et Neuchâtel.

Nous restons flexibles par rapport aux nombres de participants; les leçons et les sujets peuvent être modifiés selon besoins.

N'hésitez pas à nous contacter pour de plus amples informations.  
Nous parlons : Français, Anglais, Allemand, Espagnol, Italien.



DAVID CRAFT — Parc du Château-Banquet 2, 1202 Genève  
Tél. +41 (0)22 310 34 50 — Mobile. +41 (0)79 403 74 48  
jeweler@bluewin.ch — www.davidcraft.ch

CEYLONS  
— MUNICH —

Feine & Faire  
Ceylon-Saphire



Be colorful, be individual!  
[www.ceylons.de](http://www.ceylons.de)

GEMCOLOR  
Farb- und Edelsteine



Gemcolor GmbH  
David Neuweiler, Postfach 360, CH-9004 St.Gallen  
info@gemcolor.ch, +41 44 725 88 88

# Who

## Die Schweizer Uhrenindustrie

exportierte 2019 Uhren und Bestandteile im Wert von 21,68 Milliarden Franken. Das sind rund 2,4 Prozent mehr als 2018, rund 8,8 Prozent mehr als 2017 sowie 11,7 Prozent mehr als 2016. Nur 2014 lag der Wert bislang mit 22,25 Milliarden Franken höher. Trotz eines Rückgangs um 11,4 Prozent blieb Hongkong mit 2,659 Milliarden der grösste Zielmarkt. Knapp dahinter mit 2,4 Milliarden (+8,6%) folgten die USA. China wiederum vermochte um 16,1 Prozent zuzulegen und bleibt mit 1,994 Milliarden der drittgrösste Absatzmarkt. Ebenfalls wachsend waren die Märkte Japan (+19,9%), Grossbritannien (+10,8%) und Singapur (+14,6%). Die EU-Länder Deutschland und Frankreich verblieben mit minimalen Zuwächsen quasi auf Vorjahresniveau (1,12 bzw. 1,07 Mia.), während für den neuntgrößten Absatzmarkt Italien gegenüber 2018 ein Minus von 4,2 Prozent verzeichnet wurde. Grosses Sorgenkind bleiben die Stückzahlen. Mit einem Rückgang um 13,1 Prozent hält ein bereits seit mehreren Jahren feststellbarer Trend weiter an. Insgesamt wurden 20,6 Millionen Uhren ins Ausland exportiert, das sind 3,1 Millionen weniger als im Vorjahr, was einem historischen Tiefstand entspricht. Bei den mechanischen Uhren ist der Rückgang etwas weniger stark: 2019 wurden 7,235 Millionen Uhren exportiert gegenüber 7,525 Millionen 2018. Bei den Quarzuhren ist der Schwund beängstigend: 2019 wurden noch 13,397 Millionen Uhren ausgeführt, gegenüber 16,215 Millionen im Vorjahr. Das entspricht einem Rückgang um sage und schreibe 17,4 Prozent.

## L'industrie horlogère suisse

a exporté en 2019 des montres et des composants pour une valeur totale de 21,68 milliards de francs, soit près de 2,4 pour cent de plus qu'en 2018, environ 8,8 pour cent de plus qu'en 2017 et 11,7 pour cent de plus qu'en 2016. Cette valeur n'a été dépassée qu'en 2014 avec 22,25 milliards de francs. Malgré un recul de 11,4 pour cent, Hong Kong a conservé sa place de premier marché cible avec 2,659 milliards. Il est talonné par le marché étatsunien avec 2,4 milliards (+8,6%). La Chine a poursuivi sur sa bonne lancée avec une augmentation de 16,1 pour cent et reste, avec 1,994 milliard, le troisième marché en termes de ventes. Des croissances ont aussi été enregistrées sur les marchés du Japon (+19,9%), de Grande-Bretagne (+10,8%) et de Singapour (+14,6%). Au sein de l'UE, l'Allemagne et la France ont pratiquement stagné au même niveau que l'année précédente (1,12 milliard et 1,07 milliard) avec des croissances minimes, alors que le neuvième marché de vente qu'est l'Italie enregistré une baisse de 4,2 pour cent par rapport à 2018. Le nombre de pièces exportées reste le principal sujet de préoccupation. Avec un recul de 13,1 pour cent, c'est une tendance que l'on constate depuis plusieurs années qui se confirme. Au total, 20,6 millions de montres ont été exportées à l'étranger, soit 3,1 millions de moins que l'année précédente, ce qui correspond à un niveau historiquement bas. Le recul est légèrement moins marqué pour les montres mécaniques: 7,235 millions de montres ont été exportées en 2019, contre 7,525 millions en 2018. La baisse n'est par contre pas rassurante dans le secteur des montres à quartz: 13,397 millions de montres ont été exportées en 2019 contre 16,215 millions l'année précédente. Cela représente une baisse de pas moins de 17,4 pour cent.

# Das Neuste aus der Gemmologie

Von Montag, 8. bis Dienstag, 9. Juni lädt die Schweizerische Gemmologische Gesellschaft (SGG) zum jährlichen Zentralen Weiterbildungskurs ein. Wie gewohnt, wurde

auch für dieses Jahr wieder ein idyllisch gelegener Tagungsort ausgesucht: Das Hotel Stump's Alpenrose in Wildhaus, St. Gallen, dem Heimatkanton von SGG-Präsident Andri Letta. Das Haus hoch über dem Talgrund mit weitem Ausblick, liegt im Toggenburg, zwischen Seen, Alpweiden und Bergen. Neben einer perfekten Infrastruktur und gemütlichen Zimmern bietet es seinen Gästen auch einen Wellnessbereich.



Das Hotel Stump's Alpenrose in Wildhaus steht Anfang Juni ganz im Zentrum der Gemmologie.

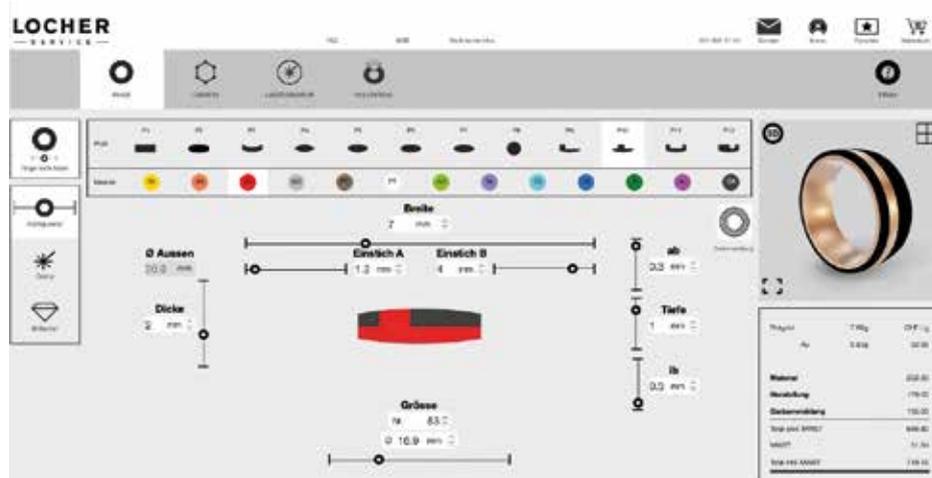
Selbstverständlich werden wiederum hochkarätige Referenten aus Nah und Fern über Neuigkeiten aus den Minen, den Laboratorien, der Wissenschaft, dem weltweiten Handel sowie der Produktion von natürlichen und synthetischen Steinen berichten. Das detaillierte Programm wird noch bekanntgegeben. Am zweitägigen Kurs werden die Teilnehmenden fachlich auf den neusten Stand gebracht. Zudem wird ein buntes Rahmenprogramm für ein ungezwungenes Ambiente sorgen. Einem regen Austausch unter Gleichgesinnten, der Möglichkeit Freundschaften zu pflegen und neue Vernetzungen anzubahnen, steht also nichts im Wege. (db)

[www.gemmologie.ch](http://www.gemmologie.ch)

# Webapplikation für Goldschmiede

Locherservice.ch ist eine neue Plattform für Ringkonfigurationen aller Art. Neben dem 3D-Ringkonfigurator bietet sie eine Übersicht über Ringe, Lasergravuren und Carbon sowie über die verschiedenen Technologien für die Schmuckherstellung. Die Webapplikation des Berner Unternehmens Locherschmuck kann auch für die Beratung im Verkauf von Ringen verwendet werden. „Wir möchten den Schmuckschaffenden die Arbeit erleichtern und effizienter machen. Dafür entwickeln wir die Plattform in den nächsten Jahren stetig weiter“, so Daniel Locher. Der Zugang ist passwortgeschützt und erfolgt über eine einmalige Registrierung. (pd)

[www.locherservice.ch](http://www.locherservice.ch)



So sieht die neue Webapplikation von Locherschmuck aus.

## Erste Fairtrade-Show in Tucson

Die Diskussion um nachhaltig produzierte Edelsteine hat an der Edelsteinmesse in Tucson/USA Einzug gehalten, zumindest auf Papier. Das Konglomerat von mittlerweile rund 50 einzelnen Messeorten hat seit diesem Jahr Zuwachs durch eine Ethical Gem Show erhalten. Sieben Aussteller waren hier versammelt. Diese haben entweder konkrete Fairtrade-Projekte vertreten oder sind sonst grundsätzlich dem Fairtrade-Gedanken verpflichtet. Zu sehen gab es beispielsweise ostafrikanische Edelsteine von Moyo Gems, einem Projekt von und für Frauen in Ostafrika mit der Tanzanian Women Miners Association im Hintergrund. Weiter wurden Rutilquarz aus einer Kooperative in Brasilien, Äthiopischer Smaragd und Opal sowie Secondhand-Edelsteine präsentiert.



Edelsteine aus Tansania, die im Rahmen des Förderprogramms Tanzanian Women Miners Association für ostafrikanische Frauen gefördert und vermarktet werden.

Obwohl die Messe auf den ersten Blick klein und ohne Charme wirkte – sie fand in einem finsternen und viel zu grossen Saal statt – war sie am ersten Tag doch ganz gut besucht. Dies auch in Anbetracht der Tatsache, dass sie nicht öffentlich beworben wurde, sondern nach dem Prinzip „by invitation“ funktionierte. Offenbar waren die Aussteller zuversichtlich für die Zukunft und recht zufrieden mit dem Resultat. Es wäre ihnen zu gönnen.

Andreas Stucki, Siber+Siber AG

## Mehr Design und neue Halle

Von 29. bis 31. August findet das erfolgreiche Konzept der Inova Collection seine Fortsetzung. Die dritte Austragung der Fachmesse für Schmuck, Edelsteine, Perlen und Uhren findet wiederum in Hofheim/Wallau statt – lediglich 20 Minuten dauert die Fahrt im kostenlosen Shuttlebus von Frankfurt am Main zum Messecenter. Die Organisatorin Muveo GmbH präsentiert zwei Neuerungen: Erstens wird eine weitere Halle geöffnet, was einer zusätzlichen Ausstellungsfläche von 1500 Quadratmetern entspricht. Der angrenzende Aussenbereich könne für Veranstaltungen sowie für das kostenlose Catering genutzt werden, erklärt Geschäftsführer Jens Frey. Als zweite Neuerung präsentiert er einen Design-Bereich: „Neben den Nominierten für den Award ‚Die Goldene Nova‘ werden hier innovative Kollektionen und besondere Kleinserien von Goldschmieden und Designern präsentiert.“ (red.)

[www.inova-collection.de](http://www.inova-collection.de)



So soll die neue „Design Area“ der Inova Collection aussehen.



Collection Paris

# FRIEDEN

SWISS JEWELLERS SINCE 1898

SCHMUCKMANUFAKTUR  
EDELSTEINE · KULTURPERLEN

Frieden AG Creative Design  
Hauptgasse 37 | 3600 Thun  
contact@frieden.ch | 033 222 28 77

[www.frieden.ch](http://www.frieden.ch)



## Das Trio für den Nachwuchs

Die Gemworld Munich, die sich längst als Branchentermin im Herbst etabliert hat, setzt weiterhin auf die Förderung junger Talente. Neben dem Nachwuchswettbewerb „Young Designer's Corner (YCD)“ bietet sie den Schmuckdesignern mit dem „New Design Forum“ und dem „Future Forum“ weitere subventionierte Plattformen zur Präsentation ihrer Kreationen. Der Anmeldeschluss ist am 30. Juni respektive am 31. August für den YCD. Zum zweiten Mal soll dort wieder das Publikum eine Jury-Stimme erhalten und mitentscheiden dürfen, wer die attraktiven Preise gewinnt. Dem YCD-Sieger winkt zudem ein kostenloser Stand im New Design Forum 2021. Die Gemworld Munich findet vom 30. Oktober bis am 1. November in den Hallen der Messe München statt. (twf)

[www.gemworldmunich.com](http://www.gemworldmunich.com)

Die Gemworld Munich bietet jungen Schmuckdesignern verschiedene Möglichkeiten zur Präsentation ihrer Kreationen.

## Der Turmalin im Rampenlicht

Zum zweiten Mal wurde anlässlich der Inhorgenta Munich der „Farbedelstein des Jahres“ gekürt. Juweliere und Goldschmiede in ganz Deutschland sowie Branchenexperten haben sich für den Grünen Turmalin entschieden. Die Besonderheiten des Steines erklärt Edelsteinschleifer und Jurymitglied Bernd Munsteiner: „Durch seine starke Doppelbrechung ist der Turmalin nicht ganz einfach zu verarbeiten, aber dank seines unglaublich vielseitigen Farbspektrums gibt es viele Möglichkeiten. Am beliebtesten und häufigsten ist der Stein in seiner grünen Farbe und am wertvollsten ist der Paraiba-Turmalin, der von einem leuchtenden Smaragdgrün bis zu Elektroblau variiert.“ Die vom Düsseldorfer ‚markt intern‘-Verlag initiierte Aktion soll Verbraucher auf aktuelle Edelstein- und Schmucktrends aufmerksam machen. (red.)

[www.farbedelstein-des-jahres.de](http://www.farbedelstein-des-jahres.de)

Dieses Plakat kann von Goldschmieden und Juwelieren bei Markt Intern bezogen werden.



## Tissot signe le Grand Chelem du cyclisme

Tissot et le sport, c'est une longue histoire. L'horloger a déjà été nommé chronométrateur officiel ou partenaire dans de nombreuses disciplines, comme le basketball, le rugby, la MotoGP, le Superbike, l'escrime, le tennis de table ou encore le Championnat du Monde de Hockey sur Glace qui aura lieu cette année en Suisse. Mais 2020 sera particulièrement excitante dans le cyclisme: après avoir renoué avec le Tour de France et la Vuelta en 2016, Tissot signe désormais le Grand Chelem avec le Giro d'Italia et devient ainsi le premier chronométrateur officiel suisse de l'histoire des trois plus grands tours de cyclisme. La marque s'investit dans divers événements cyclistes depuis 50 ans. La marque a renforcé son engagement en s'associant à l'Union Cycliste Internationale (UCI) en 1995. Depuis, Tissot est chronométrateur officiel des Championnats du monde de cyclisme sur route, sur piste, de mountain bike et de BMX, ainsi que de la Coupe du monde Piste UCI. (fe)

Pour célébrer le partenariat avec le Giro d'Italia, Tissot lance la Tissot Chrono XL Giro d'Italia 2020, chronographe de 45 millimètres de diamètre.

## L'or flambe!

L'or a atteint, ces derniers jours, son niveau le plus haut depuis sept ans. Au moment où nous rédigeons ces quelques lignes, il est à 51'710 francs suisses le kilo à l'achat et à 52'110 à la vente (Banque Cantonale Vaudoise), après plus de six années de stagnation. La plupart des spécialistes sont optimistes et pensent que sa valeur augmentera encore au cours de l'année. «Le prix de l'or étant exprimé en Dollars, une dépréciation du billet vert, sur laquelle nous tablons en 2020, devrait soutenir le métal jaune», soulignent les experts d'UBS. Ceci a des implications sur le reste des métaux précieux, en particulier sur l'argent (578 à 594 CHF) et le platine (30'600 à 31'300 CHF) qui ont de fortes corrélations positives avec l'or. Le métal précieux ne réagit plus automatiquement, comme auparavant, aux variations politiques ou socio-économiques, néanmoins les intérêts négatifs, la possible guerre Iran-Irak attisée par l'administration Trump, l'évolution du coronavirus en Chine, etc. lui rendent son statut de «valeur refuge». D'après le personnel de vente de plusieurs grands magasins en Suisse, «les clients se rabattent de plus en plus sur l'or à 9 carats car le 18 carats devient trop cher». Néanmoins, chez les bijoutiers des centres-villes, on ne décèle aucunement la panique des années 1979 à 1981 alors que l'or atteignait le pinacle de 42'000 à 44'000 francs suisses le kilo. A suivre avec attention! (cdv)



A UBS, on semble être optimiste sur la trajectoire haussière du métal jaune jusqu'en 2023.

## Forte croissance pour Kering en 2019

Le chiffre d'affaires du troisième groupe de luxe international Kering (voir le numéro 1/20 de Gold'Or) a atteint, en 2019, un volume de 15,8 milliards d'euros ce qui représente une croissance de 13,3 pour cent. «Le chiffre d'affaires du groupe a largement dépassé les 15 milliards et notre marge opérationnelle courante a, pour la première fois, franchi la barre des 30 pour cent», a précisé son PDG François-Henri Pinault. Ce dernier a souligné la belle performance de la griffe italienne Gucci, le réel dynamisme de la marque Saint Laurent et de la Bottega Veneta qui renoue enfin avec la croissance (+2,2%). La zone Asie Pacifique a augmenté de 20,4 pour cent en 2019. «L'environnement particulièrement incertain qui prévaut à l'heure actuelle ne remet toutefois pas en cause les fondamentaux de Kering sur le marché du luxe», complète le PDG qui s'est estimé confiant envers le «potentiel de croissance du groupe à moyen et long terme.» (cdv)



François-Henri Pinault, le PDG de Kering est très satisfait des affaires de son groupe. Lors de son bilan annuel, il en a profité pour exprimer son soutien face à la crise sanitaire sur le territoire chinois et a réaffirmé son appui à tous ses collaborateurs ainsi que sa solidarité avec le peuple de Chine.

# SENSITIVE

by STUDEX®



jeden  
Tag schön



ANTIALLERGISCHER  
OHRSCHMUCK

SCHONT HAUT UND BUDGET.

ENTDECKEN SIE DIE ZEITLOSE  
SENSITIVE-KOLLEKTION.

zanella.♦

Zanella Fashion + Design GmbH  
www.zanellagmbh.ch

# Who

De Grisogono, Genf, hat Ende Januar einen Insolvenzantrag gestellt. Die Luxusschmuckmarke ist 1993 von Fawaz Gruosi gegründet worden. Schon 2012 war das Genfer Unternehmen in finanziellen Schwierigkeiten. In der Folge verkaufte Gruosi die Mehrheit der Aktien (75 Prozent) an den angolanischen Staat, die Marke kam unter die Führung der damals 39-jährigen Isabel dos Santos, Tochter des Staatspräsidenten José Eduardo dos Santos, der diesem von 1979 bis 2017 fast 40 Jahre vorstand. Gruosi selber ist seit Ende 2018 nicht mehr für das Unternehmen tätig. Ende 2019 hat der angolanische Staat nun das Vermögen von Isabel dos Santos eingefroren und gegen sie und ihren Ehemann Sindika Dokolo eine Untersuchung eingeleitet. Tatsache ist, dass sich nach dem politischen Ende der Ära „dos Santos“ diese Familieninvestition „De Grisogono“, die den angolanischen Staat wohl etwa 200 Millionen gekostet hat, nicht mehr halten liess. In der Schweiz gehen rund 65 Arbeitsplätze verloren.

De Grisogono, Genève, a déposé une demande d'insolvabilité à la fin janvier. La marque de bijoux de luxe a été fondée en 1993 par Fawaz Gruosi. L'entreprise genevoise connaissait déjà des difficultés financières en 2012. Par la suite, Fawaz Gruosi vendait la majorité des actions (75%) à l'État angolais et la marque passait alors entre les mains d'Isabel dos Santos (39 ans à l'époque), fille du président José Eduardo dos Santos, qui s'est trouvé à la tête du pays de 1979 à 2017, soit pendant près de 40 ans. Fawaz Gruosi n'est lui-même plus actif au sein de la société depuis la fin 2018. À la fin 2019, l'État angolais a gelé la fortune d'Isabel dos Santos et ouvert une enquête contre elle et son mari, Sindika Dokolo. Le fait est qu'à la fin de l'ère politique «dos Santos», cet investissement familial «De Grisogono» qui avait coûté près de 200 millions à l'État angolais ne pouvait pas être conservé. Près de 65 emplois sont ainsi perdus en Suisse.

Nick Hayek, will den Weko-Entscheid von Ende Dezember nicht auf sich sitzen lassen und hat im Februar beim Bundesverwaltungsgericht in St. Gallen Beschwerde eingereicht. Die Swatch Group verlangt vom Gericht, dass die Weko-Verfügung für nichtig erklärt werde, was gleichzeitig voraussetzt, dass auch die Verfügung der Weko gegen eine aufschiebende Wirkung der Verfügung im Falle einer allfälligen Beschwerde ausser Kraft gesetzt würde. Die Weko muss bis am 25. Februar auf die Beschwerde reagieren. Und dies auch bezüglich der Beschwerde hinsichtlich einer aufschiebenden Wirkung. Sollte das Gericht der Swatch Group in diesem Punkt Recht geben, wäre die Swatch Group bis zum definitiven Weko-Entscheid, der Mitte 2020 getroffen werden soll, frei zu beliefern, wen sie will.

Nick Hayek ne veut pas laisser passer la décision prise par la Comco à la fin décembre et a déposé plainte en février auprès du Tribunal administratif fédéral de St-Gall. Swatch Group demande à la justice de déclarer la décision de la Comco nulle, ce qui présuppose également qu'en cas d'éventuelle plainte, la décision de la Comco contre un effet suspensif de cette décision serait aussi invalidée. La Comco doit réagir à cette plainte jusqu'au 25 février. Elle doit également se prononcer sur la plainte relative à l'effet suspensif. Si le tribunal devait donner raison à Swatch Group dans ce cadre, le groupe serait libre de procéder aux livraisons qu'il souhaite jusqu'à la décision définitive de la Comco à la mi-2020.

## Zukunft des Handels, Teil 4

# Der branchenfremde Onlinemarkt

Wer beim Onlinehandel an Uhren und Schmuck denkt, denkt vor allem an die Online-Shops bestehender Händler, die neben ihrem stationären Geschäft auch ein Online-Geschäft aufgebaut haben. Dazu zählen hierzulande in erste Linie die Seiten von Bucherer, Gübelin, Les Ambassadeurs, Christ, Helen Kirchhofer oder Uhrenschmuck24 (Christian Schmuck). Branchenfremde Portale wie Galaxus oder Microspot bieten dagegen eine riesige Auswahl, aber wenig Identität.

Die Zahl der branchenfremden Online-Portale Schweizer Herkunft, die Uhren und Schmuck anbieten, ist überschaubar. Die beiden bekanntesten Seiten sind derzeit Digitec Galaxus, die seit 2015 zu Migros gehört, sowie Microspot, das seit 1996 zur Coop-Gruppe gehört. Dass solche Onlinehändler immense Vorteile bieten, ist nicht erst seit Amazon bekannt. Der Kunde findet ein riesiges Angebot, er kann die Produkte aufgrund einer Vielzahl von Suchkriterien nach Lust und Laune filtern, und er kann dies alles bequem von der hauseigenen Couch aus tun.

## Mindestens 16 Prozent Wachstum

Wie gut diese branchenfremden Online-Portale im Uhren und Schmuckbereich punkto Umsatz unterwegs sind, ist fraglich. Konkrete Zahlen sind keine verfügbar, kommuniziert wird lediglich der Gesamtumsatz. Bei Digitec Galaxus lag dieser 2019 bei 1,146 Milliarden Franken und war damit 16 Prozent höher als 2018. Zum Bereich „Uhren und Schmuck“ heisst es bei der Migros-Tochter immerhin, dass dieser genauso wie auch der Bereich „Do it + Garten“ 2019 der Sektor mit dem grössten relativen Wachstum gewesen sei. Nimmt man das erwähnte Gesamtwachstum als Grösse, ist immerhin klar, dass der Uhren- und Schmuckbereich um mehr als 16 Prozent gewachsen sein muss. Was das in absoluten Zahlen bedeutet, bleibt offen. Ebenso offen bleibt, wie rentabel Digitec Galaxus als Ganzes überhaupt ist. Noch vor einem Jahr liess Migros-Chef Fabrice Zumbrunnen verlauten, dass die Online-Plattform nur 2017 keine roten Zahlen geschrieben hatte; mit anderen Worten: 2018 also sehr wohl; und weil für 2019 keine Gewinnzahlen kommuniziert worden sind, ist davon auszugehen, dass auch im vergangenen Jahr kein Gewinn erzielt wurde.

Um ein Vielfaches kleiner ist die Coop-Konkurrentin Microspot, die für 2019 einen Umsatz von 279 Millionen Franken angibt, was gegenüber 2018 (242 Mio.) einem Zuwachs um 15,2 Prozent entspricht. Wieviel davon auf die Produktparte Uhren und Schmuck entfällt, ist nicht bekannt. Und auch die Rentabilität von Microspot ist zur Stunde nicht bekannt, sie dürfte aber ebenfalls im roten Bereich liegen.

## Der Preis entscheidet

Online-Händler wie Digitec Galaxus verfolgen eine klare Strategie: Sie müssen preisgünstiger sein als ihre Konkurrenz, denn nur, weil mir eine Webseite farblich besser gefällt als jene des Konkurrenten, werde ich ein identisches Produkt online kaum dort kaufen, wo es teurer ist. Das bedeutet zwangsläufig Rabatte, und genau dies sehen viele Hersteller nicht besonders gerne: Erstens schwächt jeder Rabatt das Image und die Werthaftigkeit der Marke. Zweitens bedeutet jeder Online-Händler, der Uhren mit Rabatten anbietet, eine substantielle Konkurrenz zum markeneigenen Webshop, über den die meisten Hersteller ihre Verkäufe wohl am liebsten abwickeln würden – um so die ganze Marge einzustreichen und gleichzeitig auch willkommene Daten über ihre Zielkundschaft zu sammeln.

## Die Masse macht's

Bei Online-Händlern fällt auf, dass vieles über die schiere Masse funktioniert. Ende Februar fanden sich auf der Galaxus-Webseite nicht weniger als 143 verschiedene Uhrenmarken. Mitte 2018 waren es noch 108 Uhrenmarken gewesen, das ist ein Zuwachs um über 30 Prozent innert etwas mehr als 18 Monaten. Was das Markenportfolio angeht, ist Microspot deutlich kleiner als Digitec Galaxus. Ende Februar fanden sich 45 verschiedene Marken auf deren Webseite, was rund einem Drittel des Portfolios von Digitec

Galaxus entspricht. Zu erwähnen bleibt auch, dass bei beiden Portalen die Zahl der angebotenen Marken zwar gross ist, viele aber nur mit einem geringen Modellbestand vertreten sind. Bei der Marke Tag Heuer beispielsweise sind auf Digitec Galaxus lediglich elf verschiedene Modelle verfügbar. Viele Marken sind sogar mit nur einem oder zwei Modellen vertreten – ob der Kunde in diesem Fall findet, wonach er sucht, ist fraglich.

Dass branchenfremde Schweizer Portale Uhren und Schmuck verkaufen, ist ein eher junges Phänomen: Digitec Galaxus hat beispielsweise erst 2017 mit diesem Segment begonnen. Dabei war das Uhrensortiment zu Beginn sehr stark auf den Bereich Funktionsuhr zugeschnitten, mit Marken wie Garmin, Samsung, Withings, Huawei, Polar, Suunto, Apple, Fossil, Casio, M-Watch Mondaine, Runtastic, Tomtom und Beurer. Im Schmucksortiment fanden sich anfangs Marken wie Fossil, Paul Hewitt, Rhomberg, Thomas Sabo, Swarovski, Engelsrufer, Pandora, Julie Julsen, Sence Copenhagen, Tommy Hilfiger. Gerade bei den Uhren ist das Sortiment deutlich weniger funktionslastig und wesentlich modischer geworden als noch vor drei Jahren. Gleichzeitig scheint eine klare Strategie aber nicht erkennbar. Sowohl punkto Qualität als auch punkto Preisbereich und Herkunft (Swiss-made vs. Nicht-swiss-made) herrscht ein bunter Mix. Ob dies zielkundengerecht und damit letztlich zielführend ist, wird sich langfristig zeigen. Fachhändler, die sich neben dem stationären Geschäft auch auf den Onlinebereich spezialisiert haben, fallen hier mit einer klar schlankeren Markenvielfalt auf: UhrenSchmuck24 etwa führt online 25 verschiedene Marken, also nicht einmal ein Fünftel des Galaxus-Portfolios.



Ein Nachteil des branchenfremden E-Commerce bleibt das unpersönliche, emotionslose Käuferlebnis.

## Verkauf und Vertrieb verschmelzen

Bei Microspot fällt auf, dass sich bei vielen Modellen ein Link „B2B Kunde“ öffnen und sich ein „Preis ab fünf Stück anfragen“ lässt. Die Grenzen zwischen reiner Shop-Funktion und Distributionsplattform scheinen sich in diesen Fällen also zu verschieben, beziehungsweise übernimmt hier Microspot fast schon eine Art „Vertriebsfunktion“ für interessierte Händler. Ein Aktivitätsfeld, das sich in naher Zukunft sicher weiter verstärken wird.

Und bei Digitec Galaxus werden bestimmte Modelle zudem von verschiedenen Händlern angeboten. Die Uhr „Fossil Neutra“ in Skeleton-Design wird beispielsweise auch von den Fachhändlern Studer + Hänni sowie von Helen Kirchofer angeboten, wobei beide die Uhr rund zehn Prozent unter dem ebenfalls aufgelisteten Galaxus-Preis anbieten. Für Galaxus wäre es vorteilhaft, wenn möglichst viele Händler ihre Uhren über ihre Plattform anbieten. Ein Modus, an dem wiederum die Händler wenig Interesse haben dürften, da der Preiskampf noch weiter angetrieben würde, wodurch sich die Gewinnmarge weiter reduziert.

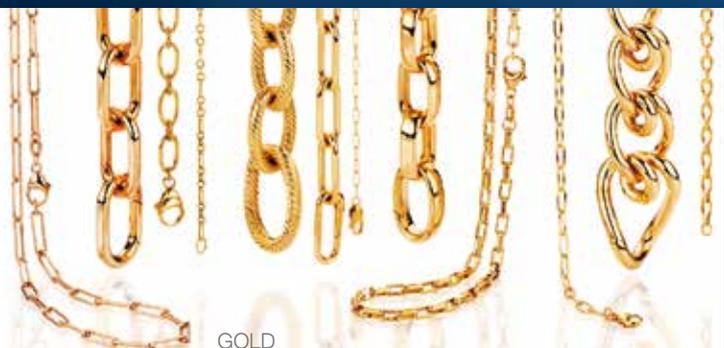
Für den Kunden wiederum liegen die Vorteile einer Plattform wie Galaxus auf der Hand: Die maximale Verfügbarkeit möglichst vieler Modelle zu einem möglichst geringen Preis. Gleichzeitig ist klar, dass auf branchenfremden Portalen Ästhetik und Werthaltigkeit der Modelle noch mehr in den Hintergrund treten. Der Kunde zahlt auf Portalen wie Galaxus (oder

auch Amazon) zwar weniger für die Uhr, ob ihn die Uhr langfristig genauso freut, wie wenn er sie beim Händler seines Vertrauens gekauft hätte, bleibt offen. Diesbezüglich ist auch erwähnenswert, dass sich auf branchenfremden Online-Portalen aktuell noch kaum Uhren im höherpreisigen Segment, das heisst über der 1000-Franken-Grenze, finden. Ein Sektor, der derzeit – weltweit – von Graumarkt-Portalen wie Chronext oder Chrono24 abgedeckt wird.

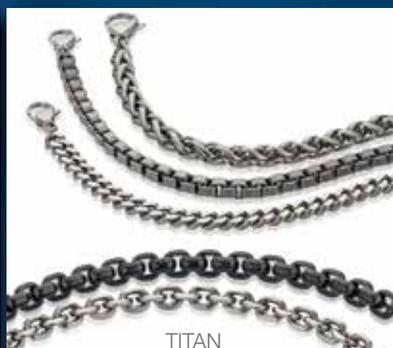
Marcel Weder

## SCHOFER GERMANY - DIE KOMPETENZ IN SCHMUCKKETTEN

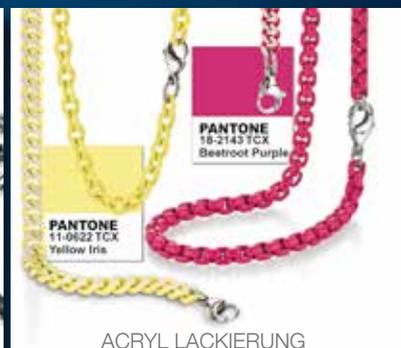
Gold, Silber, Platin, Palladium, Stahl, Titan, Messing, alternative Materialien



GOLD



TITAN



ACRYL LACKIERUNG



PLEASE VISIT US AT THE FOLLOWING SHOWS:  
 OROAREZZO  
 JCK LAS VEGAS  
 VICENZAORO  
 JGF HONG KONG



Schofer Germany - THE CHAIN COMPANY GmbH+Co. KG · Freiburger Str. 3 · D-75179 Pforzheim · Tel: +49 (0)7231 - 91 03 - 0 · info@schofer.com · www.schofer.com

# Who

## Das Coronavirus

hat die Swatch Group dazu bewogen, ihre Hausmesse „Time to Move“, die vom 4. bis 6. März hätte stattfinden sollen, abzusagen. Stattdessen sollen die involvierten Marken (Omega, Jaquet Droz, Harry Winston, Glashütte Original, Blancpain und Breguet) ihre Neuheiten später bei lokalen Veranstaltungen vorstellen. Wie die Swatch Group bekanntgab, wollte man seinen Partnern nicht zumuten, in einem unsicheren Klima international zu reisen. Auch andere Messen ziehen Konsequenzen: Die Hong Kong International Diamond, Gem & Pearl Show sowie die Hong Kong International Jewellery Show sind von Anfang März auf den 18. bis 21. Mai verschoben worden. Austragungsort für beide Veranstaltungen ist die Messe Asiaworld-Expo. In Bangkok hingegen, ist die 65. Bangkok Gems and Jewelry Fair von speziellen Präventionsmassnahmen begleitet, wie geplant Ende Februar über die Bühne gegangen.

## Le coronavirus

a poussé Swatch Group à annuler son salon «Time to Move» qui devait se dérouler du 4 au 6 mars. En lieu et place, les marques participantes (Omega, Jaquet Droz, Harry Winston, Glashütte Original, Blancpain et Breguet) devraient présenter leurs nouveautés plus tard dans le cadre d'événements locaux. Comme l'a fait savoir Swatch Group, on ne souhaitait pas demander à ses partenaires de voyager dans un climat international peu sûr. D'autres salons en tirent également des conséquences: le salon Hong Kong International Diamond Gem & Pearl Show ainsi que le salon Hong Kong International Jewellery Show qui devaient se dérouler début mars ont été déplacés du 18 au 21 mai. Ces deux événements se dérouleront dans les halles de l'Asiaworld-Expo.

## Fine Jewels24, Karlsruhe (D),

ein von den Machern von Chrono 24 betriebener Online-Marktplatz für Schmuck, lieferte Anfang Februar eine Auswertung zum Verhalten ihrer Kunden: Dabei zeigte sich, dass diese sich klar am meisten für die Marke Cartier (33%) interessierten, gefolgt von Tiffany (16%), Bulgari (16%), Graff (10%), Chopard (7%), Wellendorff (6%), Pomellato (4%), Van Cleef & Arpels (3%), Piaget (2%) und Carrera y Carrera (2%). Die höchsten Durchschnittspreise erzielten Schmuckstücke von Graff (15'865 Euro), gefolgt von Van Cleef & Arpels (10175) und Cartier (6500). Am meisten Geld gaben im Jahr 2019 Kunden aus der Schweiz aus (durchschnittlich 5544 Euro), gefolgt von den USA (4853), Grossbritannien (3893), Frankreich (3736) und Deutschland (2904). Wieviel Schmuck insgesamt über die Plattform verkauft worden ist, wurde jedoch nicht verraten.

## Fine Jewels24, Karlsruhe (D),

l'une des places de marché en ligne exploitées par les créateurs de Chrono 24, a fourni au début février une évaluation du comportement de ses clients: la plupart d'entre eux s'intéressent majoritairement à la marque Cartier (33%), suivie des marques Tiffany (16%), Bulgari (16%), Graff (10%), Chopard (7%), Wellendorff (6%), Pomellato (4%), Van Cleef & Arpels (3%), Piaget (2%) et Carrera y Carrera (2%). Les prix moyens les plus élevés ont été atteints par des bijoux signés Graff (15'865 euros), suivis de ceux de Van Cleef & Arpels (10'175) et de Cartier (6500). En 2019, les clients ayant dépensé le plus d'argent venaient de Suisse (5544 euros en moyenne), des États-Unis (4853), de Grande-Bretagne (3893), de France (3736) et d'Allemagne (2904). Le volume total de bijoux ayant été vendus via la plateforme n'est cependant pas précisé.

# Auch die Baselworld!

Die Baselworld hat keine leichten Zeiten hinter sich. Die Ausbreitung des Coronavirus sowie nicht zuletzt die Absage der Watches & Wonders haben Zweifel genährt, ob die Messe überhaupt stattfinden kann. Direktor Michel Loris-Melikoff gab sich bis am Ende kämpferisch, der Bundesratsentscheid vom 28. Februar, Grossveranstaltungen vorerst bis am 15. März zu verbieten, zwangen die Messe am Ende zur definitiven Absage.

Die Baselworld kann termingerecht stattfinden“, liess die Basler Messe am 20. Februar verkünden. Entgegen anders lautender Gerüchte stellte Messedirektor Michel Loris-Melikoff klar, dass die Messe stattfinden wird: „Die Baselworld 2020 ist aufgegleist. Wir bereiten die kommende Show wie geplant vor.“ Wenige Tage später sah die Welt anders aus: Zunächst verkündete die Citizen Group am 25. Februar, dass sie mit den Marken Bulova und Citizen nicht nach Basel reise, mit der offiziellen Begründung Coronavirus. Am 27. Februar folgte der nächste Paukenschlag mit der Absage des SIHH – pardon, Watches & Wonders –, ebenfalls mit der Begründung Coronavirus. Und am 28. Februar dekretierte Bundesrat Alain Berset im Namen des Gesamtgremiums, dass Grossveranstaltungen bis am 15. März verboten sind. Der Tropfen, der das Fass zum Überlaufen brachte und die Baselworld zur Absage zwang.



Baselworld-Direktor Michel Loris-Melikoff.

## Eine Absage mit Folgen

Die Absage ist gleichzeitig eine Neuorientierung sowie auch eine Kampfansage an die europäische Messekonkurrenz. Die Baselworld findet 2021 vom 28. Januar bis 2. Februar statt. Das ist just eine Woche nach der Vicenzaoro in Italien, sowie rund drei Wochen vor der Inhorgenta in München. Zwei Messen, die sich derzeit bei vielen Ausstellern grosser Beliebtheit erfreuen und selbst Marken, die jahrelang in Basel ausstellten, zu einem Wechsel verleitet hatten. Hier wird mit harten Bandagen gekämpft, wobei man der Baselworld zugutehalten muss, dass die Uhrenindustrie den Märztermin schon jahrelang kritisiert hatte und den für 2020 vorgesehenen Termin Ende April schon gar nicht goutierte. Wie aus dem Basler Umfeld zu hören ist, soll der Januar-Termin auch ab 2022 Bestand haben.

## Was macht Genf?

Seitens der für 2020 ebenfalls abgesagten Watches & Wonders stellt sich gleichfalls die Frage nach dem Termin. Dass 2021 eine Messe stattfinden soll, wurde bereits kommuniziert. Die Terminierung blieb noch offen. Sollte auch 2021 eine Synchronisierung des Genfer und des Baslers Termins angestrebt werden, würde Genf wohl vom 23. bis 27. Januar stattfinden, also unmittelbar vor der Baselworld und damit wieder zu ihrem während vielen Jahren angestammten Zeitpunkt. Denkbar ist auch, dass sich die Schweizer Uhrenindustrie jetzt mit allen Beteiligten an einen runden Tisch setzt und über eine vielleicht noch engere Messe-Zusammenarbeit – warum nicht eine Gesamtmesse in Basel? – berät. Und auch Swatch-Group-Chef Nick Hayek ist jetzt im Zugzwang, da alle ausser ihm künftig ihre Neuheiten bis Ende Februar präsentiert haben werden.

## Glück im Unglück?

Trotz der Absage kann Loris-Melikoff und seinem Team ein gutes Zeugnis ausgestellt werden. Sie haben viel umgekrempelt und reformiert: der Edelsteinsektor konnte um 50 Prozent zulegen, der Technik-Sektor hätte mit 30 zurückkehrenden Ausstellern eine Renaissance erlebt. Und zahlreiche weitere Neuerungen wie das „Forum“, eine neue Plattform für Branchenthemen, sowie weitere Uhrenplattformen wie die „Watch Lounge“ sind Zeichen der Messe, etwas bewegen zu wollen. Nun hat die Baselworld weitere zehn Monate Zeit, sich in Richtung Zukunft zu wandeln. (mw)

# Baselworld aussi!

Ces dernières années n'ont pas été de tout repos pour Baselworld. Avec la propagation du coronavirus et l'annulation du salon Watches & Wonders, il restait encore à savoir si le salon bâlois allait effectivement avoir lieu ou non. Michel Loris-Melikoff, son directeur, s'est battu jusqu'au bout, mais la décision du Conseil fédéral du 28 février d'interdire les grandes manifestations jusqu'au 15 mars dans un premier temps ont finalement contraint le salon à annuler cette édition.

«Baselworld est prêt pour ouvrir comme prévu», avait laissé entendre le salon bâlois le 20 février. Contrairement aux rumeurs qui circulaient, Michel Loris-Melikoff, le directeur, avait clairement affirmé que la manifestation aurait lieu: «Baselworld 2020 est en ordre de marche.» Quelques jours plus tard, la situation avait évolué: le groupe Citizen a tout d'abord annoncé le 25 février qu'il ne ferait pas le trajet pour Bâle avec les marques Bulova et Citizen en justifiant officiellement cette décision par la menace du coronavirus. Le 27 février, la branche horlogère connaissait un autre coup de théâtre avec l'annulation du SIHH (ou plutôt le Watches & Wonders) toujours pour cause de coronavirus. Enfin, le 28 février, le conseiller fédéral Alain Berset décrétait au nom de nos sept sages que les grandes manifestations seraient interdites jusqu'au 15 mars. Ce fut la goutte d'eau qui a fait déborder le vase et qui a contraint Baselworld à une annulation.

## Une annulation avec des conséquences

Cette annulation est aussi une réorientation et une déclaration de guerre à la concurrence européenne du salon. Baselworld aura lieu en 2021 du 28 janvier au 2 février, soit une semaine à peine après le salon Vicenzaoro en Italie et environ trois semaines avant le salon Inhorgenta de Munich. Ces deux salons connaissent actuellement un grand succès auprès de nombreux exposants et ont même poussé des marques à changer leurs habitudes alors qu'elles exposaient depuis des années à Bâle. C'est donc un combat acharné qui se dispute ici et il faut en tout cas laisser à Baselworld le fait que l'industrie horlogère avait déjà critiqué pendant des années les dates de mars et n'avait pas du tout apprécié les dates prévues à la fin avril 2020.

À en croire ce qui se dit à Bâle, les dates de janvier pourraient bien se répéter aussi dès 2022.

## Que fait Genève?

La question des dates d'exposition se pose également du côté du salon Watches & Wonders dont l'édition 2020 a elle aussi été annulée. Les responsables ont déjà indiqué qu'une édition serait organisée en 2021. Il reste encore à définir les dates. Si les salons genevois et bâlois devaient à nouveau être synchrones, Genève devrait accueillir l'événement du 23 au 27 janvier, donc juste avant Baselworld et aux dates qui ont été les siennes pendant de nombreuses années. Il serait également envisageable que tous les acteurs de l'industrie horlogère suisse participent à une table ronde afin d'arriver peut-être à une collaboration encore plus étroite. Et pourquoi pas à un salon commun à Bâle? Nick Hayek, le patron de Swatch Group, est lui aussi sous pression puisque tous, sauf lui, auront à l'avenir présenté leurs nouveautés jusqu'à la fin février.

«Et pourquoi pas à un salon commun à Bâle?»

## Un chance dans la malchance?

Malgré cette annulation, Michel Loris-Melikoff et son équipe ont réussi à marquer des points. Ils ont procédé à de nombreuses réorganisations et réformes: le secteur des pierres précieuses a pu enregistrer une croissance de 50 pour cent et le secteur technique a connu une véritable renaissance avec le retour de 30 exposants. Et plusieurs autres nouveautés telles que le «Forum», une nouvelle plate-forme consacrée aux thèmes de la branche ainsi que d'autres plates-formes horlogères telles que le «Watch Lounge» sont autant de signes que le salon veut faire évoluer les choses. Baselworld dispose désormais de dix mois supplémentaires pour se tourner vers le futur. (mw)



## AUSSEN SCHÖN, INNEN FAIR

Green Gold by Wassner-Schmuckstücke überzeugen auch mit inneren Werten. Die Schmuckstücke werden ausschliesslich aus **COC-zertifiziertem Gold** gefertigt.



Erfahren Sie mehr | Savoir plus  
[www.wassnergreengold.ch](http://www.wassnergreengold.ch)

## BEAUTÉ EXTÉRIEURE, ÉTHIQUE INTÉRIEURE

Les bijoux labellisés Green Gold by Wassner convainquent également par leurs valeurs intérieures. Les bijoux sont fabriqués exclusivement à partir **d'or certifié COC**.

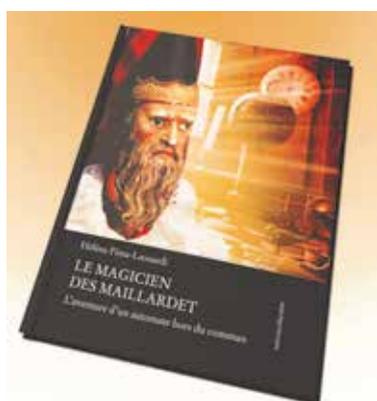
Wassner AG  
Florastrasse 5  
8800 Thalwil

T: +41 44 772 88 88  
info@wassner.ch  
www.wassner.ch

# Who

## Hélène Fima-Leonardi

hat ein Buch mit dem Titel „Le Magicien des Maillardet“ (Der Magier der Maillardet) veröffentlicht. Fima-Leonardi ist eine feine Kennerin der Uhrmacherwelt und arbeitet im Bereich Promoting beim Schweizerischen Uhrenverband FH. Ihr Buch widmet sich dem Automaten „Le Magicien“, einer aussergewöhnlichen Konstruktion aus den Händen der Brüder Jaques-Rodolphe, Jean-David sowie Henri Maillardet; letzterer lebte von 1745 bis 1834. Die Maillardets stammten aus dem Val-de-Ruz und waren nicht zuletzt für Jaquet-Droz in La Chaux-de-Fonds tätig. Ihr Magicien war 1907 in einem schlechten Zustand ins Uhrenmuseum von La Chaux-de-Fonds gelangt, wo er umfassend restauriert wurde. Fast 100 Jahre später tauchte 2006 an einer Auktion wie von Zauberhand ein zweiter Magier auf. Das Buch von Fima-Leonardi erzählt die faszinierende Geschichte der beiden Automaten und wirft auch einen Blick auf das Gesamtwerk der Maillardets.



„Le Magicien des Maillardets“ ist bei Watchprint erschienen ([www.watchprint.com](http://www.watchprint.com)). | „Le Magicien des Maillardet“ est paru chez Watchprint ([www.watchprint.com](http://www.watchprint.com)).

## Hélène Fima-Leonardi

a publié un livre intitulé «Le Magicien des Maillardet». Grande connaissance du monde horloger, elle travaille dans le secteur de la promotion de la Fédération horlogère. Son livre se penche sur l'automate «Le Magicien», une création extraordinaire des frères Jacques-Rodolphe, Jean-David et Henri Maillardet (ce dernier ayant vécu de 1745 à 1834). Les Maillardet étaient originaires du Val-de-Ruz et ont notamment travaillé pour Jaquet-Droz à La Chaux-de-Fonds. En 1907, leur magicien était arrivé en mauvais état au Musée international d'horlogerie de La Chaux-de-Fonds où il avait fait l'objet d'une restauration complète. Près de 100 ans plus tard, un deuxième magicien est apparu en 2006 lors d'une enchère. Le livre d'Hélène Fima-Leonardi revient sur l'histoire fascinante de ces deux automates et sur la totalité de l'œuvre des Maillardet.

## LVMH, Paris (F),

erzielte 2019 einen Umsatz von 53,7 Milliarden Euro, das sind 15 Prozent mehr als im Vorjahr. Währungsbereinigt, also organisch, hätte das Wachstum zehn Prozent betragen. Der Uhren- und Schmuckumsatz mit den Marken Bulgari, Chaumet, Dior Watches, Fred, TAG Heuer, Zenith, und Hublot (die Zahlen von Tiffany zählen erst ab 2020) stieg von 4,123 auf 4,405 Milliarden Euro um sieben Prozent, beziehungsweise organisch um drei Prozent. Ausser Fred, Dior Watches und Zenith wurden im Geschäftsbericht alle Marken in positiver Weise erwähnt.

# Inhorgenta Munich – ein Erfolg

Die Verantwortlichen der Münchner Inhorgenta haben ein positives Fazit der diesjährigen Messe gezogen. Trotz erschwerten Rahmenbedingungen für die Branche, nicht zuletzt aufgrund der Situation in Fernost, präsentierte sich die Uhren- und Schmuckmesse also überaus stabil. Die Mehrheit der Aussteller zeigte sich mit dem Verlauf der Messe zufrieden.

Die Inhorgenta Munich 2020 war ein Erfolg. Die Zahl der Besucher lag zwar leicht unterhalb derjenigen aus dem Vorjahr: Rund 26'000 Fachbesucher aus 80 verschiedenen Ländern kamen dieses Jahr nach München. Stephan Lindner, Präsident des deutschen Bundesverbandes der Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte, zeigte sich über den Verlauf der Messe gleichwohl erfreut: „Nach einem guten Jahr 2019, einer erfolgreichen Saison und einem ordentlichen Jahresauftakt war mit einer guten Präsenz des Handels in München zu rechnen. Die hohe Qualität der anwesenden Juweliere und der Umfang der Nachfrage hat aber sicherlich so manchen Aussteller positiv überrascht. Wir sind mit dem Ergebnis der Inhorgenta Munich sehr zufrieden.“

Zufriedene Aussteller fanden sich wie schon in den Vorjahren in der klaren Mehrheit. Bemerkenswert ist zudem, dass gerade auch prominente Messerückkehrer wie die Festina Group mit all ihren Marken eine positive Bilanz ziehen: „Unsere Erwartungen haben sich absolut erfüllt. (...) Der Erfolg der Messe spiegelt sich in den Aufträgen und der hohen Frequenz auf unserem Stand wider“, so Jason Newman von Festina Deutschland. Ein klares Zeichen dafür, dass der Retailbereich weiterhin eine zentrale Rolle in der Uhren- und Schmuckdistribution spielt.



Aller guten Dinge sind drei: Mit der Armspange „Swing“ gewann Bernd Wolf bei seiner dritten Nomination den Award.

## Gelungener Salon Suisse

Ein Erfolg war auch der Auftritt der Schweiz als Partnerland mit dem Salon Suisse als Herzstück dieser Präsenz in der Uhrenhalle A1. Der künstlerische Leiter des Partnerlandauftritts, Joachim Schirmmacher, hat mit viel Engagement und Liebe zum Detail einen überzeugenden Schweizer Messtand konzipiert. Auch Markus Thür, Schweizer Generalkonsul in München, der den Salon Suisse, der unter der Schirmherrschaft der Schweizerischen Eidgenossenschaft stand, am Freitag feierlich eröffnete, war voll des Lobs: „Der Auftritt ist lebendig, vielseitig, verfügt über Strahlkraft und erlaubt uns, die Schweizer Uhrenwelt mit vielen Emotionen zu erleben.“ Am Salon Suisse mit dabei waren die Marken Parmigiani Fleurier,



Der Salon Suisse in der Uhrenhalle A1.



Mit der Schmuckkugel „Billion Dreams“ hat die Marke Capolavoro den diesjährigen Award in der Kategorie Public Choice gewonnen.



Nach der Verleihung der Awards am 16. Februar herrschte ausgelassene Stimmung.

Oscillon, Czapek Watches sowie das Musée Internationale d'Horlogerie aus La Chaux-de-Fonds. Dirk Boettcher, Verkaufschef von Parmigiani Fleurier für den deutschen Markt, zeigte sich zufrieden: „Die Bedeutung der Inhorgenta wächst stetig und wird in der Branche auch künftig noch weiter an Wichtigkeit gewinnen. Der Salon Suisse ist eine kleine Oase im Messegesehen, die von unseren Händlern gerne angenommen wird“, so Boettcher. Bereits jetzt steht fest, dass der Salon Suisse auch 2021 wieder fester Bestandteil der Inhorgenta Munich sein wird. Erste Gespräche mit Interessenten finden statt.

## Es tut sich was im Uhrenbereich

Als Oase im Messegesehen präsentierte sich in der Uhrenhalle A1 auch die „Watch Boutique“. Auf diesem „Inselstand“ zeigten Marken wie Ebel, Meistersinger oder Sinn mit individuellen, offenen Ständen und einer gemeinsamen Catering-Bar, wie Marken sich auf Messen in Zukunft modern und selbstbewusst präsentieren können. Stefan Loges, Marketing-Direktor von Meistersinger, bewertete den Messeauftritt auf der Inhorgenta als vollen Erfolg. Die Marke war im vergangenen Jahr an die Münchner Messe zurückgekehrt. Aufgrund des diesjährigen Messekalenders präsentierte Meistersinger alle seine Neuheiten zudem bereits auf der Inhorgenta und nicht wie in den Vorjahren erst in Basel.

Generell grosse Zufriedenheit war auch in den Hallen B1 und B2 (Schmuck), C1 (Edelsteine) und A2 (Zubehör) zu vernehmen. Aussteller wie Niessing, Manu Schmuck, Tezer Design, Palido Fine Jewels, Diamond Group, Silhouette Schmuck Bentner, Alexander Shorokhoff, Bering, Ebner Fine Gems und Claudia Hamann Edelsteine sind mit dem Messeverlauf zufrieden.



In der Publikums-Kategorie Best Watch durften die Verantwortlichen von Garmin die schwere Trophäe entgegennehmen.

Der Award-Sieger in der Kategorie Fine Jewelry: Ring Cloé von A. Odenwald, gefertigt in Gold 750 mit 93 Brillanten von zusammen 2.53 Carat.



## Gut besuchtes Rahmenprogramm

Auf viel Interesse gestossen sind auch die zahlreichen Vorträge und Podiumsdiskussionen, mit der Nachhaltigkeit im Zentrum. Dieses Thema wird in den folgenden Jahren auch in der Uhren- und Schmuckbranche weiter bedeutsam bleiben, sei es in Bezug auf die Herkunft von Ressourcen (Edelsteine, Edelmetall), die Energiebilanz (Recycling-Gold versus

Minengold) oder auch hinsichtlich der Herstellungs- und Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern.

Die Verleihung des Inhorgenta Awards fand am Sonntagabend in der Münchner BMW Welt statt. Die strahlenden Sieger waren: A. Odenwald (Fine Jewelry), Bernd Wolf, (Fashion Jewelry). Jutta Ulland (Designer of the Year), Jiayi Zhang (Design Newcomer of the Year), Frédérique Constant (Watch Design of the Year), Juwelier Vogl (Next Generation Retail) und Capolavoro sowie Garmin, die den Public Choice Award für Schmuck beziehungsweise Uhren erhielten.

Marcel Weder

[www.inhorgenta.com](http://www.inhorgenta.com)

# Who

## LVMH, Paris (F)

a réalisé en 2019 un chiffre d'affaires de 53,7 milliards d'euros, soit 15,1 pour cent de plus que l'année précédente. Corrigée du taux de change, cette croissance organique se monterait à dix pour cent. Le chiffre d'affaires du secteur horloger et joaillier avec les marques Bulgari, Chaumet, Dior Watches, Fred, TAG Heuer, Zenith et Hublot (les chiffres de Tiffany ne sont pris en compte qu'à partir de 2020) a augmenté de sept pour cent (croissance organique de trois pour cent), passant de 4,123 à 4,405 milliards d'euros. Toutes les marques ont été mentionnées de manière positive dans le rapport de gestion, à l'exception de Fred, Dior Watches et Zenith.

## Perth Mint, Australia,

hat im Vorfeld der für April geplanten Lancierung des 25. James-Bond-Films „No Time to Die“ eine Sondermünze mit dem 007-Motiv lanciert. Die Münze ist in Feingold in einer 5000er-Serie, in Feinsilber in einer 30'000er-Serie sowie in einer 5000er-Serie in Silber mit Goldprägung erhältlich. Dass eine australische Münzprägestalt Bond „ins Visier“ nimmt, erstaunt insofern, als der britische Spion Ihrer Majestät in seiner mittlerweile fast 60-jährigen Karriere den Fuss noch nie auf australischen Boden gesetzt hat.

## Perth Mint, Australie,

a, dans la foulée du lancement en avril du 25e film de James Bond «No Time to Die», sorti une pièce de monnaie spéciale ornée d'un motif 007. Cette pièce est disponible en or fin dans une série de 5000 unités, en argent fin dans une série de 30'000 unités ainsi qu'en argent avec un lettrage en or dans une série de 5000 unités. Le fait qu'une Monnaie australienne ait Bond «dans le viseur» est plutôt étonnant, car en près de 60 ans de carrière, l'espion britannique au service de Sa Majesté n'a encore jamais posé le pied sur les terres australiennes.

## Das Genfer Strafgericht

hat Ende Januar einen 40-jährigen Franzosen zu einer Haftstrafe von sieben Jahren unbedingt verurteilt. Er hatte am 3. Februar 2017 die Bijouterie Graff an der Rue du Rhône in Genf überfallen und dabei Uhren und Schmuck im Wert von rund 21,6 Millionen Franken erbeutet. Nachdem er die Mitarbeiter mit einer Faustfeuerwaffe bedroht hatte und sich – mit der Geschäftsführerin als Geisel – den Weg aus dem Geschäft bahnte, lieferte er sich eine Verfolgungsjagd mit der Polizei, ehe er in Corsier durch eine Polizeisperre gestoppt und auf Genfer Boden verhaftet wurde. Am Verhaftungsort lag die Beute verstreut auf der Strasse, einzelne Teile fielen in einen Kanalisationsschacht.

## La Chambre pénale de Genève

a condamné un Français de 40 ans à une peine privative de liberté de sept ans fermes à la fin janvier. Le 3 février 2017, le condamné avait attaqué la bijouterie Graff à la rue du Rhône à Genève et avait dérobé des montres et des bijoux pour une valeur totale de près de 21,6 millions de francs. Après avoir menacé les collaborateurs avec une arme de poing et s'être frayé un chemin hors de la boutique en prenant en otage la directrice, il a été le sujet d'une course-poursuite avec la police, avant d'être stoppé à Corsier par un barrage de police et d'être emprisonné sur sol genevois. Sur le lieu de l'arrestation, le butin était dispersé sur la route et certaines pièces sont tombées dans les bouches de canalisation.

Serie Die Branche im Bild

# Die Schweizer Uhrenwelt in München

Mit dem Salon Suisse spielte unsere Heimat an der Inhorgenta in München eine besondere Rolle. Der Pavillon sorgte für viel Aufmerksamkeit und wurde von zahlreichen Interessierten besucht. Diese begaben sich in der vielseitigen Ausstellung auf eine spannende Entdeckungsreise durch die Welt der Schweizer Uhren.



Empfang des Partnerlandes Schweiz bei der Eröffnung des Salon Suisse durch **Klaus Dittrich**, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München GmbH (links) und **Markus Thür**, Schweizer Generalkonsul in München.



Mit dem Salon Suisse wurde an der Inhorgenta ein neues Kapitel aufgeschlagen. Für Konzept und Gestaltung zeichnete **Joachim Schirmmacher** verantwortlich. Der Salon präsentierte Schweizer Werte: präzise, klar und unaufgeregt. Im Detail gab es Aussergewöhnliches zu entdecken wie eine Tanne und ein Panorama als Reminiszenz an das Watch Valley, Schweizer, die die Geschichte ihrer Uhr erzählen und in einem Concept Store Seife mit dem Duft der Berge. „Wichtig waren mir für die Swissness echte Materialien, Sinnlichkeit, kultivierte Gastfreundschaft und Bodenständigkeit“, sagte Schirmmacher. Das ist ihm bestens gelungen.



Die offizielle Vertreterin der Messe München in der Schweiz ist die BTO Solutions Schürch AG. Mitarbeiter **Roberto Arconzo** war für die Inhorgenta verantwortlich. Bei der Eröffnungsfeier des Salons Suisse am Freitag habe er mit Freuden gesehen, wofür er ein Jahr lang gearbeitet habe. „Der Salon war eine Wohlfühlinsel. Es haben erfreulich viele gute Treffen bei uns stattgefunden“, sagte der Messeberater. Neben den spannenden Uhrenmarken, den Uhrengeschichten und den Daten und Fakten zur Schweizer Uhrenindustrie sind auch unsere kulinarischen Häppchen wie Schweizer Schoggi oder Birchermüesli bei den Besuchern gut angekommen.“



Die beiden Inhaber der exklusiven Uhrenmarke Oscillon, **Cyrano Devanthey** (links) und **Dominique Buser**, weckten mit ihrer hundertjährigen Triebfräsmaschine die Neugier der Salon-Suisse-Besucher. Noch spannender als die Maschine, sind aber die jungen Uhrmacher selbst. Für sie ist die Fertigung einer gut laufenden Uhr das eine, mindestens so wichtig sind ihnen jedoch ästhetisch schöne Uhrwerke. „Sie sind der Stolz eines jeden Uhrmachers, der diesen Beruf mit Leidenschaft ausübt, auch wenn er das in erster Linie für sich selber macht“, sagt Devanthey. Jedes Teil einer Uhr verdiene die gleiche Aufmerksamkeit. Schön sei, dass die Leute, denen sie das erklärten, dann besser verstanden, warum eine Uhr wie die Oscillon ihren Preis habe.



**Emmanuel Esposito** ist ein weltberühmter Messerhersteller. In erster Linie kam er an die Inhorgenta, um seine Freunde Cyrano Devanthey und Dominique Buser von Oscillon zu besuchen. Auch er zeigte sich vom Schweizer Stand beeindruckt. Von der Tatsache, dass ihn sein GPS von Turin aus über den Lukmanierpass nach München gelotst hatte, und er damit fast neun Stunden im Auto unterwegs war, liess er sich die Laune nicht verderben. Neben Messern gehören Uhren und Maschinen zu Espositos Leidenschaften. So hat er das Treffen mit seinen Freunden gleich mit einem Rundgang durch die Messe verbunden.

Für microspot.ch, die Non-Food-Einkaufsplattform von Coop, war **Monju Kremzow** auf der Messe unterwegs. Als international tätige Produktmanagerin, die in der Schweiz lebt, hat es sie erwartungsvoll in den Salon Suisse gezogen. „Wir sind soeben dran, den Bereich Uhren und Schmuck aufzubauen“, sagt sie. „Darum sind für mich besonders die Hintergrundinformationen, die Geschichte sowie Zahlen und Fakten der Schweizer Uhrenindustrie interessant.“ An diesem Stand bekam sie vieles davon auf kleiner Fläche serviert, was sie zu schätzen wusste.



Eine Marke, die ebenfalls die hohe Schweizer Uhrmacherkunst repräsentiert, ist Parmigiani Fleurier. **Heiko Kassebaum** arbeitet als Uhrmacher im Münchner Europa-Hauptsitz. Was er im Salon Suisse besonders geschätzt hat, sind die zahlreichen Begegnungen und der Austausch mit Uhren-Enthusiasten, wie er selbst sagt.

**Timm Delfs** (links), Uhrenjournalist und Geschäftsinhaber der „Zeitzentrale“ in Basel, hat beim Salon Suisse die Rolle des Gastgebers übernommen. „Ich war vor etwa 20 Jahren zum letzten Mal an der Inhorgenta und finde es gut, dass der Uhrenbereich nun ausgebaut werden soll. Daher habe ich mich über die Anfrage gefreut und sofort zugesagt“, erzählte er. Spannend fand er vor allem die vielen alten und neuen Begegnungen und der Austausch unter Branchenpartnern. Für Delfs war auf der Plattform die uralte Triebfräsmaschine, die von den Inhabern der Marke Oscillon gezeigt wurde, der Hingucker und Höhepunkt.



Einen Besuch statteten dem Salon Suisse auch Personen des Baselworld-Teams ab. Unter ihnen **René Zürcher**, der in Basel für den technischen Sektor zuständig ist. Vom Schweizer Spezialauftritt auf der Inhorgenta war er begeistert und überzeugt, dass der Besucher damit einen Mehrwert bekommen hat und die Schweiz würdig vertreten war. Er könnte sich Pavillons mit Gastländern auch an der Baselworld vorstellen: „Wenn die Besucher, die Aussteller und die Messe davon profitieren können, wäre das sicher eine gute Sache“.

# Le Salon reste un modèle unique

Comme chaque année depuis près de vingt ans, le Salon EPHJ accueillera à Palexpo Genève le meilleur des savoir-faire dans le domaine de la haute-précision horlogère et joaillière, mais également dans les secteurs des medtech et des micro-technologies. L'occasion de faire le point avec son directeur, Alexandre Catton.

**Gold'Or: Alexandre Catton, quels que soient les aléas du marché horloger, le Salon EPHJ semble poursuivre son chemin avec sérénité.**

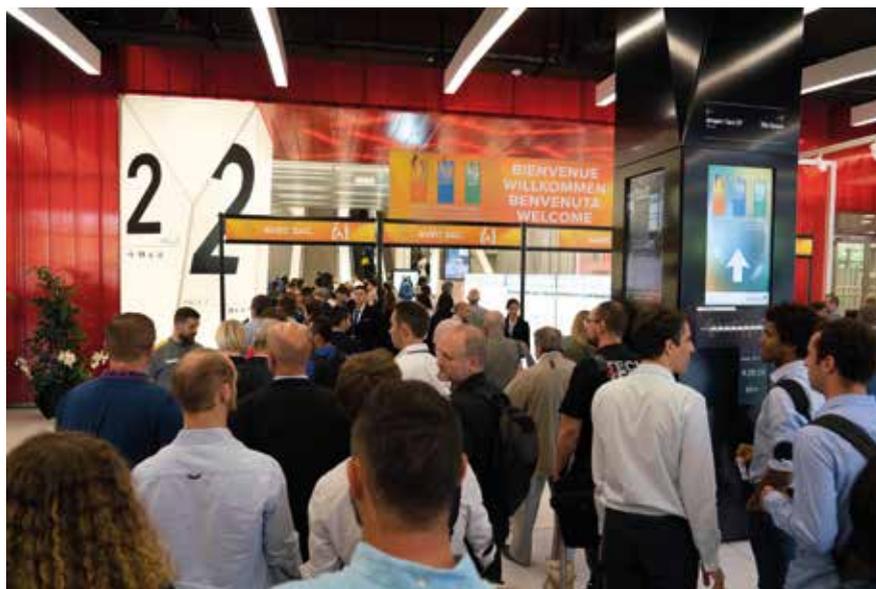
Alexandre Catton: En effet, l'édition 2019 du Salon EPHJ a vu sa fréquentation progresser de quatre pour cent, pour un nombre d'exposants volontairement stable et légèrement supérieur à 800. L'industrie horlogère a une très forte capacité d'adaptation aux variations du marché et a compris depuis bien longtemps que la qualité et la capacité d'innovation feraient toujours la différence. Le Salon permet à ces compétences de trouver leurs marchés et aux sociétés de rencontrer les décideurs et acheteurs représentant le produit fini.

**Des représentants de grandes marques qui viennent chaque année mais plutôt discrètement.**

Toutes les grandes marques horlogères viennent visiter notre Salon pour rencontrer leurs fournisseurs, découvrir les nouveautés et nouer des contacts avec de nouveaux fabricants. Les CEO et CTO des plus grandes marques font partie de nos visiteurs mais ils viennent en toute discrétion, avec beaucoup de curiosité et d'intérêt. Ils apprécient de partager un bon moment avec leurs fournisseurs et se faire présenter les dernières innovations technologiques.

**En marge du Salon, vous passez une grande partie de votre temps sur le terrain, à la rencontre des fournisseurs horlogers et joailliers. Quels retours vous font-ils de l'évolution du marché?**

Il est en effet important de ne pas se déconnecter du marché que nous représentons au travers du Salon. C'est grâce aux échanges que nous pouvons avoir avec les entreprises du secteur, entre deux éditions du Salon, que nous pouvons comprendre les besoins des exposants, mettre en place de nouveaux services, travailler sur nos axes de communication et anticiper les développements à venir. Outre les rencontres individuelles, les petits déjeuners auxquels nous invitons les exposants par région au cours de l'année représentent un bon moment de partage. Nous avons eu l'occasion d'aborder des thématiques aussi variées que la redistribution des cartes que pourrait engendrer la décision de la Comco vis-à-vis d'ETA pour la livraison de ses mouvements ou la volonté de certains de se diversifier dans les technologies médicales. L'exigence croissante des marques concernant la traçabilité et la durabilité représente un autre défi. La rigueur et la capacité



Le Salon aura lieu du 16 au 19 juin à Palexpo Genève.



Alexandre Catton

d'innovation seront les leurs meilleures armes de ces sous-traitants.

**La crise sanitaire en Chine est-elle une nouvelle source d'inquiétude?**

Sachant le poids que représentent les achats de montres par les chinois (entre autres lors de leurs voyages à l'étranger) sur le volume de montres suisses et qu'une partie de ceux-ci ne peuvent plus sortir de chez eux à cause du coronavirus, le sujet peut susciter certaines préoccupations à moyen terme sur le volume de production. La durée de cette crise sanitaire est le pivot de son influence.

**Concrètement, quels sont les nouveaux services que le Salon EPHJ propose?**

La savoir-faire n'est rien sans le faire savoir. D'où les éléments de communication que nous mettons toute l'année au service de nos exposants: un site web qui relaie les informations de nos exposants, un réseau professionnel LinkedIn très actif et une newsletter électronique trimestrielle qui touche 40'000 professionnels suisses et étrangers des secteurs de la haute précision. Selon la taille des entreprises, nous proposons différents packages qui mettent en valeur leurs activités auprès de cibles soigneusement sélectionnées pour conclure des affaires. Un Salon comme le nôtre doit être une vitrine permanente, digitale et interactive au service de nos exposants et de nos visiteurs. D'autres nouveautés sont en développement mais, n'étant pas sûr de pouvoir les rendre disponibles dès 2020, je les garde pour moi... pour l'instant. (dp)



Les dernières innovations technologiques seront présentées à Genève.

[www.ephj.ch](http://www.ephj.ch)

# Die EPHJ bleibt einzigartig

Seit rund zwanzig Jahren heisst die Fachmesse EPHJ im Genfer Palexpo das Know-how der Hochpräzisionsbranche, der Uhrmacherei und Juwelierskunst, aber auch der Medizintechnik und Mikrotechnologien willkommen. Der Messeleiter Alexandre Catton im Gespräch.

## **Gold'Or: Alexandre Catton, trotz Höhen und Tiefen des Uhrenmarktes setzt die EPHJ ihren Weg fort. Welches ist Ihr Erfolgsgeheimnis?**

Alexandre Catton: Die EPHJ hat 2019 einen Besucheranstieg von vier Prozent verzeichnet, während die Ausstellerzahl mit etwas mehr als 800 bewusst stabil geblieben ist. Die Uhrenindustrie verfügt über die Fähigkeit, sich den Marktschwankungen anzupassen. Sie hat verstanden, dass Qualität und Innovationsfähigkeit stets den Ausschlag geben. Unsere Messe ermöglicht den Unternehmen mit diesen Kompetenzen, ihre Märkte zu finden.

## **Vertreter grosser Marken finden sich jedes Jahr ein.**

Alle grossen Uhrenmarken kommen zu unserer Messe, um ihre Lieferanten zu treffen, Neuheiten zu entdecken und Kontakte mit neuen Herstellern zu knüpfen. Die CEOs und CTOs der grössten Marken gehören zu unserem Besucherstamm, halten sich aber gerne im Hintergrund. Zugleich sind sie interessiert daran, dass man ihnen die technologischen Neuerungen präsentiert.

## **Zwischen den Messen verbringen Sie einen grossen Teil Ihrer Zeit an den Firmenstandorten der Uhren- und Schmucklieferanten. Welches Feedback erhalten Sie?**

Es ist wichtig, dass wir uns nicht vom Markt abkoppeln, den wir an der Messe vertreten. Nur wenn wir den Austausch mit der Branche pflegen, können wir die Bedürfnisse der Aussteller verstehen, neue Dienstleistungen anbieten, an unseren Kommunikationskanälen arbeiten und künftige Entwicklungen vorhersehen.



Die EPHJ findet vom 16. bis 19. Juni statt.

Neben den individuellen Treffen bietet das gemeinsame Frühstück, zu dem wir die Aussteller in ihren Regionen einladen, ein schönes Erlebnis. Wir können verschiedene Themen ansprechen, wie die neue Rollenverteilung nach der Entscheidung der Weko gegenüber der ETA, oder die Absicht verschiedener Hersteller, sich in der Medizintechnik zu diversifizieren. Auch Rückverfolgbarkeit und Nachhaltigkeit sind Herausforderungen, denen sich die Marken stellen müssen.

## **Gibt die Gesundheitskrise in China Anlass zur Sorge?**

Die Chinesen tätigen auf ihren Auslandsreisen viele Uhrenkäufe. Wenn sie ihre Heimat wegen des Coronavirus nicht mehr verlassen können, ruft das mittelfristige Bedenken im Hinblick auf das Fertigungsvolumen der Schweizer Uhren hervor. Die Dauer der Gesundheitskrise wird entscheidend sein, wie sich ihre Auswirkungen bemerkbar machen.

## **Welche Dienstleistungen bietet die EPHJ neu an?**

Ohne die passende Kommunikation bleibt Know-how bedeutungslos. Deshalb stellen wir unseren Ausstellern das ganze Jahr über Kanäle zur Verfügung: eine Webseite, die Informationen der Aussteller präsentiert, ein aktives Netzwerk auf LinkedIn sowie ein vierteljährlich erscheinender Newsletter, der 40'000 Fachleute der Hochpräzisionsbranchen erreicht. Wir bieten Kommunikationspakete an, die auf die Grösse der Unternehmen abgestimmt sind. Eine Messe wie unsere muss fortlaufend als digitales und interaktives Schaufenster im Dienst unserer Aussteller und Besucher funktionieren. Weitere Neuheiten sind in der Entwicklung. (pd)

# MANUSCHMUCK

DAS TÜPFELCHEN AUF DEM ICH  
PERSÖNLICH > HANDWERKLICH > VIELSEITIG



925 MASTERS

www.manuschmuck.de

# Who

Shigeru Ban,

der Architekt der Bieler Swatch-Group-Schlange, dürfte keine Freude gehabt haben, dass beim frisch eingeweihten Neubau nach noch nicht einmal einem Jahr bereits das Dach tropft. Etwas spitzfindig liesse sich sagen, dass damit ausgerechnet eine Kernfunktion eines Bauwerks, die Wasserundurchlässigkeit, ausfiel. Die Swatch Group selber liess Mitte Januar gegenüber Radio SRF Folgendes ausrichten: „Es stimmt, dass die Arbeit eines deutschen Lieferanten unseren hohen Qualitätsansprüchen nicht vollständig gerecht wurde.“ Bleibt zu hoffen, dass die ausländischen Uhrenkomponenten-Zulieferer der Swatch Group den Bieler Swiss-made-Ansprüchen gerechter oder sogar vollständig gerecht werden.

Shigeru Ban,

l'architecte du bâtiment sinueux de Swatch Group à Bienne, n'a pas dû être très content d'apprendre qu'après une année à peine, le toit de ce nouvel ouvrage fraîchement inauguré présentait déjà des fuites. Il a subtilement été remarqué que l'une des fonctions principales de ce bâtiment, à savoir son imperméabilité à l'eau, semblait manquer. Swatch Group a lui-même fait la déclaration suivante à la Radio SRF à mi-janvier: «Il est vrai que le travail d'un fournisseur allemand n'a pas entièrement répondu à nos exigences de qualité élevées.» Reste à espérer que les fournisseurs étrangers de composants horlogers de Swatch Group répondent mieux (ou même intégralement) aux exigences «Swiss made» de la société biennoise.

20 Minuten,

berichtete am 11. Februar über die Auswirkungen des Coronavirus für Tourismus-Standorte wie Luzern, wo die Strassen phasenweise wie leergefegt seien. Gemäss Robert Casagrande von der Casagrande AG habe man seit dem 1. Februar Einbussen bis zu 95 Prozent, was praktisch „ein Totalausfall“ sei. Aktuell dürfen Chinesen wegen des Virus auf Weisung ihrer Regierung weder im In- noch im Ausland in Gruppen reisen. Bei Bucherer ist man pragmatischer: „Bei weniger Frequenz werden wir Personalpläne anpassen. Wer möchte, kann Überstunden abbauen“, so PR-Chefin Regina Schilcher gegenüber der Luzerner Zeitung. Schweiz Tourismus-Sprecher André Aschwanden rechnete für den Monat Februar schweizweit mit mindestens 50 Prozent weniger Touristen.

20 Minutes

a abordé le 11 février dans sa version allemande les conséquences du coronavirus pour les sites touristiques tels que Lucerne, où les rues étaient par moment totalement désertes. Selon Robert Casagrande de la société Casagrande AG, les pertes auraient même atteint 95 pour cent depuis le 1er février, ce qui correspond pratiquement à une «perte totale». À l'heure actuelle, le gouvernement chinois interdit aux citoyens de voyager en groupe aussi bien dans le pays qu'à l'extérieur à cause du virus. Chez Bucherer, on reste pragmatique: «Si la fréquentation est moins importante, nous adapterons les plans du personnel. Les personnes qui le souhaitent pourront profiter de leurs heures supplémentaires», explique Regina Schilcher, responsable RP, à la Luzerner Zeitung. André Aschwanden, porte-parole de Suisse Tourisme, s'attendait à une baisse de la fréquentation touristique d'au moins 50 pour cent dans toute la Suisse en février.

Serie Dienstleistungs-Tipp

## „Wir hauchen jedem Objekt neues Leben ein“

Wer: Galvano Studio, Zug

Was: Verkupfern, versilbern, vergolden, rhodinieren

**Gold'Or: Wer sind Sie und wie sieht Ihr Angebot im Detail aus?**

Dominik Burkart: Seit über 40 Jahren vergoldet das Galvano Studio in Zug jedes Material. Anfang 2019 bin ich zu dieser Firma gestossen und Besitzer Franz Wilhelm hat mich in die Geheimnisse seines Handwerks eingeführt. Dank eines speziellen Verfahrens können wir jedes Material elektrolytisch verkupfern, versilbern, vergolden und rhodinieren.

**Wer sind Ihre Kunden?**

Zu unseren Kunden gehören Goldschmiede, Bijoutiers und Designer, für die wir echte Schmuckstücke und Modeschmuck vergolden. Da wir alle erdenklichen Objekte aus den verschiedensten Materialien veredeln können, nehmen zudem Privatpersonen unsere Dienste in Anspruch.



Dominik Burkart



Vergoldeter Ohrschmuck.

**Was zeichnet Sie in Bezug auf Ihre Dienstleistung besonders aus?**

Metall veredeln viele. In der Schweiz sind wir jedoch die einzigen, die jedes Material vergolden, versilbern, verkupfern und rhodinieren. Ob echte Blumen, Golfbälle, Fussballschuhe, der erste Nuggi oder Langspielplatten – es gibt keinen Gegenstand, der nicht

strahlend aus dem Chemiebad gezogen werden kann. Unsere Motivation liegt darin, auf individuelle und ausgefallene Wünsche einzugehen und die Freude der Kunden zu sehen. Als kleine Firma sind wir sehr flexibel. Dank jahrzehntelangen Erfahrungen haben wir ein Auge dafür, wie man das Beste aus einem Schmuckstück herausholen und ihm neues Leben einhauchen kann. (db)

[www.galvanostudio.ch](http://www.galvanostudio.ch)

So wie dieser Türgriff kann beim Galvano Studio in Zug (fast) alles vergoldet werden.



# Rekordpreise für Palladium und Rhodium

Die Edelmetallpreise spielen verrückt. Die Kosten für Palladium und Rhodium (beide gehören zu den Platinmetallen) steuern auf Rekordwerte zu oder haben sie schon erreicht. Zu spüren bekommt das in erster Linie die Autoindustrie. Aber auch der Uhren- und Schmuckbereich ist betroffen.

In den Neunzigerjahren hat sich der Wind bei den trendigen Metallfarben im Schmuckbereich gewendet. War bis dahin vorwiegend Gelb- und Rotgold gefragt, so wollten nun alle Schmuckstücke in Weissgold oder Platin. Um Gold weiss zu machen, wird es unter anderem mit Palladium legiert und wahlweise auch noch rhodiniert. Wie Edelmetallhändler Jean-Christophe Gyr analysierte, machte der Anteil an hochwertigen, weissen Metallen (Weissgold, Platin und Palladium), die seine Firma vor rund zehn Jahren verkaufte, mehr als zwei Drittel aus. Im vergangenen Jahr ist dieser auf unter 60 Prozent gesunken.

Innerhalb der Goldlegierungen sank der Weissgold-Verkauf im Jahr 2019 auf 52,6 Prozent. 2013 waren es noch 57,2 Prozent. Umgekehrt stieg der Anteil an Farbmetall-Legierungen in der gleichen Periode von 43 auf 47,4 Prozent. Dieser Trend war im vergangenen Jahr verstärkt feststellbar. Immer mehr Schmuckhersteller verarbeiteten wegen der hohen Preise weniger palladiumhaltige Weissgoldlegierungen. Die Analyse zeigte zudem auf, dass die gesamte Menge an gelieferten Goldlegierungen in den letzten sieben Jahren um 23 Prozent gesunken ist. Als Ursachen dafür sieht Gyr die Tatsache, dass immer mehr Goldschmiede-Ateliers keine Nachfolgelösungen finden und den Trend, der schon länger in Richtung feinere und leichtere Schmuckstücke geht.

## Südafrika profitiert

Wie die Neue Zürcher Zeitung berichtete, ist der Hauptgewinner des Rummels um die weiss glänzenden Edelmetalle der Bergbau von Südafrika. Das Land ist vor Russland und Kanada mit Abstand der wichtigste Lieferant von Platin und Rhodium auf der Welt und der zweitwichtigste Palladiumproduzent. Im Gegensatz zu Rhodium fällt

Palladium nicht nur bei der Platin-, sondern auch bei der Nickelförderung als Nebenprodukt an.



Die Entwicklung des Rhodiums im den letzten zwölf Monaten.

Dass die Preise für Rhodium und Palladium so enorm steigen, steht auch in Zusammenhang mit dem Dieselskandal und den verschärften Umweltauflagen. Die beiden Edelmetalle werden vorrangig in Katalysatoren für Benzinmotoren verwendet. Platin eignet sich eher für Dieselfahrzeuge. Das zeigt sich auch am Rohstoffmarkt: Während sich die Preise für Palladium in den letzten zwölf Monaten fast verdoppelt und auf 2400 US-Dollar pro Unze stiegen, vervielfachten sich diejenigen für Rhodium auf 10'500 US-Dollar pro Unze.

Der Platinpreis legte gerade mal um 25 Prozent zu. Für Platin kommen auch aus der Schmuckindustrie wenige Impulse, vor allem aus China und Hongkong. Dies dürfte sich bei weiterhin steigenden Preisen des sehr seltenen, aber unverzichtbaren Werkstoffs Rhodium zumindest in unseren Breiten ändern. (db)



Verlobungs- und Eheringe aus mit schwarzem Rhodium beschichteten Silber, mit schwarzen Diamanten.

## FR Prix records pour le palladium et le rhodium

Les prix des métaux précieux s'envolent. Le palladium et le rhodium (tous deux des métaux du groupe du platine) se dirigent vers des valeurs records ou les ont même déjà atteintes. La branche automobile est la première à faire les frais de cette tendance. Mais les secteurs horlogers et joailliers sont également concernés. Pour rendre l'or blanc, il faut notamment l'allier à du palladium et aussi, si on le souhaite, à du rhodium. Suite à cet envol des prix, de plus en plus de créateurs de bijoux travaillent avec des alliages d'or blanc à plus faible teneur en palladium. À noter par ailleurs qu'une tendance aux métaux colorés a été constatée en 2019.

L'industrie minière d'Afrique du Sud est la grande gagnante de cette situation de hausse. Le pays est le fournisseur le plus important de platine et de rhodium, loin devant la Russie et le Canada, ainsi que le deuxième producteur de palladium au monde. Contrairement au rhodium, le palladium n'est pas seulement un produit dérivé de l'extraction du platine, mais il apparaît aussi dans le cadre de l'extraction du nickel. Si les prix du rhodium et du palladium prennent l'ascenseur, c'est aussi à cause du scandale du diesel et des conditions plus sévères sur le plan environnemental. Ces deux métaux précieux sont principalement utilisés dans les catalyseurs des moteurs à essence. Le platine convient mieux aux véhicules diesel. La situation se constate également sur le marché des matières premières: alors que les prix du palladium ont presque doublé ces douze derniers mois, atteignant 2400 dollars américains par once, la valeur du rhodium s'est multipliée pour atteindre les 10'500 dollars américains par once. Les prix du platine ont quant à eux enregistré une croissance de 25 pour cent. (db)

## Recycling-Gold mit guter Ökobilanz

Ende 2019 hat die Hochschule Pforzheim die Ergebnisse der Projektstudie „NAGold“ präsentiert, die sich mit der Ökobilanz der Goldrecycling im Vergleich zur Minengoldförderung auseinandergesetzt hat. Das Ergebnis lässt aufhorchen.

Die Hochschule Pforzheim hat Ende November eine dreijährige Studie zur Ökobilanz der Goldförderung abgeschlossen. Untersucht wurden die Ökobilanzen der Minengoldförderung (Primärgold) im Vergleich zu derjenigen bei rezykliertem Gold (Sekundärgold). Das Forschungsprojekt „NAGold – Nachhaltigkeitsaspekte der Goldgewinnung und des Goldrecyclings“ wurde von 2016 bis 2019 am Institut für Industrial Ecology (INEC) durchgeführt und stand unter der Leitung von Mario Schmidt, dem Direktor des INEC. Aktiv an der Studie beteiligt waren auch die Pforzheimer Scheideanstalten C. Hafner GmbH + Co. KG sowie die Agosi Allgemeine Gold- und Silberscheideanstalt.

### Minengold verursacht 307-mal mehr CO<sub>2</sub>

Die Ergebnisse der Studie „NAGold“ überraschen und lassen aufhorchen. So kam die Studie insbesondere zum Ergebnis, dass bei der Gewinnung von einem Kilogramm Feingold bei der Minengoldförderung (Primärgold) 16'300 Kilogramm CO<sub>2</sub> freigesetzt werden. Bei Sekundärgold ist dieser Wert um ein Vielfaches kleiner: Wird Recyclinggold aus Elektronikschrott gewonnen, fallen rund 1020 Kilogramm CO<sub>2</sub> an, also rund 16-mal weniger. Und bei Recyclinggold, das aus Altgold gewonnen wird, liegt der Wert sogar noch einmal um ein Vielfaches tiefer: Dort fallen für ein Kilogramm Feingold im Schnitt rund 53 Kilogramm CO<sub>2</sub> an: Das sind 307-mal weniger als bei der Gewinnung von Minengold (Primärgold).

Gemäss Zahlen von Alstair Hewitt (2015) sowie Thomson Reuters (2019) stammt zudem der Grossteil des Sekundärgoldes (88,4%) aus höher legierten Altgold-Quellen, während lediglich rund 11,6 Prozent des Recyclinggolds aus Elektronikschrott wieder aufbereitet wird. Mit anderen Worten ist also bei Sekundärgold in aller Regel der tiefere CO<sub>2</sub>-Wert der tatsächliche Wert. Wobei bei Schmuck ohnehin höher legiertes Sekundärgold die Basis bildet.



Rund 90 Prozent des rezyklierten Goldes wird aus hoch legiertem Altgold gewonnen und weist eine entsprechend gute Ökobilanz auf.

### Auch artisanales Minengold mit schlechter Bilanz

Weiter weist die Studie darauf hin, dass der CO<sub>2</sub>-Wert bei sogenanntem ASM-Gold, das heisst bei Gold, das aus dem artisanalen Kleinbergbau gewonnen wird, ebenfalls im Bereich des oben genannten CO<sub>2</sub>-Werts der industriellen Goldminenförderung liegt: Konkret weist die Studie nach, dass bei ASM-Gold rund 14'000 Kilogramm CO<sub>2</sub> per Kilogramm Feingold anfallen (ggg. 16'300 kg bei industriell gefördertem Gold). Das bedeutet gleichzeitig, dass die Fokussierung auf Zertifikate wie „Fairtrade“, die ja fast ausschliesslich für ASM-Gold

### Der Gold-Markt 2019: Recycling deutlich steigend

Die Nachfrage nach Gold lag 2019 bei 4355,7 Tonnen, das sind rund 1,1 Prozent weniger als im Vorjahr (4401 t). Im Schmuckbereich wurden 2107 Tonnen nachgefragt, das sind rund sechs Prozent weniger als 2018 mit 2240,2 Tonnen. Das Angebot lag im vergangenen Jahr bei gesamthaft 4776,1 Tonnen Gold, was gegenüber dem Vorjahr einem Zuwachs um 2,2 Prozent entspricht (4673 t). Die Minenproduktion war dabei erstmals seit 2008 leicht sinkend: um 1,3 Prozent von 3509,3 auf 3463,7 Tonnen. Steigend war 2019 dagegen die Rezyklierung von Altgold: Insgesamt wurden 1304 Tonnen Gold rezykliert, das sind 10,8 Prozent mehr als im Vorjahr (1176,1 t). Letztmals war 2012 mehr Gold rezykliert worden, wobei der durchschnittliche Goldpreis 2012 bei 1668 Dollar und 2019 bei 1392 Dollar pro Feinunze lag. Sollte der Goldpreis weiter so stark steigen wie in den letzten Monaten, dürften auch die Recyclingzahlen 2020 deutlich zunehmen. (mw)

verwendet werden, aus ökologischer Sicht wenig nachhaltig ist. Wie Studienleiter Mario Schmidt erklärt, wurden in diesem Rahmen auch Tests und Erhebungen direkt vor Ort bei den Minen in Südamerika (u.a. in Peru) durchgeführt.

## Minengold mit grossem Fussabdruck

Die „NAGold“-Studie weist auch darauf hin, dass die weltweite Minengoldförderung aus ökologischer Sicht horrenden Emissionen verursacht: „Aufs Jahr gerechnet verursacht die globale Goldproduktion einen „Carbon-Footprint“, der einem Sechstel der gesamten CO<sub>2</sub>-Emissionen Deutschlands entspricht“, so ein eindrücklicher Beleg der Studie.

In einem in November in Pforzheim gehaltenen Vortrag wies Mario Schmitt zudem darauf hin, dass das gesamte Gold, das aktuell in Banken weltweit gelagert wird einem Volumen von rund 73'000 Tonnen entspricht und damit ausreichen würde, um den Weltbedarf im Schmuckmarkt für die nächsten 28 Jahre zu decken. Oder noch einmal anders formuliert könnte man auf diesem Weg etwa das Zweifache der aktuellen jährlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen von ganz Deutschland einsparen.

„Minengold ist um ein Vielfaches energieintensiver als Recycling-Gold.“

## Fazit der Studie

Die „NAGold“-Studie zieht ein klares Fazit: „Gold-Recycling von höher legiertem Altgold ergibt einen Carbon-Footprint beziehungsweise einen Energiebedarf, der um mehrere Grössenordnungen unter demjenigen des Primärabbaus liegt. Die Herkunft des Goldes und die Qualität des Recyclingprozesses entscheiden darüber, wie klimafreundlich die Produktion von Gold ist. Dem Herkunftsnachweis kommt deshalb eine besondere Bedeutung zu. Verstärkter Einsatz regenerativer Energien und ‚grünen‘ Stroms kann die Klimabilanz von Recycling-Gold zudem noch weiter reduzieren“.

Marcel Weder

## FR De l'or recyclé avec un bon bilan écologique

À la fin 2019, la Haute école de Pforzheim a présenté les résultats de l'étude de projet «NAGold» qui s'est penchée sur le bilan écologique du recyclage de l'or comparé à l'extraction de l'or dans les mines. Cette étude indique que 16'300 kilogrammes de CO<sub>2</sub> sont produits pour extraire un kilogramme d'or fin dans des mines. Cette valeur est sensiblement plus basse pour l'or récupéré: lorsque l'or recyclé provient de déchets électroniques, on ne compte plus que 1020 kilogrammes de CO<sub>2</sub> environ, soit près de 16 fois moins. Et si l'on se penche sur le vieil or recyclé, cette même valeur est encore beaucoup plus basse: dans ces conditions, un kilogramme d'or fin provoque des émissions moyennes de 53 kilogrammes de CO<sub>2</sub> seulement, soit 307 fois moins qu'en cas d'extraction dans des mines. À noter ici que la majeure partie de l'or recyclé provient de vieil or fortement allié (88,4%) et que seuls 11,6 pour cent environ sont issus de déchets électroniques. L'étude «NAGold» indique par ailleurs que l'exploitation internationale des mines d'or est à l'origine d'importantes émissions. Sur une année, cette exploitation représente un sixième des émissions de CO<sub>2</sub> de toute l'Allemagne. On apprend aussi que l'or conservé actuellement dans les banques du monde entier (env. 73'000 t) serait suffisant pour couvrir les besoins internationaux du marché des bijoux pendant les 28 prochaines années. Il serait ainsi également possible d'économiser près de deux fois les émissions annuelles de CO<sub>2</sub> de toute l'Allemagne. L'étude tire une conclusion claire: «Le recyclage de l'or à partir de vieil or fortement allié est à l'origine d'une empreinte carbone, ou d'un besoin en énergie, qui évolue largement au-dessous de l'empreinte provoquée par l'extraction primaire du matériau. La provenance de l'or et la qualité du processus de recyclage sont décisifs pour déterminer si la production d'or est respectueuse de l'environnement. Le certificat d'origine revêt donc une importance toute particulière.» (mw)

Finanzierung  
Financement

Schulung  
Formation

Service  
Entretien

Vertrieb  
Vente

GRS-Generaervertretung für Europa, Russland & Nordafrika  
Distributeur général GRS pour Europe, Russie & Afrique du Nord

Fournitures  
Apprêts

3D Rapid Prototyping  
3D Prototypage Rapide

Schweiss- & Gravierlaser  
Laser de Soudage et Marquage

Werkzeuge & Maschinen  
Outils & Machines

10 aus 14'000 Artikeln  
10 de 14'000 produits



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

# Who

Swatch Group, Biel, erzielte im Geschäftsjahr 2019 einen Umsatz von 8,243 Millionen Schweizer Franken. Das sind 2,7 Prozent weniger als im Vorjahr. Der Konzerngewinn lag mit 748 Millionen Franken um 13,7 Prozent tiefer als 2018. Die Baisse schreibt die Swatch Group hauptsächlich dem rückläufigen Ergebnis in Hongkong zu, einem Markt, von dem man in den letzten Jahren kräftig profitiert hatte. Gleichzeitig reduzierte der gegenüber dem Dollar und dem Euro starke Schweizer Franken das Ergebnis um rund 80 Millionen Franken. Abgesehen von Hongkong seien im zweiten Halbjahr alle Märkte wachsend gewesen, so der Bieler Konzern. 2019 reduzierte sich der Personalbestand weltweit zudem um etwa 1000 Mitarbeiter auf rund 36'100 Personen.

## Le Swatch Group, Bienne

a réalisé un chiffre d'affaire de 8,243 milliards de francs suisses lors de son exercice 2019, soit 2,7 pour cent de moins que l'année précédente. Le bénéfice du groupe a enregistré une baisse de 13,7 pour cent par rapport à 2018 pour s'élever à 748 millions de francs. Swatch Group attribue principalement cette baisse au recul des résultats à Hong Kong, un marché dont on a énormément profité ces dernières années. La force du franc suisse face au dollar et à l'euro a également pesé sur le résultat à hauteur de 80 millions de francs environ. Selon le groupe biennois, tous les marchés auraient enregistré une croissance au cours du deuxième semestre, à l'exception de Hong Kong. En 2019, le personnel a par ailleurs diminué d'environ 1000 collaborateurs à 36'100 personnes dans le monde entier.

## Strategy Analytics, Boston (USA),

schätzt, dass Apple 2019 weltweit 31 Millionen Apple-Uhren verkauft habe, was einem Zuwachs um 36 Prozent entspricht – punkto Stückzahl und punkto Umsatz. Das sind mehr Uhren als die gesamte Schweizer Uhrenindustrie zusammen: 2019 waren es nur noch 20,6 Millionen beziehungsweise 3,1 Millionen weniger als 2018. Es wäre zweifelsohne interessant zu hören, was führende Schweizer Uhrenmanager wie Nick Hayek oder Georges Kern zum Erfolg der Apple Watch sagen, und warum es Schweizer Herstellern bislang nicht in den Sinn gekommen ist, etwas Vergleichbares zu lancieren. Bei Tissot heisst es seit 2015, man wolle demnächst ein valables Produkt für den Markt entwickeln. Weder im Lifestyle-Bereich noch im „Connected“-Sektor ist die Schweiz ernsthaft vertreten.

## Strategy Analytics, Boston (USA)

estime qu'Apple aurait vendu 31 millions d'Apple Watch dans le monde entier en 2019, enregistrant ainsi une croissance de 36% (aussi bien au niveau du nombre de pièces vendues que du chiffre d'affaires). Ce chiffre dépasse la totalité des ventes de l'industrie horlogère suisse: seules 20,6 millions d'unités ont en effet été vendues en 2019, soit 3,1 millions de moins qu'en 2018! Il serait sans doute intéressant d'entendre ce que pensent les grands directeurs horlogers suisses, tels que Nick Hayek ou Georges Kern, du succès de l'Apple Watch et pourquoi les fabricants suisses n'ont jamais pensé à lancer jusqu'à présent un produit semblable. Chez Tissot, on déclare depuis 2015 que l'on souhaite bientôt développer un produit valable pour le marché. La Suisse ne bénéficie d'aucune représentation digne de ce nom dans le secteur «lifestyle» ou dans le secteur «connected».

# „Wir sollten versuchen, das bereits Erreichte weiter auszubauen“

Mark Pieth hat im Juli das Buch „Goldwäsche“ veröffentlicht, das die Gold-Minenproduktion und die Lieferkette bis zum Konsumenten kritisch beleuchtet. Die Resonanz seitens der Industrie war positiv. Ein Gespräch über den Inhalt und die Reaktionen zum Buch.

## **Gold'Or: Mark Pieth, Ihr Buch „Goldwäsche“ ist im Juli 2019 erschienen. Welche Reaktionen gab es bis anhin?**

Mark Pieth: Es gab viele positive Rückmeldungen von verschiedenen Seiten, von Konsumentenseite genauso wie von der Industrie. Die LBMA (London Bullion Market Association) hat mich für einen Vortrag an ihre Jahrestagung eingeladen und auch das Seco lud mich zu einem Vortrag an eine Gold-Tagung ein. Insgesamt waren die Reaktionen also positiv, obwohl ich die Branche ja nicht gerade freundlich beleuchtete. All dies hat mich dazu veranlasst, am 8. Mai den „Basel Gold Day“ zu veranstalten, wo die Konsumentenperspektive im Zentrum stehen wird. Vertreter der LBMA genauso wie zwei grosse Schweizer Raffinerien werden kommen, ebenso diverse Schweizer Banken, die sauberes Gold verkaufen wollen, sowie viele weitere Zulieferer und nicht zuletzt Schweizer Goldschmiede und Juweliere.



Mark Pieth ist Ordinarius für Strafrecht an der Universität Basel.

## **Gab es auch überraschende Reaktionen?**

Ein ehemaliger Basler Chefarzt machte mich auf ein in der Öffentlichkeit kaum bekanntes Problem aufmerksam. So sind beispielsweise Abraumhalden ehemaliger Minen in Südafrika teils schwer radioaktiv, weil bei den Minenarbeiten Uran aus dem Erdreich nach oben befördert wurde, das jetzt einfach in der Stadt liegt. Da spielen Kinder drauf, während das Krebsrisiko überdurchschnittlich hoch ist.

## **Wo sehen Sie persönlich die dringendsten Probleme der Goldförderung?**

Aus der Perspektive der Lieferkette und der Raffinerien ist es wichtig, dass sie genau wissen, woher das Gold kommt. Und aus der Perspektive der Minenförderung ist es wichtig, vor Ort die sauberen Produzenten zu stärken. Denn diese Gruppe ist nach wie vor klein und bedient einen Nischenmarkt.

## **Wie wichtig sind Zertifikate wie „Fairmined“ oder „Fairtrade“?**

Im Grundsatz sind sie gut, aber nicht in jedem Fall praxistauglich. Als Beispiel: Für eine quecksilberfreie Goldgewinnung braucht es die entsprechende Infrastruktur, diese muss ich zuerst finanzieren, wenn mir aber in der Zwischenzeit die Arbeiter weglaufen, weil die Produktion stillsteht, ist niemandem geholfen. Es bräuchte wohl ein Modell der Vorfinanzierung, etwa dass mittels der Zertifikate eine Abnahmegarantie eingeführt wird.

## **Wie glaubwürdig sind diese Zertifikate?**

Vielleicht haben wir als Konsumenten übertriebene Ansprüche. Ökologische Aspekte wie Quecksilberfreiheit werden durch die Zertifikate aktuell ja nicht berücksichtigt. Oder auch wenn gewisse Marken sich die Zertifikate auf die Fahnen schreiben, ist das nicht immer glaubwürdig, weil die benötigten Mengen gar nicht gegeben sind. Generell sollten wir die Zertifikate aber nicht zu sehr kritisieren, sondern versuchen, auf die guten Punkte zu fokussieren. Wir sollten diesen kleinen Zweig unterstützen und dafür sorgen, dass er grösser wird.

## **China, der weltgrösste Goldproduzent, kommt in ihrem Buch kaum vor, warum?**

Das ist tatsächlich ein Problem. China erfüllt zwar offiziell die OECD-Richtlinien, diese sind aber eher „soft law“. Wobei man auch sagen muss, dass man in China nie genau

weiss, was es bedeutet, wenn etwas staatlich reguliert wird. Aber ich muss gestehen, dass ich die Produktionssituation in China nicht kenne. Hier besteht sicher Nachholbedarf, zumal ja viel chinesisches Gold auch in der Schweiz raffiniert wird.

**Auch Recyclinggold ist in ihrem Buch kein Kernthema.**

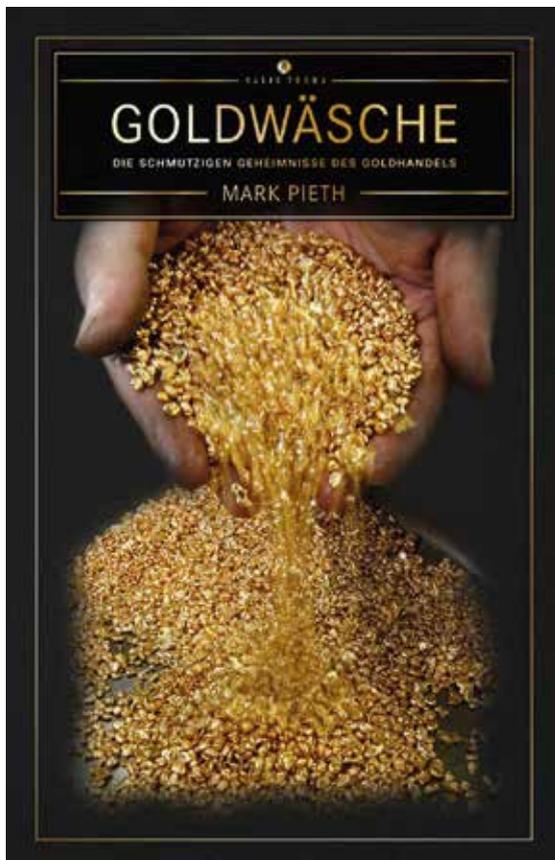
Ich habe mich vor allem auf die Minenförderung und die Lieferketten konzentriert. Aber die Wiederaufbereitung ist natürlich ein wichtiger Aspekt, wenn rund ein Viertel bis ein Drittel der jährlichen Goldproduktion aus Recyclingquellen stammt. Bei Recyclinggold haben wir zwar das Problem, dass die ursprünglichen, teils sehr schwierigen Herkunftsbedingungen nicht bekannt sind. Aber dieses Gold ist nun einmal da, und da macht es mehr Sinn, dieses bestehende Gold zu verwenden als unter schwierigen Bedingungen neues zu fördern.

**Welches Minengold bewerten Sie als das „sauberste“?**

Aufgrund meiner Erfahrungen vor Ort in Südafrika und Südamerika ist die Mine Oro Puno in Ananea ein Musterbeispiel. Ananea liegt in einer Schwemmebene in Peru und die Mine arbeitet ohne Quecksilber. Wenn solche Betriebe wirtschaftlich arbeiten können, ist das unterstützenswert.

**Sie kritisieren in Ihrem Buch die unabhängigen Revisionsgesellschaften, die die Raffinerien kontrollieren und zertifizieren sollen, stark.**

Raffinieren lassen sich durch die Prüfungsgesellschaften, die sogenannten „Auditors“ freiwillig und auf unabhängiger Basis zertifizieren. Zu diesem Punkt sagt die OECD mit Recht, diese Gesellschaften seien nicht auf der Höhe ihrer Aufgabe und erfüllten diese nur



Das Buch „Goldwäsche“ von Mark Pieth ist 2019 im Salis Verlag erschienen.

ungenügend. Weil diese ungenügend arbeiten, wird das gesamte System der Selbstregulierung in Frage gestellt. Interessant dabei ist, dass neben der LBMA, die die Regulierungen fordert, auch die Raffinerien selbst sich darüber ärgern, dass die „Auditors“ nicht besser arbeiten und sie nicht besser kontrollieren.

**Woher muss der Druck dann kommen?**

Ähnlich wie im Bankenwesen muss man diesen Revisionsgesellschaften mehr abverlangen. Im Bankenwesen gibt es zertifizierte Revisionsgesellschaften, die die Banken im Auftrag der Finma kontrollieren dürfen. Solche Anforderungen sollten im Goldsektor ebenfalls eingeführt werden, zumal es ja die gleichen Gesellschaften sind, die auch den Goldhandel überprüfen. Die vier grossen Audit-Firmen in der Schweiz haben aber insgesamt nur vier Personen, die sich um die Gold-Zertifizierungen kümmern. Das muss man sich vorstellen: Wir haben vier grosse Raffinerien in der Schweiz, die etwa 70 Prozent der weltweiten Goldproduktion verarbeiten und jeweils vier Einzelpersonen, die für die Prüfung dieses ganzen Systems zuständig sind. Das kann nicht funktionieren.

**Und worauf könnte das hinauslaufen?**

Es ist auch in diesem Fall so, dass am Ende irgendjemand Schuld sein muss, dass es nicht funktioniert. In den internationalen Gremien werden die „Auditors“ derzeit jedenfalls sehr stark kritisiert. Insofern besteht in diese Richtung jetzt schon Druck, denn die aktuelle Situation ist für alle unbefriedigend und eher schädlich.

Marcel Weder

[www.pieth.ch](http://www.pieth.ch)



**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](http://www.diamondservices.ch)

Valérie Schüpbach • Cossonay • 021 863 20 65  
[www.mdf-bis.com](http://www.mdf-bis.com)

# „Edelmetalle werten meine Kollektionen auf“

Von der Schweizer Pop-Art-Bewegung der 60er-Jahre inspiriert, lancierte die Bieler Designerin Veronica Antonucci im August 2018 eine Ohrhring-Kollektion, die kurz darauf in verschiedenen nationalen und internationalen Magazinen präsentiert wurde. Der leichtgewichtige und minimalistische Schmuck wird aus Industrie-Acrylresten hergestellt und ist somit ein Upcycling-Projekt.

## **Gold'Or: Veronica Antonucci, ist die Welt noch zu retten?**

Veronica Antonucci: Hoffentlich. Meiner Meinung nach steht der Respekt im Zentrum. Wir müssen uns gegenseitig respektieren und achtsam mit unserer Umwelt umgehen. Dazu gehört auch die Bereitschaft zum Verzicht. Ich denke, wenn wir ab und zu ein Stück Fleisch weniger essen und auf einen Städteflug verzichten, den wir sowieso nur buchen würden, weil er kaum noch was kostet, dann machen wir nichts falsch.

## **Wie sind Sie darauf gekommen, die Marke Vanto zu gründen?**

In einer Ausschreibung der Berner Zeitschrift „MIS MAGAZIN“ wurden Designer gesucht, die Produkte in schwarz-weiß, mit geometrischen Formen herstellen. Also habe ich Ohrhänger entworfen und eingeschickt. Diese sind auf positives Echo gestossen und ich musste innert kürzester Zeit eine kleine Kollektion fertigen. Fürs Goldschmieden hätte es nicht gereicht. Ich wusste, dass Acrylglas gut mit Lasercutter verarbeitet werden kann. Also liess ich mir diese Technik zeigen und schickte das Resultat ein. Für mich war das Ganze ein einmaliges Projekt, nichts anderes. Niemals hätte ich gedacht, dass ich eine Firma gründen werde und daraus eine so grosse Sache wird.

## **Das hat doch sicher auch mit dem perfekten Zeitpunkt zu tun?**

Auf jeden Fall. Die Umwelt war mir aber schon immer wichtig und auf geeignete Materialien habe ich bereits in meinem Studium als Modedesignerin geachtet. Aber dass meine Idee so gut ankommt, hat sicher auch damit zu tun, dass Nachhaltigkeit nun in aller Munde ist.

## **Welche Materialien verarbeiten Sie neben Acrylabfällen?**

Mir ist wichtig, dass meine ganzen Kreationen aus Re- und Upcycling-Materialien stammen. Neben dem Industrieacryl arbeite ich mit Oekogold, rezykliertem Silber und Acetatabfällen aus Brillenproduktionen. Ich mag die Kombination mit den Edelmetallen, diese werten meine Kollektionen auf. Ich liebe auch das Handwerk und die Techniken, die dahinterstecken.



Veronica Antonucci ist mit ihrer jungen Schmuckmarke Vanto auf Erfolgskurs.

## **Wie und wo werden Ihre Kollektionen hergestellt?**

Teilweise im Atelier bei mir in Biel und teilweise in der Stiftung Dammweg, die Menschen mit Behinderungen beschäftigt. Vieles passiert in Handarbeit aber auch moderne Technologien wie Lasercutter und Zeichnungen am Computer gehören dazu. Künftig wird auch der 3D-Druck ein Thema sein.

## **Wie läuft der Vertrieb?**

Ich bin ganz zufrieden. Mein Auftritt an der Ornaris war erfolgreich. Neben den fünf Geschäften in der Schweiz und drei in Holland und Deutschland, die ich vorher schon beliefern durfte, kamen ein paar neue dazu, die meine Kollektionen unter dem Label „Vanto“ verkaufen. Ich bin nun glücklicherweise auf dem Weg, mir bald einen anständigen Lohn auszahlen zu können.

## **Was sind Ihre jüngsten Projekte?**

Soeben durfte ich für das Modelabel Mourjian die Accessoires für die Laufstegshow an der Mode Suisse im Zürcher Hauptbahnhof herstellen.

## **Sie haben es schon in die verschiedensten nationalen und internationalen Magazine wie die British Vogue, Harper's Bazaar, in die NZZ-Beilage Stil oder in die Freundin geschafft. Wie ist das gelungen?**

Durch Instagram. Dort hat die Redaktion der Vogue mich entdeckt. Nach diesem Auftritt kamen die Journalisten von Harpers. Die NZZ berichtete über meine Marke, weil eine ihrer Redakteurinnen an einer Modeschau in Basel neben der Chefredakteurin von „MIS MAGAZIN“ sass, die an diesem Anlass meine Ohrhinge getragen hat. So ergibt die eine Begegnung die andere, oft zufällig. Ich zeige meine Produkte auch an Messen und Designerwochen im Ausland, wie beispielsweise Milano, Eindhoven oder Helsinki. Geschäftsbeziehungen mit ausländischen Läden aufzubauen, ist wegen der Zollbestimmungen nicht ganz einfach. Da wünsche ich mir manchmal, im EU-Raum zu leben.

## **Was ist wichtiger, Social Media oder Printmedien?**

Es braucht beides. Mit Social Media spricht man vermehrt die ganz Jungen an und eben auch Redaktionen von Lifestyle-Magazinen. Eine gut gestaltete Webseite kann ebenfalls hilfreich sein. Aber was im Print über mich erscheint, ist von grösserer Bedeutung. Dort treffe ich auf ein Publikum, das sich meine Stücke made in Switzerland auch leisten kann.

## **Was sind die nächsten Schritte, um unsere Welt zu retten?**

Bewusster konsumieren. Damit kann jeder heute schon beginnen. Wir müssen uns erkundigen, woher die Konsumgüter kommen und wie sie hergestellt wurden. Es tut gut zu sehen, dass sich vor allem auch die Jugend Gedanken macht. Sie sind schliesslich die Zukunft. Ich will nicht schwarzmalen aber wenn wir unser Verhalten nicht sofort ändern, werden wir früher oder später wohl dazu gezwungen.

Daniela Bellandi

[www.vanto.ch](http://www.vanto.ch)



Eine freche Marketingstrategie passt zu ihrem Label.



Organische Formen prägen die Ohrhänger aus Acrylresten von Vanto.



Oekogold.  
Umweltschonend. Nachhaltig. Fair.

Or écologique.  
Écologique. Durable. Équitable.

 OEKOGOLD

CO<sub>2</sub>-Freisetzung für 1kg Feingoldbarren\*  
Emission de CO<sub>2</sub> pour un lingot d'or fin de 1kg\*

\*Quelle: Studie „Nachhaltigkeitsaspekte der Goldgewinnung und des Goldrecyclings und Lehren für ein umfangreiches Metallrecycling“  
Institute for Industrial Ecology in Pforzheim – November 2019.

\*Source: Etude „Aspects de durabilité de l'extraction de l'or et du recyclage de l'or et leçons pour un recyclage complet des métaux“  
Institut pour l'écologie industrielle à Pforzheim – Novembre 2019.

12'000 –  
16'000 kg

Minen-Gold  
Or minière

53 kg

Recycling-Gold  
Or de recyclage

# Who

## Nick Hayek

soll laut der Westschweizer Ausgabe von „20 Minuten“ von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Swatch Group auf Social-Media-Kanälen für seinen Zigarrenkonsum während der Arbeit und in den Büroräumlichkeiten kritisiert worden sein. „In der Seedorstadt raucht er seine Zigarre im ganzen Gebäude. Das ist ein Angriff auf die Gesundheit Anderer“. Hayek kanzelte den 20-Minuten-Beitrag als Fasnachtsscherz ab und liess via Medienreplik ausrichten, dass das Thema angesichts grosser Probleme wie Coronavirus, Klimaveränderung, Frankenstärke oder die Spannungen im Mittleren Osten ein „von der Fasnacht inspirierter Zirkus“ sei. Diese Rückmeldung liess er von einer Karikatur begleiten, die anlässlich der Basler Fasnacht entstanden ist und das Konterfei Hayeks sowie einen „Stinkefinger“ zeigt. Immerhin, so dürfen sich die Klagenden trösten, ist Nick Hayeks Tabak zweifellos von guter Qualität; oder anders formuliert: er könnte ja auch Pfeife rauchen.

## Nick Hayek

aurait, selon le «20 minutes», été critiqué par ses collaboratrices et collaborateurs de Swatch Group via les réseaux sociaux au sujet de sa consommation de cigares au sein de l'entreprise et dans les bureaux. «Au Faubourg du Lac, il fume son cigare dans tout le bâtiment. C'est une atteinte à la santé d'autrui.» Nick Hayek a critiqué l'article du 20 minutes et a fait savoir via son service de presse qu'il s'agissait là d'une «galéjade inspirée de la période de carnaval, vu les vrais problèmes qui agitent le monde, comme le coronavirus, les changements climatiques, le franc suisse extrêmement fort et les tensions au Moyen-Orient». Cette communication était accompagnée d'une caricature extraite du carnaval bâlois: un portrait de Hayek exhibant son majeur. Il n'empêche que les plaignants peuvent se reconforter en se disant que le tabac de Nick Hayek est sans doute de bonne qualité. Ou pour le dire autrement, il pourrait très bien fumer la pipe.

## Chopard, Genf,

ist offizielle Schmuckausstatterin des neuen Bond-Streifens No Time to Die. Ana de Armas, die im Film Bonds Agenten-Partnerin Paloma spielt, wird im Film Modelle der Kollektion „Green Carpet“ tragen, konkret ein Collier, ein Armband und Ohringe, jeweils besetzt mit tropfenförmigen Diamanten mit gesamthaft jeweils 43, 82 sowie 14 Carat. Die Green Carpet-Collection ist im Übrigen die erste Chopard-Kollektion, die vollständig mit nachhaltigen Materialien gefertigt wurde, weshalb die Partnerschaft besser nicht sein könnte: Genauso wie James Bond hat sich auch Chopard augenscheinlich auf die Fahnen geschrieben, den Planeten zu retten.

## Chopard, Genève,

est le partenaire joaillier officiel du nouveau film de James Bond «No Time to Die». Ana de Armas, qui joue le rôle de Paloma, l'agente partenaire de Bond, portera dans le film des bijoux de la collection «Green Carpet», et plus précisément un collier, un bracelet et des boucles d'oreilles, tous sertis de diamants taille poire avec un total de 43, 82 et 14 carats. À noter que la collection Green Carpet est la première collection de Chopard à avoir été intégralement réalisée avec des matériaux durables. Le partenariat ne pouvait donc mieux tomber: tout comme James Bond, Chopard s'est apparemment aussi donné pour mission de sauver la planète.

# Das digitale Tagebuch

Vor einem Jahr hat Gübelin in Tucson die Provenance Proof Blockchain präsentiert. Der Leiter des gemmologischen Labors erklärt, was es mit dem digitalen Tagebuch auf sich hat, wer es nutzt und ob es nachhaltig ist.

## **Gold'Or: Daniel Nyfeler, was macht die Provenance Proof Blockchain von Gübelin genau?**

Daniel Nyfeler: Sie ist ein digitales Tagebuch, in dem jeder Schritt im „Leben“ eines Edelsteins durch den jeweiligen Besitzer dokumentiert wird. Die Geschichte beginnt idealerweise in der Mine. Beim Verkauf des Steins wird auch das Tagebuch an den neuen Besitzer weitergegeben. Dieser beschreibt die weiteren Schritte, wie zum Beispiel das Schleifen. So wandert das Tagebuch zusammen mit dem Stein die Wertschöpfungskette entlang bis zum Juwelier, und schliesslich zum Endkunden.

## **2019 haben Sie die Plattform in Tucson präsentiert und eröffnet. Was ist in diesem Jahr passiert?**

Bis heute haben sich rund 170 Firmen registriert. Diese können somit ihre Steine in die Blockchain laden und an andere registrierte Käufer weiterreichen. Rund 110 dieser Kunden haben ihren Namen im Provenance Proof Billboard öffentlich sichtbar gemacht. Wer also rückverfolgbare Edelsteine sucht, der findet dort Namen von Mineuren, Schleifern, Händlern und Juwelieren, die potenziell solche in ihrem Inventar haben. Mittlerweise haben diese Nutzer mehrere tausend Steine in die Blockchain geladen – die ersten haben den Fachhandel bereits erreicht und sind somit für den Endkonsumenten erhältlich.

## **Wer kann die Provenance Proof Blockchain nutzen?**

Alle Stakeholder in der Edelsteinindustrie, egal ob grosse Firma oder kleiner Einmannbetrieb. Es braucht lediglich ein Smartphone, eine E-Mail-Adresse sowie die Bereitschaft, sich zu identifizieren und für seine Steine und deren Hintergrund einzustehen.

## **Garantiert die Provenance Proof Blockchain, dass der Abbau der Steine nachhaltig ist?**

Die Provenance Proof Blockchain bringt Transparenz in die Wertschöpfungskette, das heisst sie zeigt den Ort und Zeitpunkt aller Transaktionen, und sie erlaubt den jeweiligen Besitzern, den Stein, sich selbst und die Firma in der Blockchain zu beschreiben. Ob dies dann als nachhaltig gelten kann, muss der Käufer des Steins beurteilen. Die Blockchain prüft nur die Integrität der Daten, nicht aber deren Wahrheitsgehalt oder die Nachhaltigkeit.

## **Weshalb soll ich diese Plattform trotzdem nutzen?**

Erstens weil sie hilft, die Erwartungen des Kunden bezüglich Transparenz zu befriedigen; zweitens weil sie einen grossen Fundus an glaubwürdigen Daten und Bildern aus erster Hand liefert, die ein auf den Kunden, die Marke und den einzelnen Stein massgeschneidertes Storytelling ermöglicht; drittens, weil die Nutzung der Provenance Proof Blockchain kostenlos ist; viertens, weil sie einfach zu „füttern“ und zu lesen ist, und in nicht allzu ferner Zukunft helfen wird, externe Parteien wie Versicherungen, Zollbehörden, Banken und Regulatoren (Bsp. RJC) rasch und einfach mit den jeweils gewünschten Daten zu versorgen; fünftens, weil es die einzige Lösung ist, die der ganzen Industrie zur Verfügung steht; sechstens, weil sie funktioniert. (twf)

[www.provenanceproof.io](http://www.provenanceproof.io)



Der Leiter des gemmologischen Labors von Gübelin, Daniel Nyfeler, erklärt, was es mit dem digitalen Tagebuch auf sich hat.

# Schmucke Stücke aus rezykliertem Gold

Immer mehr Konsumenten wollen wissen, woher das Gold in ihren Schmuckstücken kommt. Eine Alternative zum aktuellen Abbau in den Minen bietet das Label Oekogold, das neue Legierungen aus Altgold auf den Markt bringt. Zahlreiche Schweizer Goldschmiede stellen ihre schmucken Stücke daher aus diesem Gold her. Hier eine kleine Auswahl.



Ohrhänger in Blätterform in Gelbgold von Christin Weber von der Goldschmiede Spalenberg in Basel.

Damenring in Weissgold mit einem Rubin aus Burma (1.372 ct) und 62 Brillanten von David Rust, Bolli Goldschmied, St. Gallen.



Gelbgoldring mit einem Prehnit oval (36,9 ct) und 29 gelben Safiren vom DS Schmuckkultur in Bern.



Eheringe in Weiss- und Rotgold mit Brillanten von Shanti Sandmeyer, Atelier Comish in Rapperswil-Jona.

Halsketten in Gelb-, Rot- und Weissgold mit drehbaren Anhängern aus dem Atelier Geissbühler in Konolfingen. Auf Wunsch können die beiden Seiten in verschiedenen Goldfarben gefertigt werden.



Ohrclips in Gelbgold mit Diamantnavetten von Ueli Häfeli von der Häfeli-Goldschmitte in Flawil.

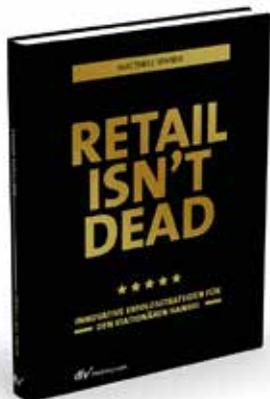


Ringe mit naturfarbenen Diamanten im Rosenschliff in Rot- Weiss- und Gelbgold vom Goldschmiedeatelier Maria Lutz in Bern.

# Who

Matthias Spanke,

hat im Deutschen Fachverlag ein Buch mit dem Titel „Retail isn't dead“ zu „innovativen Erfolgsstrategien für den stationären Handel“ publiziert. In seinem 176 Seiten umfassenden Werk präsentiert Spanke 15 innovative Strategien, mittels denen Einzelhändler in der digitalen Zeit erfolgreich arbeiten und auch in Zukunft erfolgreich sein werden. Dazu gehören neueste In-Store-Technologien, Methoden zur Entwicklung innovativer Markenerlebnisse, Nachhaltigkeit als Einzelhandelsstrategie und smarte Adaptionen von Vorteilen des Online-Shoppings. Der offizielle Schweizer Verkaufspreis liegt bei 94 Franken.



Das Buch „Retail isn't dead“ von Matthias Spanke ist soeben erschienen. / Fraîchement sorti de presse: «Retail isn't dead» de Matthias Spanke. Le livre existe en anglais et en allemand.

## Matthias Spanke

a publié chez Deutscher Fachverlag un livre intitulé «Retail isn't dead» qui se penche sur les stratégies de succès novatrices du commerce stationnaire. Dans cet ouvrage de 176 pages, M. Spanke présente 15 stratégies novatrices auxquelles recourent des commerçants de détail avec succès en cette ère numérique et qui sont parées pour l'avenir. Il s'agit notamment des dernières technologies in-store, des méthodes de développement permettant de proposer des expériences de marques novatrices, de la durabilité en tant que stratégie du commerce de détail et des adaptations intelligentes des avantages du shopping en ligne. Le prix de vente officiel de ce livre est de 94 francs en Suisse.

## Andreas Altmann

ist von einer unabhängigen Jury zum „Bieler des Jahres 2019“ gewählt worden. Der Gründer und Inhaber der Edelmetallgiesserei Altmann Casting ist auch Gründer der Unternehmensplattform „Watch City“, die für viele Sportvereine „zum überlebenswichtigen Donator geworden ist“, wie die Zeitung „Biel Bienne“ schreibt. Wir gratulieren Andreas Altmann herzlich für diese Auszeichnung.

## Andreas Altmann

a été élu «Biennois de l'année 2019» par un jury indépendant. Le fondateur et propriétaire de la fonderie de métaux précieux Altmann Casting a aussi fondé la plate-forme d'entreprises «Watch City» qui, selon le journal «Biel Bienne», «est devenue un donateur vital» pour de nombreuses associations sportives. Nous félicitons cordialement Andreas Altmann pour cette distinction.

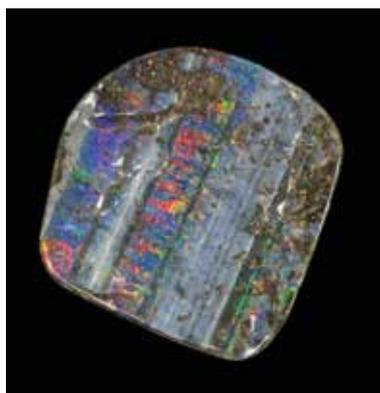
# Fairtrade-Sonderschau bei Siber+Siber

Der faire Handel von Lebensmitteln und Gebrauchsgütern aus Entwicklungsländern beginnt langsam Fuss zu fassen. In Afrika, Asien, Zentral- und Südamerika sind in den letzten Jahren auch für edle Steine Projekte ins Leben gerufen worden. Von 21. bis 28. März stellt Siber+Siber an der Spiegelgasse 9 in der Zürcher Altstadt eine Auswahl davon vor.

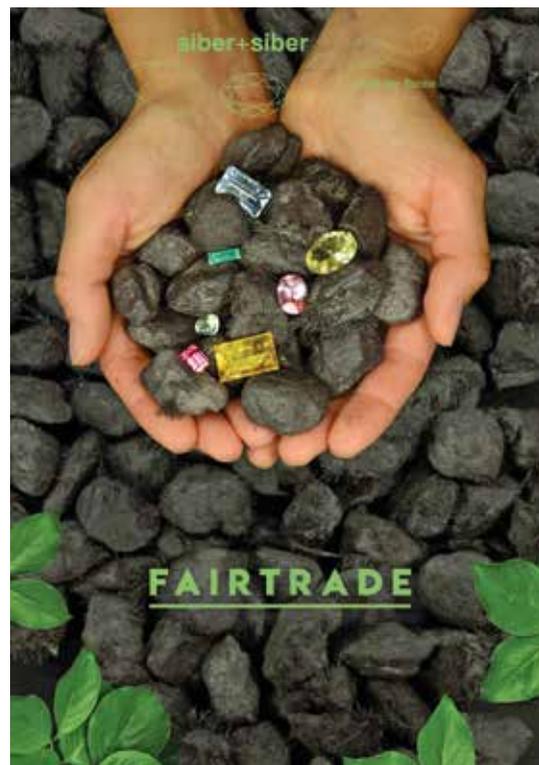
**Beryll und Turmalin aus Brasilien:** In einem Familienbetrieb in Governador Valadares, Minas Gerais, werden verschiedenfarbige Beryll (Morganit, Aquamarin und Goldberyll) und Turmaline gefördert und verarbeitet.

**Edelopal aus Honduras:** Die farbig funkelnenden Edelopale aus Honduras sind das Resultat eines Fairtrade-Projektes, dessen Anfänge schon zehn Jahre zurückliegen.

**Diamanten aus Botswana:** Die Diamant-Gewinnung in Botswana ist eine afrikanische Erfolgsgeschichte. Der Reichtum durch die Förderung und den Verkauf von Diamanten kommt hier tatsächlich auch der Bevölkerung zugute. Das Land weist eines der höchsten Lohnniveaus in Afrika auf.



Edelopal aus Honduras.



**Smaragd aus Äthiopien:** Ein Förderprojekt, das erst vor kurzem ins Leben gerufen wurde, dreht sich um die neu entdeckten Smaragde Äthiopiens. Das Ziel ist besseres Know-how beim Abbau und bei der Verarbeitung, so dass mehr Wertschöpfung vor Ort bleiben kann.

**Edelsteine aus Ostafrika:** Die farbigen, funkelnenden Edelsteine sind das Resultat eines Projekts mit der „Tanzania Women Miners Association“ im Hintergrund, das von Frauen für Frauen ins Leben gerufen wurde und vor Ort gerechteren Edelsteinabbau und -handel fördert.

**Rutilquarz aus Brasilien:** In Remedios, einem Dorf in Bahia, im Südosten des Landes, hat sich eine Kooperative gebildet, um Rutil- und Phantomquarz aus der Gegend unter nachhaltigen Bedingungen zu fördern und zu verarbeiten.

**Verschiedene Schleifereien:** Aus China und Madagaskar werden Schleifereien und deren Arbeiten vorgestellt, die überdurchschnittlich faire Arbeitsbedingungen bieten. (red.)

[www.siber-siber.ch](http://www.siber-siber.ch)

Diamanten aus Botswana.



Wassner

## Label für nachhaltigen Schmuck

Der Name Wassner steht für klassischen Gold- und Diamant-schmuck von hoher Qualität. Neben Traditionellem und Bewährtem haben die Verantwortlichen auch ein Gespür für Trends. So reagierte die Firma mit Sitz in Thalwil auf die Themen Nachhaltigkeit und fairer Handel: Ein grosser Teil des Sortiments trägt das Label „Green Gold by Wassner“. Diese Schmuckstücke sind aus COC-zertifiziertem Gold gefertigt, das entlang der gesamten Wertschöpfungskette durch den Responsible Jewellery Council (RJC) zertifiziert wird.

## Label pour les bijoux durables

De longue date, le nom Wassner est étroitement associé à des bijoux en or et en diamants de haute qualité. Toutefois, les responsables de l'entreprise ne misent pas uniquement sur des produits éprouvés, ils ont également pris position sur les thèmes du développement durable et du commerce équitable: une grande part de l'assortiment porte le label «Green Gold by Wassner». Ces bijoux sont fabriqués en or certifié COC. Leur traçabilité est assurée du RJC tout au long de la chaîne de création de valeur, depuis la mine jusqu'au client final.



Zur Kennzeichnung der Schmuckstücke hat Wassner ein eigenes Label entwickelt.

Afin de distinguer les bijoux, la Maison Wassner a développé son propre logo.

# Focus 3/20

An dieser Stelle mussten wir kurzfristig die Vorschau zum „**FOCUS BASELWORLD**“ streichen. Die Uhren- und Schmuck-Neuheiten 2020 werden Sie, liebe Leserinnen und Leser, in der nächsten Gold'Or natürlich trotzdem finden!

Nous avons dû abandonner le dossier «**FOCUS BASELWORLD**» au dernier moment. Néanmoins, vous trouverez, chères lectrices et chers lecteurs, les nouveautés horlogères et joaillières de 2020 dans le prochain numéro de Gold'Or!



  
**SM SERTISSAGE**  
Qualität und Zuverlässigkeit muss nicht teuer sein.

Es gibt ein neues Edelsteinfasser Atelier im Kanton Tessin.  
SM Sertissage kann Ihre neue Adresse für hochwertige Fassungen sein.

Kontakt für eine unverbindliche gratis Probe:  
SM SERTISSAGE di Stefano Mantelli  
Via Cantonale, 26 • casella postale 694 • 6855 Stabio • Svizzera TI  
+41 (0)79 842 95 70 • smsertissage@gmail.com

# Who

Louis Moinet, St-Blaise, hat beim German Design Award den ersten Preis errungen. Gewonnen hat die Marke den Preis in der Kategorie „Excellent Product Design – Luxury Goods“ mit ihrem auf 28 Exemplare limitierten Modell „Memoris Titanium“. Bereits Ende 2019 ist Jean-Marie Schaller, der Inhaber und Gründer der Marke Louis Moinet, anlässlich des Salon Exceptional Watches (SEW) in Prag, an dem rund 44 ausgesuchte Marken teilnahmen, mit dem „Horological Creativity Contribution Prize“ ausgezeichnet worden.



Die Titanium Memoris von Louis Moinet wurde mit dem German Design Award ausgezeichnet. / La montre Memoris Titanium de Louis Moinet a été distinguée lors du German Design Award.

## Louis Moinet, St-Blaise

a remporté le premier prix du German Design Award. La marque a reçu cette distinction dans la catégorie «Excellent Product Design – Luxury Goods» avec son modèle «Memoris Titanium» en édition limitée à 28 exemplaires. À la fin 2019, Jean-Marie Schaller, propriétaire et fondateur de la marque Louis Moinet, avait déjà reçu à Prague le «Horological Creativity Contribution Prize» lors du Salon Exceptional Watches (SEW) auquel participaient 44 marques sélectionnées.

## Niessing, Vreden (D)

eröffnet Mitte März an der Storchengasse 21 in Zürich den schweizweit ersten Niessing-Store, wo die Kunden auf 60 Quadratmetern die gesamte Niessing-Kollektion finden. Wie Geschäftsführer Sandro Erl ausführt, ist die Zürcher Eröffnung der logische Schritt, das Store-Konzept im deutschsprachigen Raum über die Landesgrenzen hinaus zu erweitern. Ausbauen will Niessing in der Schweiz auch sein Premiumpartner-Programm mit ausgesuchten Juwelieren, das auf eine enge und intensive Zusammenarbeit mit den Fachhändlern setzt.

## Niessing, Vreden (D)

a ouvert à la mi-mars à la Storchengasse 21 de Zurich la première boutique Niessing en Suisse, où les clients trouveront toute la collection de la marque sur 60 mètres carrés. Comme l'explique le directeur de la marque Sandro Erl, cette ouverture zurichoise est une étape logique dans le cadre de l'expansion du concept des boutiques en région germanophone au-delà des frontières nationales. Niessing souhaite également développer en Suisse son programme de partenaires haut de gamme avec des joailliers sélectionnés et mise pour cela sur une collaboration étroite et intensive avec les commerçants spécialisés.

Serie Mein VSGU

# „Die Ausbildung würde es so nicht mehr geben“

Stefan Thoma aus Zofingen ist seit 2014 im Vorstand des VSGU. Seinen aktiven Einstieg in den Verband fand er vor rund 20 Jahren bei der Berufsbildungskommission. Auch heute sind dem Goldschmied, der immer Lernende im Betrieb hat, die Themen rund um die Ausbildung besonders wichtig.

**Ich bin VSGU-Mitglied**, weil ich das wichtig finde. Erstens bildet der Verband ein Netzwerk für uns Goldschmiede und Bijoutiers. Es geht um Solidarität, gemeinsam können wir mehr erreichen. Zweitens würde es die Goldschmiede-Ausbildung ohne den VSGU heute so nicht mehr geben. Da ich mein schönes Handwerk nicht nur im Betrieb ausführen, sondern auch auf einer anderen Ebene mitarbeiten will, engagiere ich mich seit sechs Jahren im Vorstand.

**Mein liebstes Verbands-Thema** ist auf jeden Fall die Ausbildung. Sie ist das Zentrale in meinem Beruf. Das was ich gerne mache, will ich auch weitergeben. Der Verband arbeitet aber nicht nur für den Nachwuchs, sondern bietet Dienstleistungen an, von denen die ganze Branche profitiert. Ein Beispiel ist der Rechtsdienst, der heute sehr mitgliedernah ist, oder das Engagement in Sachen Geldwäschereigesetz.

**In meiner täglichen Arbeit** bin ich der Traditionalist, der sich dem Handwerk verschrieben hat. Ich habe weder einen 3D-Drucker noch ein entsprechendes Programm in meinem Atelier. Ich finde zwar Freude an neuen Techniken, doch wenn ich sie nutzen will, dann mache ich das mit Kollegen zusammen, die sich darauf spezialisiert haben. Die jungen Leute finden das erstaunlicherweise spannend. Sie wollen bei mir das Handwerk lernen und nicht den Umgang mit dem Computer.

**Ich bezeichne mich selbst** nicht unbedingt als guten Geschäftsmann. Vielmehr lebe ich mein Handwerk und pflege meine Leidenschaft. Meine Freude liegt darin, die Kundinnen und Kunden von dem, was ich mache, zu begeistern.

**Mein liebstes Schmuckstück** ist eigentlich meine Freundin (lacht). Sie trägt viel Schmuck und auch immer wieder mal etwas von mir. Ich mag grosse, archaische Formen und den Jugendstil. Obwohl ich nicht auf einen Stil fixiert bin, erkennt man meine Handschrift, das finde ich spannend. Oft geht es mir so wie wohl vielen Goldschmieden: Wir fertigen für unsere Kunden vor allem Ringe, erst danach kommen Anhänger, Ohrschmuck oder selten mal eine Brosche.

**In meiner Freizeit** engagiere ich mich für unsere Branche. Eines meiner Steckenpferde ist das Präsidium des Verbands Schweizer Goldschmiede Innerschweiz. Als Berufsverband heissen wir auch Arbeitnehmer und Lernende willkommen. Mein Ziel ist es, die Handwerksberufe unserer Branche zu erhalten und Synergien mit dem VSGU zu nutzen. Weiter bin ich Präsident der Sektion Aargau/Solothurn/Baselland und Mitglied des Organisationsteams des Weihnachtsmarkts in Zofingen.

**Privat** ist mir der Austausch und Kontakt mit interessanten Leuten wichtig. Zum Beispiel beim Wandern – wobei ich schon lange nicht mehr dazu gekommen bin – oder bei einem feinen Znacht. Ein Hobby in dem Sinn habe ich nicht, meine Leidenschaft ist mein Beruf!

Tanja Wenger



Stefan Thoma



## Mehrwertsteuer: App für Exporte

Die VSGU wurde von der Eidgenössischen Zollverwaltung eingeladen, sich zur Entwicklung der App Quickzoll einzubringen. Einige Vertreter des VSGU sind über die Funktion der App und über die Erfahrungen der Zollverwaltung im Export-Geschäft informiert worden. Die Idee hinter dieser App besteht darin, dass sich der Tourist mit seinen Daten registriert und dann seine Einkäufe tätigen kann. Bei der Ausreise meldet er sich ab und die besuchten Geschäfte erhalten die Export-Abrechnung direkt von der Mehrwertsteuer-Abteilung zugestellt. Da Entwicklung und Einführung dieser App noch von diversen eidgenössischen Departementen abgesegnet werden müssen, wird sie wohl kaum vor 2022 zur Verfügung stehen. Der VSGU wird die Idee in den weiteren Phasen unterstützen, da sie die Abwicklung der Verkäufe an ausländische Touristen für VSGU-Mitglieder massiv vereinfachen würde.

## Worldskills Shanghai 2021

Für die Teilnahme an den Worldskills 2021 in Shanghai kann sich bewerben, wer an der Goldschmiede-Schweizermeisterschaft 2019 oder 2020 in der Kategorie Technik eine Bewertung von mindestens 70 Punkten erreicht. Bewerberinnen und Bewerber dürfen im Wettkampfsjahr nicht älter als 22 Jahre sein (Jahrgang 1999 und jünger). Bewerber können sich bis Ende Mai bei der OdA der Schmuckbranche (E-Mail an [info@vsgu-ashb.ch](mailto:info@vsgu-ashb.ch)) bewerben. Die vollständigen Selektionskriterien sind zu finden auf: <https://vsgu-ashb.ch/ausbildung/worldskills>.

### Save the Date:

15. Juni 2020, Mitgliederversammlung

## Berufsbildungsfond für Branchenberufe

Der Vorstand des VSGU hat sich für die Einführung eines oder mehrerer Branchen-Berufsbildungsfonds für die verschiedenen Branchen-Berufe des VSGU ausgesprochen. Ziel eines Berufsbildungsfonds ist die Finanzierung der beruflichen Grundbildung, der höheren Berufsbildung sowie der berufsorientierten Weiterbildung. Ein Berufsbildungsfond kann vom Bundesrat allgemeinverbindlich erklärt werden. Das Projekt wird an der Mitgliederversammlung des VSGU vorgestellt.

## Mitgliederversammlung

Die Mitgliederversammlung VSGU wird sich den Themen Nachhaltigkeit, Qualitätslabel, Berufsbildungsfonds und Netzwerk-Treffen widmen. Die Einladung dazu wird an alle Mitglieder erfolgen. Reservieren Sie sich bereits heute den Termin vom Montag, 15. Juni.

## Fortbildungsangebote VSGU

**23. März - 20. April** | Egnach  
Uhrentechnik Module 1-5, Theorie & Praxis

**27. April** | Zürich  
Besser beraten & mehr verkaufen - Modul 1

**18. Mai und 25. Mai** | Zürich  
Besser beraten & mehr verkaufen - Modul 2

**25. Mai - 8. Juni** | Egnach  
Uhrentechnik Module 1-5, Theorie & Praxis

**15. Juni** | Bern  
Halbtageskurs Sicherheit

**31. August** | Zürich  
Halbtageskurs Sicherheit

**19. und 20. Oktober** | Grenchen  
Tageskurs Quick-Service Uhren

**2. September** | Lyss  
Halbtageskurs Perlencollier knüpfen

Alle Fortbildungsangebote gibt es auf: <https://vsgu-ashb.ch/mitglieder/agenda/>



Junghans Uhren

# Tradition aus dem Schwarzwald

Seit bald 160 Jahren gibt Junghans aus Schramberg im Schwarzwald der Zeit ein eigenes Gesicht. Über Wecker, Wand-, Taschen- und Armbanduhren ist der mechanische Zeitmesser bis zum Armband-Chronometer perfektioniert worden. Dazu kam ein grosses Know-how in Elektromechanik, Quarz-Mikroelektronik, Funk- und Solartechnik.

Die Liebe zum Detail, der hohe Anspruch an Design und Qualität sowie eine über Generationen gewachsene Technologie-Kompetenz prägen die Produkte der Uhrenfabrik Junghans seit der Gründung 1861 durch Erhard Junghans. 1903 war das Unternehmen mit über 3000 Beschäftigten der grösste Uhrenhersteller der Welt. Die Entwicklung präziser Werke machte die Firma 1951 zum grössten Hersteller von Chronometern in Deutschland und 1956 zum drittgrössten der Welt.

Zum 100-jährigen Jubiläum 1961 produzierten 6000 Mitarbeiter an 10'000 Maschinen täglich 20'000 Uhren aller Art. Doch es sollten nicht nur Uhren hergestellt werden, sondern man wollte Zeit mitgestalten. Dies bleibt bis heute ein erklärtes Ziel des Unternehmens. 1990 sorgte Junghans mit der Erfindung der ersten Funkarmbanduhr, Mega 1, für neue Massstäbe – eine Technologie, die 2018 mit einer neuen Generation intelligenter Funkwerke „made in Schramberg“ ein Ausrufezeichen in puncto Präzision und Genauigkeit setzte.

Nach einer ereignisreichen Firmengeschichte übernahmen 2009 die Schramberger Unternehmer Hans-Jochem und Hannes Steim das Unternehmen, und leiteten unter der Geschäftsführung von Matthias Stotz eine neue Phase des Wachstums ein.

In der aktuellen Kollektion lässt sich die lange Design- und Uhrmachersgeschichte des Unternehmens erkennen. Beispielsweise bei den



Hans-Jochem Steim (v.l.), Anne-Katrin Strömer (Marketing), Matthias Stotz und Jan Ramser, der für den Vertrieb in der Schweiz zuständig ist.

Meister-Uhren, die seit den 1930er Jahren gefertigt werden oder bei den Zeitmessern von Max Bill. Diese Bauhaus-Klassiker wurden erstmals 1956 in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Designer gestaltet. Mit einem formvollendeten Design verbinden die Uhren von Junghans seit über 150 Jahren Uhrmacherei und Gestaltungskompetenz am Handgelenk.

## Museum im Terrassenbau

2018 wird der denkmalgeschützte Terrassenbau, für Jahrzehnte Herzstück der Uhrenproduktion, zu seinem 100-jährigen Jubiläum der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Das Junghans Terrassenbau-Museum vereint

Architektur und deutsche Uhrengeschichte in einem ganz besonderen Bauwerk. In sieben Terrassen begibt sich der Besucher auf eine Zeitreise durch die Historie der Schwarzwalduhren und der Uhrenfabrik Junghans. Musikspielautomaten und Orchestrien ergänzen die beeindruckende Ausstellung. (db)

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

# „Ein Schweizer Handgelenk zu erobern, ist eine besondere Freude“

Matthias Stotz kam 2007 zu Junghans und lenkt seither die Geschicke des traditionsreichen Uhrenherstellers aus Schramberg im Schwarzwald. Der Uhrmachermeister in vierter Generation spricht über Entwicklung, Neuheiten und die Pläne des Unternehmens.

## **Gold'Or: Matthias Stotz, Junghans schreibt seit mehr als zehn Jahren schwarze Zahlen. Was ist das Geheimnis des Erfolgs?**

Matthias Stotz: Dieses setzt sich aus verschiedenen Faktoren zusammen: Tradition, Technik, Gestaltung und viel Liebe zum Detail. Mehr will ich nicht verraten, denn wie Sie sagen, ist es ein Geheimnis und das soll so bleiben. Wir wollen auch künftig am Erfolg festhalten.

## **Welche Akzente haben Sie gesetzt?**

Wir haben das Thema „made in Germany“ massiv forciert. Um wieder ein klares Markenbild zu gewinnen, wurde jegliche Handelsware eliminiert, die nicht zur Identität von Junghans passte. Wir haben uns auf die grosse Tradition der Marke konzentriert und zum 150. Jubiläum im Jahr 2011 beispielsweise die Meister-Linie neu belebt. Weiter haben wir viel in die Technologie investiert, und im mechanischen sowie besonders auch im elektronischen Bereich neue Meilensteine gesetzt. Heute bietet die Marke Junghans Uhren, die in Form und Ausstattung weltweit sonst nirgends zu finden sind.

## **Sie sind selbst gelernter Uhrmachermeister. Inwieweit prägt das Ihre Arbeit?**

Wenn ich an der Uhrmacherschule unterrichte, sage ich immer, man muss in der Uhr wohnen, um sie zu fühlen und zu verstehen. Dank meines Berufes kann ich mich in die kleinsten Details hineindenken. Meine Erfahrung prägt meinen beruflichen Alltag und am Ende auch die Uhren, die Junghans produziert.

## **2018 erzielten Sie 22 Millionen Euro Umsatz. Wie verlief das letzte Jahr?**

2019 war für uns ein erfolgreiches Jahr aus zwei Gesichtspunkten: Zum einen feierten wir 100 Jahre Bauhaus. Unsere besondere Verbindung zu diesem Stil ist der berühmte Schweizer Max Bill, der 1927-1928 selbst Schüler am Bauhaus war und mit seiner Inspiration die Hochschule für Gestaltung in Ulm erbaut und als Direktor geleitet hat. Seine für Junghans entworfenen Uhren haben mittlerweile Kultstatus erlangt. Zum anderen haben zahlreiche Juweliere die Chance genutzt, mit Aktionen am POS am Erfolg teilzuhaben. Somit war das Jubiläumsjahr nicht nur für die Marke ein erfolgreicher Anlass, sondern auch für unsere Fachhandelspartner, denn alle limitierten Modelle waren innerhalb kürzester Zeit ausverkauft.

## **Welches sind Ihre wichtigsten Märkte?**

Der stärkste Markt ist Deutschland, aber ganz Europa ist für uns wichtig. In Asien ist es Japan und im Westen die USA. In diesen beiden Ländern konnten wir den Umsatz 2019 um mehr als 20 Prozent steigern.

## **Wo steht der Schweizer-Markt?**

Für uns stellt die Schweiz mit ihrem starken Wettbewerb eine besondere Herausforderung dar. Es ist grossartig, dass wir hier mit unserer Technologie der Funkuhr und unserem aussergewöhnlichen Design auch als deutsche Marke erfolgreich sein dürfen. Einfach ist das nicht, auch wenn in unseren mechanischen Modellen Schweizer Uhrwerke ticken. Ein Schweizer Handgelenk zu erobern, ist immer eine besondere Freude.

## **Wie sieht die Entwicklung aus und welche Ziele verfolgen Sie in der Schweiz?**

Die gleichen Ziele wie in anderen Ländern. Wir wollen erfolgreich sein, gute Beziehungen eingehen und einen top Service bieten.

## **Setzen Sie weiterhin auf den Fachhandel?**

So ist es. Wir haben uns 2018 nach Jahrzehnten komplett aus den Warenhäusern zurückgezogen. Das hängt mit der Markenentwicklung zusammen. Bis 2006 gab es ein breiteres Sortiment und günstigere Ware. Mit der Weiterentwicklung zu hochwertigeren Uhren war das die logische Folge. Der stationäre Fachhandel ist für uns der wichtigste Ort, um den Endkunden an unserer Leidenschaft für Gestaltung und Präzision teilhaben zu lassen. Eine Uhr ist ein hochemotionales Produkt, das man fühlen und erleben muss.

## **Bieten Sie auch hierzulande Verkaufstrainings an?**

Ja, unsere Kunden werden regelmässig geschult. Wir informieren vor Ort im Geschäft oder laden auch gerne nach Schramberg an unseren Stammsitz ein. Der Weg ist ja nicht so weit – wir sind nahe an der Grenze. Es ist ein besonderes Erlebnis zu sehen, wie eine Uhr gestaltet und unsere Geschichte im denkmalgeschützten Terrassenbau erlebbar wird.

## **Welches sind Ihre persönlichen Lieblingsneuheiten?**

Das ist einerseits die Meister S Chronoscope, weil sie die Identität der klassischen Meister-Linie repräsentiert, aber dennoch unglaublich sportlich ist. Seit Kurzem können übrigens alle Uhren der Meister- und Max-Bill-Linie ab Modelljahr 2020 mit Saphirglas nachgerüstet werden. Die zweite Neuheit, die mich besonders fasziniert, ist die ultraleichte „max bill MEGA Solar“, für die wir ein völlig neues, gewölbtes Solarzifferblatt entwickelt haben ohne das Gesicht des Designklassikers zu verändern. Mit der neuen Junghans „MEGA App“ kann die Zeit deutlich schneller synchronisiert werden. Beide Modelle bieten ein besonderes Trageerlebnis und machen Junghans unvergleichlich.

Daniela Bellandi

## „max bill MEGA Solar“

Die Verbindung von Gebrauchswert und Schönheit war für Max Bill elementar. Sein Credo „Schönheit aus Funktion und als Funktion“ galt gleichermassen für Gebäude wie für die Produktgestaltung. Diesen Leitgedanken spiegelt sich in der „max bill MEGA Solar“ wider. Connected Multifrequenz-Funkwerk J101.85 mit Solarantrieb, Zeiger mit Leuchtmasse, Gehäuse aus Titan 38 Millimeter, vegetabil gegerbtes Kalbslederband mit Dornschnelle aus Titan oder Titan-Milanaiseband mit Sicherheitsschnelle.

*Mouvement radio-piloté solaire à multi-fréquences connecté, aiguilles avec revêtement luminescent, boîtier en titane 38 millimètres, bracelet en cuir de vachette tannage végétal et boucle en titane ou bracelet milanais en titane avec boucle déployante de sécurité.*



# Tradition de la Forêt-Noire

Cela fait bientôt 160 ans que Junghans donne un visage particulier au temps dans la ville de Schramberg au milieu de la Forêt-Noire. Les montres mécaniques de la marque ont évolué au fil des années sous différentes formes: réveils, horloges, montres de poches, montres-bracelets et finalement chronomètres-bracelets.

L'entreprise Junghans peut par ailleurs compter sur un important savoir-faire en électromécanique, en microélectronique ainsi que dans les domaines du quartz, des technologies radio et du photovoltaïque. Depuis sa fondation en 1861 par Erhard Junghans, la fabrique horlogère propose des produits qui se distinguent par l'amour du détail qui leur est porté, leurs grandes exigences en matière de design et de qualité ainsi que les compétences technologiques intergénérationnelles dont ils bénéficient. En 1903, l'entreprise est le plus grand fabricant horloger au monde avec plus de 3000 employés. Le développement de mouvements plus précis lui permet de devenir le plus grand fabricant de chronomètres d'Allemagne en 1951 et le troisième sur le plan international en 1956.

En 1961, alors que la marque fête son centenaire, elle compte 6000 collaborateurs qui fabriquent chaque jour 20'000 montres en tous genres sur 10'000 machines. Mais l'entreprise ne souhaite pas s'arrêter à la fabrication de montres, il s'agit également pour elle de maîtriser le temps. C'est aujourd'hui un objectif déclaré de la société. En 1990, Junghans définit de nouveaux standards avec le développement de la première montre-bracelet radiopilotée: le modèle Mega 1. La technologie utilisée se distingue en particulier par sa précision en 2018 avec le développement d'une nouvelle génération de mouvements radiopilotés intelligents made in Schramberg».



## Meister Handaufzug Terrassenbau

Der Junghans Terrassenbau ist einer der spektakulärsten Industriebauten des frühen 20. Jahrhunderts. Das Uhrendesign der Serie Meister Terrassenbau erinnert an dessen Architektur, indem es prägende Gestaltungselemente des Industriedenkmal aufgreift: So verweist das Mäander-Design der Zifferblatt-Minuterie auf die Wandverzierungen, das Dunkelgrün des Alligatorlederbands auf die Wandfliesen in den Treppenaufgängen. Handaufzugswerk J815.1 mit kleiner Sekunde, Gehäuse 37,7 Millimeter. Zeiger mit Leuchtmasse, fünffach verschraubter Gehäuseboden mit Terrassenbau-Gravur, gewölbtes und beidseitig entspiegeltes Saphirglas. Limitiert auf 1500 Uhren.

*Mouvement à remontage manuel avec petite seconde, boîtier 37,7 millimètres. Aiguilles avec revêtement luminescent, fond de boîtier à cinq vis avec gravure du bâtiment en terrasses, verre saphir bombé et traité antireflet biface. Édition limitée à 1500 montres.*

Durant son histoire riche en événements, l'entreprise passe en 2009 entre les mains de Hans-Jochem et Hannes Steim qui donnent l'impulsion nécessaire à une nouvelle phase de croissance sous la direction de Matthias Stotz.

Le savoir-faire horloger et les connaissances en design acquises sont clairement perceptibles dans la collection actuelle. C'est par exemple le cas des montres Meister, fabriquées depuis les années 1930, ou encore des modèles de Max Bill. Ces classiques du Bauhaus ont été conçus en 1956 en collaboration avec le designer suisse. Avec leurs lignes parfaites, les montres de Junghans allient depuis plus de 150 ans savoir-faire horloger et compétences design au bout du poignet.

## Un musée en terrasses

En 2018, le bâtiment en terrasses classé monument historique, qui était au cœur de la production horlogère de la marque pendant des décennies, a été ouvert au public à l'occasion de son 100e anniversaire. Le musée Junghans Terrassenbau allie magnifiquement architecture et histoire horlogère allemande sous la forme d'un ouvrage très particulier. Ses sept terrasses permettent aux visiteurs de se lancer dans un voyage dans le passé à travers l'histoire des montres de la Forêt-Noire et de la fabrique horlogère Junghans. L'exposition impressionnante comporte également des boîtes à musique et des orchestrons. (db)

## „max bill Chronoscope“ und „max bill Kleine Automatic“

Die neuen Max-Bill-Modelle stehen ganz im Zeichen der Klarheit und Ästhetik schwarz-weißer Gestaltung. Es gibt sie als mechanischer Chronoscope oder in der neuen Variante der Kleinen Automatic mit 34 Millimeter Durchmesser.

**Chronoscope:** Automatikwerk J880.2 mit Datumsanzeige, Chronoscope mit Stoppsekunde, 30-Minuten- und 12-Stundenzähler, Edelstahl-Gehäuse 40 Millimeter, gewölbtes Hartplexiglas, Leuchtzeiger, Kalbslederband.

**Kleine Automatic:** Automatikwerk J800.1 mit Datumsanzeige, Edelstahl-Gehäuse, gewölbtes Hartplexiglas, Leuchtzeiger, Kalbslederband.

**Chronoscope:** *mouvement automatique avec affichage de la date, chronoscope avec stop seconde, compteur 12 heures et 30 minutes, boîtier en acier inoxydable 40 millimètres, plexiglas trempé et bombé, aiguilles avec revêtement luminescent, bracelet en cuir de vachette.*

**Kleine Automatic:** *mouvement automatique J800.1 avec affichage de la date, boîtier en acier inoxydable 34 millimètres, plexiglas trempé et bombé, aiguilles avec revêtement luminescent, bracelet en cuir de vachette.*



# «Il est spécialement agréable de conquérir un poignet suisse»

Arrivé chez Junghans en 2007, Matthias Stotz dirige le fabricant horloger traditionnel de Schramberg dans la Forêt-Noire. Ce maître horloger représentant la quatrième génération nous parle du développement, des nouveautés et des plans de l'entreprise.

## **Gold'Or: Matthias Stotz, Junghans est dans les chiffres noirs depuis plus de dix ans. Quel est le secret de ce succès?**

Matthias Stotz: Il y a plusieurs facteurs: tradition, technique, conception et un grand amour du détail. Mais je ne vous en dirai pas plus: comme vous le dites, c'est un secret et il doit rester bien gardé. Nous voulons également préserver ce succès à l'avenir.

## **Quelles priorités avez-vous adoptées?**

Nous avons énormément mis l'accent sur le «made in Germany». Pour renouer avec une image de marque claire, nous avons éliminé tous les produits qui ne correspondaient pas à l'identité de Junghans. Nous nous sommes concentrés sur la grande tradition de la marque et avons par exemple redonné vie à la collection Meister en 2011 à l'occasion de notre 150e anniversaire. Nous avons aussi beaucoup investi dans la technologie et défini de nouveaux standards dans les domaines mécaniques et surtout électroniques. Aujourd'hui, la marque Junghans propose des montres avec un design et des composants que l'on ne trouve nulle part ailleurs dans le monde.

## **Vous avez vous-même suivi une formation de maître horloger. Dans quelle mesure cette formation influence-t-elle votre travail?**

Lorsque j'enseigne à l'école d'horlogerie, je rappelle toujours qu'il faut habiter la montre pour la sentir et la comprendre. Ma profession me permet de penser aux moindres détails. Mon expérience a une influence sur mon quotidien professionnel et, au final, aussi sur les montres produites par Junghans.

## **Quelle est la place du marché suisse pour Junghans?**

Avec sa concurrence importante, la Suisse représente un défi particulier pour nous. C'est formidable qu'avec notre technologie de montre radiopilotée et notre design extraordinaire, nous puissions aussi connaître le succès dans ce pays en tant que marque allemande. Ce n'est certainement pas simple, même si nos modèles comportent des mouvements mécaniques suisses. Il est spécialement agréable pour nous de conquérir un poignet suisse.

## **Continuerez-vous à miser sur les commerces spécialisés?**

Bien sûr. Nous nous sommes entièrement retirés des grands magasins en 2018 après des décennies de présence. Ceci est lié au développement de la marque: notre assortiment était plus large et meilleur marché jusqu'en 2006. Avec notre orientation sur des montres de plus grande valeur, c'était une suite logique. Nous considérons les commerces stationnaires spécialisés comme les lieux les plus importants pour faire participer les clients finaux à notre passion du design et de la précision. Une montre est un produit très émotionnel que l'on doit sentir et découvrir.

## **Quelles sont les nouveautés que vous préférez?**

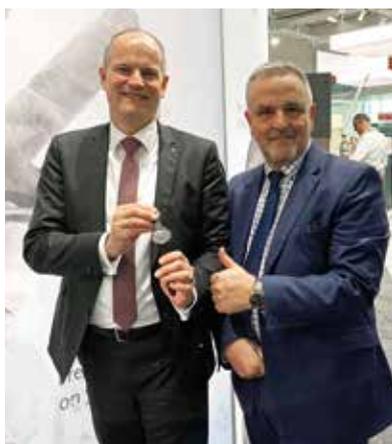
Il y a d'un côté les chronoscopes Meister S, car ils représentent l'identité de la série classique Meister



## **Force Mega Solar**

Höchste Präzision in edler Keramik: Die Force Mega Solar verbindet nicht nur Funk- mit Solartechnologie, sondern auch Design mit Tragekomfort und Kratzfestigkeit. Die Einstellung per Junghans Mega App ist möglich. Multifrequenz-Funk-Solarwerk J615.84, Dunkelgangreserve bis zu 21 Monaten, Keramik-Gehäuse 40,4 Millimeter, vierfach verschraubter Keramikboden, Saphirglas, synthetisches Kautschukband mit Faltschliesse aus Titan.

*Mouvement radio-piloté solaire à multi-fréquences, réserve de marche dans l'obscurité jusqu'à 21 mois, boîtier en céramique 40,4 millimètres, fond de boîtier en céramique à quatre vis, verre saphir, bracelet en caoutchouc synthétique avec boucle déployante en titane.*



Matthias Stotz (à gauche) et Jan Ramser de la Ramser Distribution, qui distribue les montres Junghans en Suisse.

tout en étant incroyablement sportifs. Et d'ailleurs, toutes les montres des collections Meister et max bill peuvent désormais être équipées ultérieurement de verre saphir (pour les modèles sortis en 2020 et après). La deuxième nouveauté qui me fascine particulièrement est le modèle ultra léger «max bill MEGA Solar» qui est équipé d'un tout nouveau cadran solaire bombé sans que cela ne modifie son design classique. Le temps peut être synchronisé beaucoup plus rapidement grâce à la nouvelle Junghans «MEGA App». Ces deux modèles sont particulièrement agréables à porter et font de Junghans une marque tout à fait unique.

*Daniela Bellandi*

## **„Spektrum Damen“**

Kühler Edelstahl, kratzeste Keramik und eine Wasserdichtheit bis zehn bar machen die Spektrum Damen zur sportlichen Funkuhr. Für absolute Präzision sorgt das Junghans Multifrequenz-Funkwerk, das durch Sonnenenergie angetrieben wird. Multifrequenz-Funk-Solarwerk J615.74, Gehäuse Edelstahl 35,6 Millimeter, Keramiklunette, Tastensperre, Edelstahlband mit Keramikmittelteil und Faltschliesse.

*Mouvement radio-piloté solaire à multi-fréquences, boîtier en acier inoxydable 35,6 millimètres, lunette en céramique, verrouillage des poussoirs, bracelet en acier à maillon central en céramique et boucle déployante en acier.*



altmanncasting

Edelmetall-Präzisionsguss  
Fonte de précision de métaux précieux

# Altmann Casting unterstützt den Nachwuchs

**Uns ist es ein Anliegen, dass in der Schweiz  
auch in Zukunft Edelmetall auf höchstem Niveau  
verarbeitet wird.**

Auch dieses Jahr unterstützen wir die Schweizer  
Goldschmiedemeisterschaft als Hauptsponsor –  
wir freuen uns auf Topleistungen unseres engagierten  
Nachwuchses und wünschen allen Teilnehmenden  
viel Erfolg!

[www.altmann-casting.ch](http://www.altmann-casting.ch)

Hauptsponsor



[goldschmiede-meisterschaft.ch](http://goldschmiede-meisterschaft.ch)



Impressionen Schweizer Goldschmiedemeisterschaft 2019

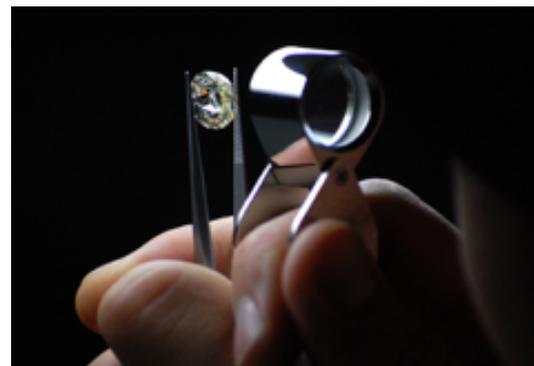
# Was mache ich nach der Lehre?

Für junge Berufsleute ist es oft nicht einfach, den Überblick über ihre berufliche Entwicklungschancen zu gewinnen. Dabei existiert in der Schweiz ein spannendes Spektrum an Weiterbildungsangeboten. Dies nicht nur in deutscher und französischer Sprache, sondern auch international orientiert in Englisch.

Junge Goldschmiede, Absolventen von Lehre und Studium oder Teilnehmende der Schweizer Goldschmiede-Meisterschaft bringen spannendes Rüstzeug mit, sei es für produzierendes Handwerk, Designentwicklung oder mit verschiedenen Weiterbildungen für leitende Positionen. Um die berufliche Weiterentwicklung planen zu können, bedarf es einer persönlichen Zielsetzung und eines Überblicks, wie man sein Wissen „on the Job“ oder schulisch ausbauen kann.



Konzept und Gestaltung, XS Schmuck, Hochschule Luzern.



Diamantgraduierung, Basic Diamond Course, SSEF Basel.

## Vorprogramm zur Schweizer Meisterschaft

Seit Jahren wird den Teilnehmenden der Goldschmiede-Meisterschaft vor der Preisverleihung ein Nachmittagsprogramm angeboten. Dieses Jahr findet dieses im Sinne einer Hausmesse für Weiterbildung statt. Diese soll Informationen von handwerklichen Workshops, Kursen, Ausbildungen an höheren Fachschulen bis hin zu Bachelor-Lehrgängen offerieren.

Die Berufsschulen Zürich und Bern/Biel präsentieren gemmologische und handwerkliche Kurse, wie auch Lehrgänge in Produktdesign. Das SSEF wartet mit traditionell hochstehenden Gemmologieausbildungen auf. Die Hochschule Luzern stellt ihren Bachelor-Studiengang XS-Schmuck vor, und aus der Romandie werden Lehrgänge zu Produkt-, Schmuck- und Accessoiresdesign angeboten.

## Patronat SSEF

Die Schweizerische Stiftung für Edelsteinforschung SSEF (Swiss Gemmological Institute) hat als Ausbildungsanbieterin im Bereich Edelsteine das Patronat dieses Weiterbildungs-Seminars übernommen. Daneben sind es die Organisatoren der Schweizer Goldschmiede-Meisterschaft, die diese Plattform am 27. April im Hotel Schweizerhof in Luzern ermöglichen.

Bildungsanbieter, die sich für weitere Angebots-Präsentationen interessieren, können sich beim Organisator bewerben ([info@brack-gut.ch](mailto:info@brack-gut.ch), +41 52 202 8 202). Weitere Informationen für interessierte Teilnehmende folgen Ende März unter [www.smgold.ch](http://www.smgold.ch). (red.)

## FR Comment me perfectionner après mon apprentissage?

Les jeunes bijoutières et bijoutiers, les diplômé(e)s ayant suivi un apprentissage ou des études et les participant(e)s au Championnat suisse des bijoutiers abordent le monde professionnel avec un bagage conséquent, que ce soit en termes de production artisanale, de développement design ou de formation continue pour des postes de cadres. Afin de pouvoir planifier une formation professionnelle continue, il est nécessaire de déterminer des objectifs personnels et d'avoir une vue d'ensemble des possibilités d'approfondissement des connaissances.

Depuis des années, un programme est proposé aux participant(e)s du Championnat suisse des bijoutiers durant un après-midi avant la remise des prix. Cette année, ce programme est prévu sous la forme d'un salon interne de la formation continue. Il proposera ainsi des informations sur des ateliers, des cours, des formations dans des hautes écoles supérieures ainsi que des formations de bachelor. Les écoles professionnelles de Zurich et Berne/Bienne présenteront des cours en lien avec la gemmologie et l'artisanat ainsi que des formations en design de produits. Le SSEF proposera lui aussi des formations de qualité toujours aussi bonne en gemmologie. La Haute école de Lucerne présentera quant à elle son cursus de bachelor «XS-Schmuck» et des formations de design de produits, de bijoux et d'accessoires seront proposées par des prestataires de Suisse romande.

Prestataire de formations dans le domaine des pierres précieuses, l'Institut suisse de gemmologie SSEF (Swiss Gemmological Institute) a repris le parrainage de ce séminaire de formation continue. Si cette plateforme peut être proposée le 27 avril à l'Hôtel Schweizerhof de Lucerne, c'est aussi grâce aux organisateurs du Championnat suisse des bijoutiers.

Les prestataires de formations intéressés par d'autres présentations d'offres peuvent poser leur candidature auprès de l'organisateur ([info@brack-gut.ch](mailto:info@brack-gut.ch), +41 52 202 8 202). Les participants intéressés disposeront de plus amples informations à la fin mars à l'adresse [www.smgold.ch](http://www.smgold.ch). (red.)

Silhouette Schmuck Bentner, Pforzheim

# Frühlingsreigen von Silhouette

Die Schmuckmarke Silhouette hat an der Inhorgenta Munich zahlreiche Frühjahrsneuheiten präsentiert. Neben einem vierteiligen Solitär-Set ist auch die Kollektion Tennis-Flex mit Modellen erweitert worden. Neu dazugekommen ist auch eine Variante mit Baguette-Diamanten im „Invisible Setting“.

Arnd Bentner, Inhaber und Geschäftsführer in vierter Generation von Silhouette Schmuck, ist zufrieden mit dem Verlauf der diesjährigen Inhorgenta: „Es zahlt sich aus, innovativ zu bleiben und bewährte Klassiker sowie gut laufende Kollektionen wie unsere Flex-Linien weiter auszubauen“, so Bentner.

Zu den Frühlings-Highlights von Silhouette zählt ein attraktives Solitär-Special, bestehend aus vier verschiedenen Solitärringen mit vier Brillantgrößen, jeweils mindestens mit 0.17, 0.27, 0.37 sowie 0.50 Carat und einem Gesamtbesatz von mindestens 1.31 Carat. Die Brillantqualität beträgt mindestens SI und Farbe H. Der Fixpreis für das gesamte Set liegt bei rund 2900 Franken. Die Ringe sind in allen Goldfarben erhältlich.



Das Solitär-Set von Silhouette besteht aus vier Ringen in vier Diamantgrößen (von 0.17 bis 0.50 ct). Wie bei allen Silhouette-Kreationen ist die Goldfarbe variabel wählbar.

## Kollektion „Tennis-Flex“

Die Kollektion „Tennis-Flex“ mit Ringen und Armbändern gehört seit vielen Jahren zu den Bestsellern von Silhouette. Ein innovatives System mit unsichtbaren Federn sorgt für optimalen Tragekomfort. Durch die elastischen Federn im Innern können sich die Ringe bis zu sechs Größen weiten. Neben den Klassikern mit Diamantbesatz lancierte Silhouette 2019 in der Kollektion Flex auch eine Saphir-Linie in „Multicolor“ sowie die Linie „Rainbow Flex“ im Regenbogen-Verlauf.

Der Erfolg der Multicolor-Kreationen hat Silhouette zu weiteren Kreationen bewogen. Neu mit Multicolor-Saphiren verfügbar ist ein Collier-Anhänger, ein Ohrhängerpaar sowie ein Flex-Ring in kleinerer Ausführung. Dazu gibt es in der Flex-Kollektion auch neue Varianten mit carré-förmigen Saphiren, sowie Alliance-Ringe mit grösseren Brillanten, mit drei oder fast fünf Carat Gesamtgewicht.



Neu in der Kollektion „Tennis-Flex“: Ring und Bracelet mit Baguette-Diamanten im „Invisible Setting“.



## Erbsteine in neuem Gewand

Eine Variante, die sich auf Kundenseite grosser Beliebtheit erfreut, ist das Weiterverwenden von Erbsteinen als Mittelstein. „Das ist eine Dienstleistung, die von unseren Fachhändlern häufig angefragt wird, und die wir gerne ausführen. Dies gilt auch, wenn einer Kundin der Memoire-Ring nicht mehr passt und wir die bestehenden Brillanten in einen neuen Flex-Ring einbauen. Das führt zu einer zusätzlichen emotionalen Bindung und lässt Altbewährtes mit Neuem verschmelzen. Ein lukratives Angebot für unsere Kunden“, so Arnd Bentner.

Marcel Weder

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



Neue Multicolor-Kreationen mit bunten Saphiren, als Ohrhänger, als Flex-Ring sowie als Collier.

# Eine erfreuliche Übernahme

Kurt Schedler hat sein Goldschmiedegeschäft, die „Schmuckwerkstatt Schedler“ am Werchlaubengässli in der Luzerner Altstadt, an die junge Goldschmiedin Anita Lampart übergeben. Eine erfreuliche Nachfolgelösung für beide Seiten.

„Der Abschied schmerzt immer, auch wenn man sich schon lange darauf freut.“ Mit diesen Worten des österreichischen Schriftstellers Arthur Schnitzler (1862-1931), beschreibt Kurt Schedler seine Gefühlslage. Bereits vor fünf Jahren hatte Schedler angefangen, sich mit der Zeit nach seiner Pensionierung auseinanderzusetzen und seine Nachfolge zu planen. Er griff auf die Beratungsdienste von Christoph Brack zurück, der ihm wertvolle Hinweise zur Berechnung des Geschäfts- und Lagerwerts geben konnte. „Das war für mich sehr wichtig, um eine Berechnungsgrundlage zu haben, wie hoch der Wert meines Geschäfts unter Berücksichtigung aller Faktoren ungefähr ist“, so Schedler.

Eigentlich hatte Schedler seine Nachfolge bereits eingefädelt. Die Vereinbarung zerschlug sich jedoch vor zwei Jahren und so stand Schedler wieder am Anfang seiner Suche nach der geeigneten Nachfolge, verspürte dabei aber keinen Druck. „Ich hatte bis am Ende viel Freude an meiner Arbeit“, so der gebürtige Ostschweizer. „Und wenn ich niemanden gefunden hätte, hätte ich einfach ein, zwei weitere Jahre gearbeitet“, so Schedler. Aktiv auf die Suche, etwa mittels Anzeige, machte er sich jedenfalls nicht.

## Karfunkeltausch

Bis im Sommer 2018 Anita Lampart eines Tages die Tür seines Goldschmiedeateliers öffnete, mit der Angabe, sie hätte gehört, dass er auf der Suche nach einer Nachfolge sei. Das Interesse war beidseitig geweckt. Schedler kannte Lampart bereits aufgrund früherer Begegnungen. Etwa anlässlich des jährlich stattfindenden „Karfunkeltauschs“, der 2016 von Katrin Kunz initiiert worden war und zu dem sich Goldschmiede aus der Region Luzern einmal jährlich treffen, um Edelsteine zu kaufen, zu verkaufen oder zu

tauschen. Zudem überzeugte ihn Anita Lamparts Werdegang mit der Goldschmiede-Lehre bei Bucherer in Luzern, dem Schweizer-Goldschmiedemeistertitel in der Kategorie Technik 2016, sowie die diversen Stationen als Angestellte, bei Marco Frasson (Luzern), Stefan Thoma (Zofingen) sowie Francesca Schmid und Philipp Stutz (beide Luzern). Zudem schloss Lampart im Frühjahr die Handelsschule in Luzern ab.



Die symbolische Schlüsselübergabe: Kurt Schedler übergibt an Anita Lampart.

Lampart beschreibt die sich plötzlich eröffnende Gelegenheit als unverhofftes Glück, auf das sie es gar nicht unbedingt abgesehen hatte: „Ein eigenes Geschäft stand natürlich immer als Möglichkeit im Raum, war aber nie ein zwingender Wunsch. Dass es sich nun so ergeben hat, passt jetzt aber optimal.“ Natürlich hat sie sich die Übernahme sehr gut überlegt, nachdem klar war, dass Kurt Schedler

es sich auch gut vorstellen kann. „Am Ende fand ich aber nie ein klares Argument, das gegen eine Übernahme gesprochen hätte. Also sagte ich mir, dass es dann ja wohl wirklich das Richtige ist“, so Anita Lampart. Unterstützt wird sie bei der Übernahme von ihrem Grossvater Stefan Studer aus Hergiswil. Studer ist Mitinhaber der Schmuckwerkstatt 1983 GmbH. Er wird für seine Enkelin gewisse Marketingmassnahmen betreuen, Webaufträge und andere Publikationen.



Anita Lampart: Zopf-Ohranhänger in Gelbgold 750.

## Pauschalvertrag und Übergangszeit

Für die Übernahme der Werkstatt- und Ladeneinrichtung sowie des Kundenstamms haben Schedler und Lampart einen pauschalen Kaufvertrag abgeschlossen. Ausserdem übernimmt Lampart das Edelsteinlager und einen Teil des Schmucklagers. Übernommen hat sie auch einen Teil des Geschäftsnamens: Statt Schmuckwerkstatt Schedler wird ihr Goldschmiedeatelier neu Schmuckwerkstatt 1983 heissen. Wobei 1983 nicht auf den Jahrgang der neuen Hausherrin verweist, sondern gewissermassen dem „Genius loci“ des schmucken Altstadthauses am Werchlaubengässli 6 verpflichtet ist. 1983 war es, als Goldschmied Philipp Gamma an diesem Ort ein Atelier eröffnete, bevor er das Lokal drei Jahre später an Kurt Schedler übergab.

Unterschrieben haben die beiden den Kaufvertrag Ende Juni. Seit Anfang Juli war Anita Lampart zu 50 Prozent bei Kurt Schedler angestellt, die restliche Zeit hat sie bereits für ihr eigenes Sortiment zu arbeiten begonnen. Von September bis Ende Jahr organisierte Schedler zudem einen Schmuck-Ausverkauf mit 50 Prozent auf den Normalpreis. Das Resultat, so Schedler, sei sehr gut und über den Erwartungen gewesen.



Anhänger mit Tahitiperle und Brillanten in Weissgold von Anita Lampart.



Kurt Schedler: Ring in Gelbgold mit Turmalin und Brillanten.

### Ein schöner Gedanke

Anfang Januar ist Kurt Schedler endgültig ausgestiegen. Am 22. Dezember fand ein feierlicher Umtrunk mit Kunden, Kollegen und Geschäftspartnern statt. Die symbolische Schlüsselübergabe fand Ende Dezember statt, wobei Kurt Schedler dieses Schlüsselabgeben als „einen sehr schönen Gedanken“ beschreibt. In Zukunft wolle er ein bisschen frei sein und die Zeit mit viel Natur, Kultur und Museen geniessen. Weiter will er die Schweiz besser kennenlernen.

Ebenfalls in den Ruhestand geht Kurt Schedlers langjähriger Mitarbeiter, Goldschmied Maximilian Zimmermann. Anita Lampart wiederum wird den zusätzlichen Arbeitsplatz in den zweistöckigen Räumlichkeiten gut gebrauchen können und ihn ab Januar an die Juwelenfaserin Jennifer Suter vermieten. Suter wird von dort Aufträge für Anita Lampart sowie für weitere Goldschmiede ausführen. Auch dies eine erfreuliche Lösung.

*Marcel Weder*

[www.schmuckwerkstattschedler.ch](http://www.schmuckwerkstattschedler.ch)

[www.schmuck1983.ch](http://www.schmuck1983.ch)



Kurt Schedler:  
Silberring mit  
rotem Turmalin.

# LOCHER

— SERVICE —

## DIE WEBAPPLIKATION FÜR GOLDSCHMIEDE

Wir setzen Ring um.  
In allen Materialien -  
sämtlichen Technologien.

[www.locherservice.ch](http://www.locherservice.ch)

# Who

## BVJ Handelsverband Juweliere, Köln (D),

wies für den deutschen Einzelhandel 2019 einen Umsatz nach Endverbraucherpreisen von 4,79 Milliarden Euro aus. Dies sind drei Prozent mehr als 2018. Der Uhrenbereich war mit 1,26 Milliarden stabil bis minim wachsend (+0,8%; 2018 waren es 1,25 Mia. Euro). Wachsend war demgegenüber der Umsatz mit Schmuck, der deutschlandweit um 3,9 Prozent von 3,4 auf 3,53 Milliarden stieg. Dabei waren vor allem die Umsätze mit Goldschmuck wachstumstreibend (+5,2%), während Silberschmuck um 4,9 Prozent verlor.

## La BVJ Handelsverband Juweliere, Cologne (D)

a publié un chiffre d'affaires basé sur le prix au détail de 4,79 milliards d'euros pour le commerce de détail allemand en 2019. Ce résultat surpasse de trois pour cent celui de 2018. Avec 1,26 milliard, le secteur horloger s'est montré stable et a même enregistré une très légère croissance (+ 0,8% par rapport au chiffre de 1,25 milliard d'euros en 2018). Le chiffre d'affaires du secteur joaillier a quant à lui affiché une croissance de 3,9 pour cent en Allemagne, passant ainsi de 3,4 à 3,53 milliards. Cette croissance a surtout été nourrie par les chiffres d'affaires des bijoux en or (+5,2%), alors que les bijoux en argent perdaient 4,9 pour cent.

## Die Bangkok Gems & Jewelry Fair

wurde am 25. Februar wie geplant eröffnet. Um das Risiko von Ansteckungen mit dem Coronavirus zu reduzieren, wurden Gesichtsmasken verteilt und Desinfektionsmittel bereitgestellt. Am ersten Messetag wurden jedoch rund 700 Besucher weniger gezählt als bei der letzten Ausgabe im vergangenen September. Einige Aussteller sprachen von den Auswirkungen der Coronavirus-Ängste auf die Verkäufe, fügten aber hinzu, dass sich gut geschliffene, hochwertige und seltene Farbedelsteine weiterhin gut verkaufen. Um die mit dem Virus verbundenen Umsatzverluste auszugleichen, will die Messeorganisation neue Märkte, insbesondere im Nahen Osten und in Mitteleuropa, erschliessen.

## La Bangkok Gems & Jewelry Fair

a ouvert ses portes le 25 février comme prévu. Les visiteurs se sont vus remettre des masques de protection et des désinfectants afin de réduire les risques de contamination au coronavirus. Pour son premier jour, le salon a tout de même enregistré une diminution de fréquentation d'environ 700 visiteurs par rapport à sa dernière édition au mois de septembre passé. Quelques exposants ont indiqué que les ventes souffraient des craintes relatives au coronavirus, tout en ajoutant cependant que les pierres précieuses de grande valeur bien taillées et rares se vendaient toujours bien. Afin de compenser les pertes liées au virus, l'organisation du salon souhaite maintenant attirer de nouveaux marchés, et en particulier ceux du Proche-Orient et d'Europe occidentale.

# Neue Angebote für Schmuckmacher

Schon 33 Sommer lang ist das Eishäuschen, die Werkstatt im autofreien Bergdorf Braunwald, ein Ort der Begegnung für Schmuckmacher aus der ganzen Welt. Vom 12. Juli bis 18. September werden jeweils von Montag bis Freitag durchgehend Kurse zu unterschiedlichen Themen angeboten.

Es gibt sie auch diesen Sommer wieder:

Die spannenden Schmuckworkshops im glarnerischen Braunwald. Angereichert und erweitert wurde das Programm dieses Jahr mit dem Kurs „Japanische Lacktechniken“. Das Interesse an diesem Workshop und am Thema „Silberschmieden“ ist schon so gross, dass sie doppelt geführt werden. Da einige Kurse früh ausgebucht sein können, ist es ratsam, sich frühzeitig anzumelden. Die Werkstatt mit zwölf Arbeitsplätzen ist von den Hotels aus gut erreichbar. Sie ist mit Grundwerkzeugen und den nötigen Geräten und Spezialwerkzeugen ausgestattet. Neben Edelmetallen und einer grossen Auswahl von Edelsteinen steht den Teilnehmern eine umfangreiche Materialpalette zur Realisierung auch ausgefallener Schmuckstücke zur Verfügung. In einigen Kursen können Spezialwerkzeuge oder Materialien erworben werden.



Mitten in der idyllischen Bergwelt in Braunwald liegt die Kurswerkstatt, das Eishäuschen.

## Silberschmieden, 12. bis 17. Juli und 19. bis 24. Juli

In diesen Kursen können verschiedene klassische Silberschmiedetechniken erlernt werden. Ausserdem wird das Know-how zur Montage verschiedener Elemente der Gefässe vermittelt. Die Leitung des ersten Kurses hat Silber- und Goldschmied Karl Geiger. Die zweite Durchführung wird von Annette Zey betreut. Die Gold- und Silberschmiedin führt ein eigenes Atelier in Nürnberg und ist Dozentin an der Werkbund-Werkstatt Nürnberg.

## Email, 26. bis 31. Juli

Email ist die dauerhafte Verschmelzung der Werkstoffe Metall und Glas. Das experimentelle und kunsthandwerkliche Emaillieren steht im Mittelpunkt dieses Seminars. Es werden verschiedene Emailtechniken vermittelt. Kursleitung: Goldschmiedin und Designerin Mandy Rasch. Sie unterrichtet unter anderem an der Handwerkskammer Erfurt und engagiert sich für das Erfurter Schmucksymposium.

## Fassen von Edelsteinen, 2. bis 7. August

Zu Übungszwecken werden verschiedene Fassungen mit Stein zur Verfügung gestellt. Es können auch eigene Steine und die dazu passenden Fassungen oder Schmuckstücke mitgebracht werden. Teilnehmende mit wenig Vorkenntnissen beginnen mit Cabochon, Zargen- und Griff-Fassungen. Dazu gehört unter anderem auch das Herrichten der Werkzeuge. Fortgeschrittene können das Einreiben oder die Verschnitt-Kornfassungen ausprobieren. Am 25. bis 26. April findet zu diesem Thema ein Wochenendkurs in Freiburg im Breisgau statt. Kursleitung: Wolfgang Schütz. Fassermeister aus Pforzheim.

## Edelsteinschleifen, 9. bis 14. August

In einer Einführung werden Edel- und Schmucksteine und die für das Schleifen wichtigen Eigenschaften vorgestellt. Anschliessend wird die Bearbeitung der Rohsteine mit

der Steinsäge und diversen Schleifmaschinen geübt. Es können eigene Steine mitgebracht oder Rohsteine zu günstigen Preisen vor Ort ausgewählt werden. Kursleitung: Hubert Heldner von Free Form Artists aus Montreux und Noreen Masaki vom Lapidary Training Centre LTC in Dar-el-Salaam, Tanzania.

### Traditionelle japanische Techniken, 16. bis 22. August

Meister Kageyama wird mit den Teilnehmenden zu Beginn dieses Kurses drei traditionell japanische Metall-Legierungen anfertigen: Shakudō „Rotkupfer“, Shiro und Nami Shibuichi. Im zweiten Teil wird die Flächentauschierung Nunomezogan geübt. Verschiedene Patiniervorgänge mittels japanischer Rezepte werden vorgestellt. Kursleitung: Kimiaki Kageyama war Professor und Leiter des Metallbereichs am Hiko Mizuno Jewelry College in Tokio, Japan.

### Mokume Gane, 30. August bis 4. September

Dünne Bleche aus Kupfer, Silber, Palladium oder Gold werden in mehreren Schichten übereinander verschweisst. In dem so entstandenen Barren werden durch teilweises Abtragen der Oberfläche Strukturen (Muster) eingearbeitet. In diesem Workshop wird gezeigt, wie man Bleche und Ringe in der Mokume-Gane-Technik anfertigt. Die Herstellung des Barrens erfolgt nach einem vereinfachten Verfahren mit einem Brenner anstelle eines speziellen Ofens. So können nach dem Kurs mit geringem Aufwand Mokume-Gane-Schmuckstücke hergestellt werden. Kursleitung: Georg Schulte, Goldschmied. Dozent für Mokume Gane und Leiter der Goldschmiedewerkstatt Oeding in Münster.

### Giesstechniken, 6. bis 11. September

Formen und Strukturen, die mit den klassischen Goldschmiedewerkzeugen nicht

machbar sind, geben der Giesstechnik die besondere Note. In diesem Workshop werden Techniken wie das Wachsausschmelzverfahren, der Sandguss und der Ossa-Sepiaguss vorgestellt. Kursleitung: Goldschmiedin Annina Rodigari. Sie hat ein Atelier für Gestaltung und Webdesign und unterrichtet an der HfG Zürich.

### Japanische Lacktechnik, 13. bis 18. September

In diesem Kurs erhalten die Teilnehmenden einen Einblick in die faszinierende Welt der japanischen Lacktechnik als komplexes Kunsthandwerk. Es werden fünf verschiedene Techniken des Lackierens mit Cashewlack auf Metall, Holz und Plastik gezeigt. Diese können an mitgebrachten Schmuckstücken oder Objekten angewendet werden. Kursleitung: Designerin Francine Schloeth aus Buenos Aires, Argentinien, die unter anderem Japanlack (Cashew) mit Sabine Hauss und Hiro Kanazawa in Barcelona studiert und Weiterbildungen in der Urushi-Lackkunst bei verschiedenen Meistern in Kyoto, Japan absolviert hat. (pd)

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



Neu zu den Sommerworkshops hat sich das Thema Japanische Lackkunst mit Francine Schloeth gesellt.



Auch im Steinschleifen können sich die Kursteilnehmer üben.



**Ihr Spezialist für:**  
**Brillanten und Fantasiemedianten**  
in allen Grössen und Farben.

**Eigene Diamantschleiferei**

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

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



Konfliktfrei.



OEKOGOLD®

# Commercialisation de la montre-bracelet quartz en 1969

Le jour de Noël 1969, quelques magasins de montres exclusifs à Tokyo mettaient en vente la montre-bracelet quartz Astron de Seiko. Il s'agissait du premier garde-temps de ce genre au monde disponible dans le commerce. Avec son boîtier en or, elle valait le prix d'une voiture Toyota Corolla.

En 1959, la manufacture de montres Seiko, fondée en 1881 à Tokyo par Kintaro Hattori (1859-1934) lançait à Suwa (Japon central) le projet d'évaluer de nouvelles technologies applicables à la mesure du temps. On rassembla à cet effet un petit groupe de scientifiques dirigés par l'ingénieur-mécanicien Tsuneya Nakamura (1923-2018). Nakamura et ses collaborateurs arrivèrent à la conclusion qu'un oscillateur à quartz alimenté par une pile miniature combiné à un diviseur de fréquence électronique et un moteur pas-à-pas avait de bonnes chances de dépasser la précision de la montre-bracelet mécanique d'un facteur d'au moins dix. Des horloges à quartz de la grandeur d'une armoire existaient bien depuis les années trente, mais leur miniaturisation à un volume de quelques centimètres cube était un défi extraordinaire.

Seiko étant responsable du chronométrage sportif lors des Jeux Olympiques de Tokyo en 1964, l'équipe de Nakamura, forte alors d'une trentaine d'ingénieurs et de physiciens, développa le « Crystal Chronometer », à commande optique ou électrique. Ce chronomètre de table était l'équivalent d'un chronomètre de marine et fut primé comme tel au Concours d'Observatoire de Neuchâtel en 1964. Au Concours de 1965, Seiko déposait six chronomètres de poche quartz d'une miniaturisation déjà poussée et obtint avec ceux-ci les rangs deux à sept.

## Mouvements miniaturisés

En novembre 1967, l'équipe de Nakamura déposait à Neuchâtel quatre prototypes de mouvements quartz miniaturisés. Leur volume de 3,7 centimètres cubes respectait exactement les spécifications d'un mouvement de montre-bracelet. Ils étaient équipés d'un résonateur à quartz en forme de diapason dont la fréquence se montait à 8192 Hertz. Le résonateur quartz était activé par un oscillateur électronique, sa fréquence étant divisée 13 fois par deux par un circuit composé de 76 transistors „nus“ ainsi que des condensateurs et résistances miniatures requis. Le tout noyé dans du plastique générait des impulsions de 1 Hertz alimentant un moteur pas-à-pas du type inventé par l'ingénieur français Marius Lavet (1894-1980).

A part les quatre prototypes de Seiko, onze mouvements quartz d'un type tout différent avaient été déposés par le Centre Electronique Horloger (CEH) de Neuchâtel en vue du Concours d'Observatoire de 1967. Ces derniers obtinrent les rangs de 1 à 10, alors que Seiko devait se contenter des rangs 11, 13, 14 et 15. Cette performance relativement médiocre (pourtant jamais atteinte par un mouvement mécanique) était surtout due au fait que les mouvements du CEH avaient été munis d'un très simple système de compensation de la dérive thermique du quartz en vue des tests à 37 et 4 degrés. Les scientifiques de Seiko n'y avaient pas pensé.

Seiko n'a jamais communiqué la date exacte à laquelle son premier prototype quartz fut mis en marche à Suwa. Mais deux ans après le Concours de 1967, Seiko mettait en vente les premiers cent exemplaires de sa montre-bracelet quartz «Astron». Seiko a donc

indubitablement la priorité commerciale pour la montre de ce genre. Par contre, la priorité technique revient au CEH, l'avance n'étant que de quelques semaines.

## Trois technologies-clé

Trois technologies toutes nouvelles à l'époque ont marqué le développement du mouvement quartz jusqu'à sa structure actuelle: l'oscillateur-diapason quartz photolithographique, le circuit intégré du type CMOS et le moteur Lavet déjà mentionné. De plus, Seiko doubla deux fois la fréquence du quartz pour atteindre 32'768 Hertz; elle devint le standard de l'industrie en 1972.

Pour l'ensemble des fonctions électroniques, la toute nouvelle technologie CMOS basse tension à très faible consommation s'avéra idéale. Une importante participation de Seiko au capital-actions de l'entreprise Intersil fondée dans la Silicon Valley par le physicien suisse Jean Hoerni permit aux Japonais l'accès à cette technologie de pointe. Hoerni avait d'abord contacté l'industrie horlogère suisse, qui ne montra aucun intérêt. Le prix du résonateur quartz baissa d'un facteur 500 grâce à la technologie photolithographique de l'entreprise californienne Statek. Seiko acheta la licence pour 1,5 million de dollars et d'une part de 15 pourcents au capital de l'entreprise. Jürgen Staudte, fondateur de l'entreprise avait comme Hoerni d'abord contacté sans succès l'industrie horlogère suisse.

## Une innovation vraiment disruptive

Le design technologique fondamental du mouvement 35SQ développé pour l'Astron par Nakamura et son équipe ainsi que l'intégration des trois technologies-clé submentionnées devinrent une «success story» unique dans l'industrie. La combinaison d'une pile à l'oxyde d'argent ou d'un accumulateur à ions de lithium alimenté par cellules solaires, d'un quartz photolithographique, d'un circuit intégré CMOS et d'un moteur Lavet s'avéra imbattable. Ce design fut adapté sans modifications au montage automatique; la production annuelle de mouvements de ce genre dépasse le milliard.

Depuis 1969, Seiko utilise la marque Astron pour ses montres particulièrement innovatrices. Parmi celles-ci on citera en premier lieu la montre ultime lancée en 2012. Elle cumule la précision atomique grâce à la synchronisation au GPS, l'indication automatique de l'heure et de la date dans les 39 zones horaires du monde ainsi que d'un accumulateur au lithium dont la durée de vie peut atteindre 15 ans. En 2018 Seiko lançait avec un succès remarquable la version 5X considérablement amincie et allégée, mais sans restrictions quant aux spécifications.

Lucien F. Trueb



Ce modèle anniversaire de Seiko est disponible (dans la limite des stocks) auprès de MoBijoux.



Tsuneya Nakamura (1923-2018), chef de l'équipe Seiko qui développa la montre-bracelet quartz Astron, lancée fin 1969. Photo: Sankei.com

# Neue Münchner Zeiten

Viele Uhrenmarken haben ihre Neuheiten dieses Jahr bereits an der Inhorgenta Munich präsentiert. Eine kleine Auswahl mit viel Farbe, Klassikern und Mechanik.



## Kolibri

Die Uhrenmarke Alexander Shorokoff aus dem bayerischen Alzenau ist bekannt für ihre kunstvollen Zifferblätter. Frisch in München gezeigt worden ist das Modell „Kolibri“, das in einer Auflage von 13 Stück gefertigt wird. Jedes Perlmutter-Zifferblatt wird von Hand mit spezieller Ölfarbe bemalt und in mehreren Wiederholungen bei 100 Grad im Ofen gehärtet. Die Fertigung dauert etwa 40 Arbeitsstunden. Die Uhr mit Edelstahlgehäuse misst 41 mal 41 Millimeter. Der empfohlene Verkaufspreis liegt bei 4995 Euro.



## Farbenpracht

Die dänische Uhrenmarke August Berg ist im August von Anne und Anders Juel Sauerberg gegründet worden. Mit der neuen Marke wollen die beiden an den bewussten Umgang mit der Zeit erinnern: Zeit ist kostbar und das grösste Gut, das der Mensch hat, so die Botschaft. Eine Besonderheit bildet die Kollektion „Morris & Co. X August Berg“, für deren Zifferblätter Designmotive des britischen Textilhauses Morris & Co. verwendet werden und die nach einem Jahr jeweils vollständig neu zusammengestellt wird.



## Sterngucker

Astroscope heisst eine der vielen Neuheiten, die Meistersinger an der Inhorgenta vorstellte. Sie verfügt über ein Tag-Datumswerk. Besonderheit ist, dass die Wochentage, durch die ihnen traditionell zugehörigen Himmelskörper-Symbole repräsentiert sind: Montag/Mond, Dienstag/Mars, Mittwoch/Merkur, Donnerstag/Jupiter, Freitag/Venus, Samstag/Saturn, Sonntag/Sonne. Angeordnet sind sie auf dem Zifferblatt so, wie sie sich alle zehn bis zwölf Jahre (auch im Juli 2020) am südlichen Nachthimmel der Nordhalbkugel präsentieren.



## Rasanz

Sportlich rasant präsentiert sich die Kalpagraphe Chronomètre Titane, die Parmigiani Fleurier erstmals 2019 am SIHH in Genf präsentiert hat und die jetzt endlich in limitierter Auflage von jeweils 28 Stück in grauer, grüner und blauer Variante erhältlich ist. Die Uhr ist mit dem 2018 lancierten Kaliber PF362 mit integriertem Chronograph, automatischem Aufzug, COSC-Zertifizierung und einer Gangreserve von 65 Stunden ausgestattet. Das federleichte Titangehäuse misst 48,2 mal 40,4 Millimeter.



## Durchblick

Zu den Highlights, die Roamer in München präsentierte, zählt die Competence Skeleton III mit offenem Zifferblatt. Die Uhr ist in drei verschiedenen Varianten erhältlich, in Silber-, Gelbgold- und Roségold-Optik, in verschiedenen Lederbandvarianten sowie mit ein- oder zweifarbigem Stahlband. Die Dreizeigeruhr mit Schweizer Automatikwerk verfügt über ein 43-Millimeter-Edelstahlgehäuse, Saphirglas und ist wasserdicht bis 5 Atm.



## Bicompax

Schlicht „158“ heisst der neue Fliegeruhren-Chronograph der Frankfurter Uhrenmarke Sinn, der den Fachbesuchern in München neben der „104 St Sa A B E“ als zweite grosse Inhorgenta-Neuheit präsentiert worden ist. Vorbild der Uhr bilden ausgemusterte Bundeswehr-Chronographen von Heuer, die Firmengründer Helmut Sinn in den 80er und 90er Jahren aufkaufte, revidierte und als „Bundeswehr-Chronograph für Piloten“ neu lancierte. Ausgestattet ist die 158 mit einem Automatik-Werk Sellita SW 510. Limitiert ist sie auf 500 Exemplare.

# Who

## BV Uhren und Schmuck, Pforzheim (D),

der deutsche Bundesverband der Hersteller und Zulieferindustrien, wies für das Jahr 2019 einen Umsatzrückgang für die deutsche Uhrenindustrie aus. Die Zahl der produzierenden Uhrenmarken mit mehr als 50 Beschäftigten sank von 16 auf 14, ihr Umsatz in den ersten elf Monaten belief sich auf etwa 348 Millionen Euro, das sind 7,2 Prozent weniger als 2018. Die Zahl der Mitarbeiter bei den Uhrenmarken mit mehr als 50 Beschäftigten sank zudem von 2741 auf 2358. Der Exportwert der gesamten deutschen Uhrenindustrie sank um 8,7 Prozent auf 1,38 Milliarden Euro. Anders beim Schmuck: Dort konnten die Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten, deren Zahl 2019 auf 27 stieg, ihren Umsatz bis November um 15 Prozent auf 427 Millionen steigern. Die Zahl der Mitarbeitenden der Schmuckmarken mit mehr als 50 Beschäftigten stieg im gleichen Zeitraum um 17 Prozent von 2474 auf 2895. Der Gesamtexportwert der deutschen Schmuckindustrie sank 2019 in den ersten elf Monaten jedoch um etwa 9,2 Prozent auf rund 2,155 Milliarden Euro.

## La BV Uhren und Schmuck, Pforzheim (D),

association fédérale allemande des fabricants et des fournisseurs, a fait part d'un recul du chiffre d'affaires de l'industrie horlogère allemande en 2019. Le nombre de marques horlogères assurant une production et comptant plus de 50 employés a baissé de 16 à 14 et leur chiffre d'affaires global s'est monté à la fin des onze premiers mois à près de 348 millions d'euros, soit 7,2 pour cent de moins qu'en 2018. Le nombre de collaborateurs des marques horlogères comptant plus de 50 employés est par ailleurs passé de 2741 à 2358. La valeur des exportations de toute l'industrie horlogère allemande a baissé de 8,7 pour cent à 1,38 milliard d'euros. La situation est tout autre dans le secteur joaillier: les entreprises occupant plus de 50 employés, dont le nombre a augmenté à 27 en 2019, ont pu faire grimper leur chiffre d'affaires de 15 pour cent à 427 millions d'euros jusqu'en novembre. Le nombre de collaborateurs des marques joaillières occupant plus de 50 employés a augmenté de 17 pour cent de 2474 à 2895 durant cette même période. Durant les onze premiers mois de 2019, la valeur totale des exportations de l'industrie joaillière allemande a cependant baissé de 9,2 pour cent environ à près de 2,155 milliards d'euros.

## Christ Uhren & Schmuck, Winterthur,

erzielte 2019 einen Umsatz von rund 78 Millionen Franken, was gegenüber 2018 (81 Mio.) einem Rückgang um 3,7 Prozent entspricht. Die Zahl der Verkaufsflächen sank im gleichen Zeitraum von 65 auf 64, die Bruttofläche ging von 5395 auf 5254 Quadratmeter zurück. Ende 2019 beschäftigte Christ schweizweit 386 Mitarbeitende, im Vorjahr waren es 401. Lernende waren es Ende Jahr 23, gegenüber 29 Ende 2018.

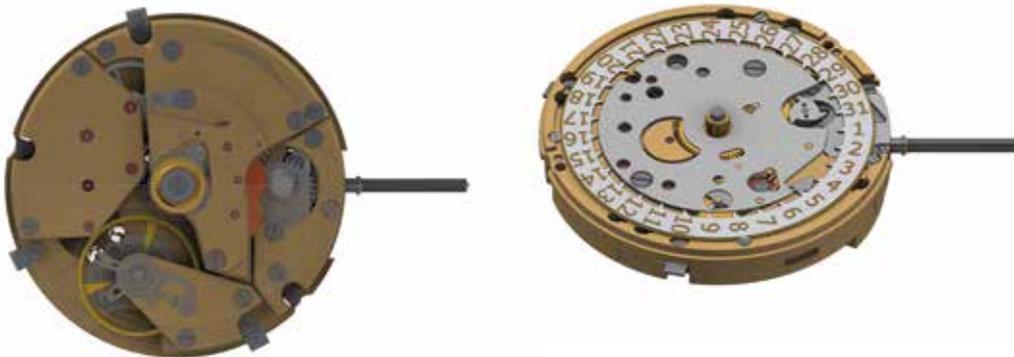
## Christ Watches & Jewellery, Winterthur,

a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 78 millions francs suisses en 2019, ce qui représente une baisse de 3,7 pour cent par rapport à 2018 (81 mio CHF). Au cours de la même période, le nombre de points de vente a diminué de 65 à 64, tandis que la surface de vente est passée de 5395 à 5254 mètres carrés. Fin 2019, Christ employait 386 personnes dans toute la Suisse, contre 401 l'année précédente. 23 apprentis étaient en poste à la fin de l'année, contre 29 fin 2018.

# L'«open source» est-il l'avenir de l'horlogerie?

L'association openmovement travaille au développement d'un mouvement libre de droit. Pour la première fois dans l'horlogerie, les plans du calibre seront accessibles par les acquéreurs. Qui pourront librement le modifier ou l'améliorer.

«Nous sommes en train d'écrire un nouveau chapitre de l'horlogerie suisse.» Roman Winiger travaille à concrétiser le rêve de beaucoup d'horlogers. Comme il existe des logiciels en open source (Linux, Wordpress ou encore Typo3), l'horloger indépendant de La Chaux-de-Fonds a eu l'idée de départ de développer un mouvement mécanique dont les plans seront ouverts. Dirigé par l'association openmovement, qui réunit une trentaine d'horlogers et d'entreprises, suivi par une communauté de quelque 470 «users», le projet a pour but de stimuler la créativité en donnant la possibilité aux indépendants, PME et écoles techniques d'accéder non seulement à des kits d'ébauches (tout ou partie des composants), mais surtout aux cotes, mesures et dimensions du mouvement. «Chacun sera libre, selon ses compétences, de commander des pièces ou les réaliser lui-même, précise Roman Winiger, également président de l'association. Nous fonctionnerons comme une épicerie. En retour, celui qui perfectionnera le calibre devra communiquer les changements à la communauté.» Un petit tremblement de terre dans un univers qui cultive le secret depuis toujours.



Battant à 3,5 Hz (25'200 a/h), le Calibre OM10 disposera d'une réserve de marche 78 heures théoriques.

Proposant les fonctions de base heures, minutes, secondes et date, le Calibre OM10 est conçu pour être un tracteur doté d'une bonne force motrice et de raccords ingénieux permettant d'entraîner des modules.

## Un paysage industriel rigide

Jusque dans les années 1970, la variété des mouvements disponibles sur le marché était très riche. De nombreux fabricants proposaient des composants-clés complexes et standardisés pour toute la branche: qu'il s'agisse d'assortiments ou de mouvements, l'industrie horlogère suisse jouissait alors de fournisseurs solides. Cette base n'est aujourd'hui plus accessible aux nouvelles générations d'horlogers.

Et pour cause: le tsunami de ce qu'on a appelé «la crise du quartz» a précipité dans la faillite bon nombre d'entreprises. Celles qui ont survécu ont connu un phénomène de concentration, alors que beaucoup de marques se sont progressivement réunies au sein de grands groupes. A cela s'ajoute, depuis les années 2000, un processus de verticalisation qui a vu les plus grands acteurs racheter des sous-traitants et accroître leur outil industriel. «Une importante partie du savoir-faire se concentre aujourd'hui dans les grandes entreprises», constate Roman Winiger.

## Changer la donne

De fait: pour fabriquer une montre en 2020, il faut soit construire ses propres calibres – comme le font Rolex, Patek Philippe, Audemars Piguet ou encore Breitling – soit acheter des mouvements finis auprès de motoristes comme ETA, Sellita ou Soprod. Dans le premier cas, les coûts de développement et d'industrialisation sont énormes, se chiffrant en dizaines de millions de francs; dans le second, les moteurs arrivent montés et prêts à emboîter, décourageant toutes initiatives de modification ou de perfectionnement, si ce n'est au prix d'efforts considérables, notamment en raison de l'absence de plans.



L'association openmovement intéresse de plus en plus de professionnels. Photo: Yvonne-Dickopf

Le Calibre OM10 a l'ambition de changer la donne. Démarré en 2015, son élaboration en est à la mise en plan, après avoir été modélisé en 3D. Les prochaines étapes sont le prototypage et la fiabilisation. «Nous ne développons pas un mouvement au rabais, souligne Roman Winiger. Les plans seront libres d'accès, mais le mouvement n'est pas gratuit!» Openmovement prévoit ainsi de proposer des kits d'ébauches – y compris des kits d'assortiments (balancier-spiral) – mais pas de mouvement ou parties finis. Charge à l'acquéreur de terminer les composants selon le niveau de finition de son choix et de les assembler. Mais celui-ci peut également les fabriquer lui-même, ou les faire usiner par des tiers. «Openmovement n'est pas une manufacture, poursuit son président. La manufacture, c'est l'Arc jurassien! Nous nous contenterons de fonctionner comme une épicerie.»

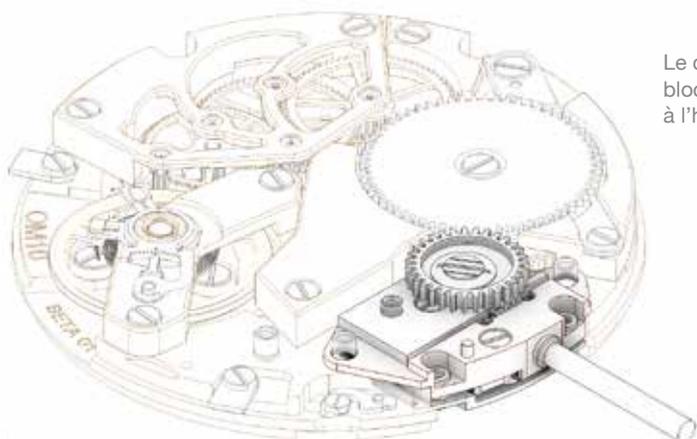
## Rompres avec la discrétion

Utilisable sous sa configuration d'origine (trois aiguilles, date, remontage automatique), le Calibre OM10 est bien évidemment appelé à évoluer. Soumis à une licence Creative Commons (qui facilite la diffusion de la propriété intellectuelle), les acquéreurs sont tenus de partager les améliorations ou les modifications qu'ils apportent au mouvement. L'OM10 peut également servir de tracteur à un module spécialement développé. Dans ce cas, le concepteur reste propriétaire de cette planche additionnelle.

Vendre un plan plutôt qu'un mouvement fini: le modèle rompt avec la discrétion – parfois malade – qui règne sur la branche. De quoi séduire les petites marques et les indépendants, qui pourraient alors se défaire de l'étreinte de ETA et Sellita. De quoi intéresser également les écoles. Mais les concepteurs ne craignent-ils pas, en voulant stimuler la créativité horlogère en Suisse, de servir sur un plateau les concurrents étrangers, notamment asiatiques? Roman Winiger coupe court: «En fait, ceux-ci possèdent déjà savoir-faire et compétences, ils ne comptent pas sur nous pour cela. Par contre, si en Suisse nous perdons cette maîtrise à force de confidentialité, nous serons perdants.»

Jusqu'à aujourd'hui, le projet n'a avancé que grâce aux dons et au travail des membres de l'association. Si cette dernière parvient à trouver rapidement les quelque 250'000 francs qui lui manquent encore pour la phase de prototypage et de tests, le Calibre OM10 pourrait être validé d'ici un an.

Fabrice Eschmann



Le calibre OM10 contient un bloc de remontage et de mise à l'heure séparé de la platine.

# COLPO & ZILIO

Made in Italy



Tel. +39 0444 380160  
[info@colpo-zilio.com](mailto:info@colpo-zilio.com)  
[www.colpo-zilio.com](http://www.colpo-zilio.com)

# Who

## Luminox, Biberist,

ist mit dem britischen Outdoor-Abenteurer Bear Grylls eine langfristige Partnerschaft eingegangen. Erstmals auf sich aufmerksam gemacht hatte der ehemalige Soldat des „British Special Air Service“ (SAS) als er mit 23 Jahren als jüngster Mensch der Geschichte den Mount Everest bestieg. Grylls ist Autor zahlreicher Bestseller, er ist in vielen TV-Sendungen aufgetreten und war gemeinsam mit Personen wie Julia Roberts, Ben Stiller, Barack Obama oder Roger Federer in der Natur unterwegs. Luminox feiert den Beginn der neuen Zusammenarbeit mit einer Speziallinie, die mit dem Logo von Bear Grylls sowie dessen Motto „Never give up“ versehen ist.



Bear Grylls ist neuer Markenbotschafter von Luminox. / Bear Grylls, nouvel ambassadeur de marque de Luminox.

## Luminox, Biberist,

s'est lancé dans un partenariat à long terme avec l'aventurier Bear Grylls. Cet ancien soldat du «British Special Air Service» (SAS) s'est fait remarquer pour la première fois à 23 ans en étant le plus jeune britannique de l'histoire à gravir l'Everest. Bear Grylls est l'auteur de nombreux best-sellers, a fait des apparitions dans plusieurs émissions télévisées et a organisé des excursions dans la nature avec plusieurs célébrités telles que Julia Roberts, Ben Stiller, Barack Obama ou Roger Federer. Luminox fête le début de cette nouvelle collaboration avec une série spéciale comportant le logo de Bear Grylls et sa devise «Never give up».

## Montres Onsa AG, Möhlin,

wurde im Dezember mit der Swiss Fashion Time GmbH fusioniert. Beide Gesellschaften sind Teil der International Luxury Group (ILG). Während die Aktivitäten der Montres Onsa AG unter der Firma Swiss Fashion Time GmbH fortgeführt werden, soll sich für die Kunden laut Informationsschreiben vom 7. Januar nichts ändern. In der Schweiz vertrieben werden die Marken Police, Hanowa, Swiss Military Hanowa, Timberland, Cerruti 1881 und seit dem 1. März neu Ice-Watch.

## Montres Onsa Inc, Möhlin,

a fusionné avec Swiss Fashion Time GmbH en décembre. Les deux sociétés font partie de l'International Luxury Group (ILG). Tandis que les activités de Montres Onsa AG se poursuivent sous le nom de Swiss Fashion Time GmbH, rien ne change pour les clients selon la lettre d'information du 7 janvier. En Suisse, les marques Police, Hanowa, Swiss Military Hanowa, Timberland, Cerruti 1881 et, depuis le 1er mars, Ice-Watch sont distribuées.

# Diamond News

## Marktanalyse 2019

Das Verhältnis von geförderten Rohdiamanten und der Nachfrage nach geschliffenen Diamanten scheint sich langsam wieder einzupendeln. Die Drosselung der Fördermengen der Minen war wichtig. Zumindest haben einzelne Segmente feiner Qualitäten im Preis bereits zugelegt. Die Verkaufszahlen der letzten Monate zeugen von einer guten Stimmung im Markt. Neben den wirtschaftlichen Fragezeichen belastet nun aber das Coronavirus die grossen Märkte in Asien. Messen und Geschäfte leiden unter der Grippe. Es bleibt zu hoffen, dass sich die Situation bald entspannt.

## Verkäufe Rohdiamanten

Alosa hat angekündigt, seine Förderung von Diamanten um elf Prozent zu reduzieren. Es braucht drei bis fünf Monate, um die entsprechenden Minen später wieder zu aktivieren. Dies sei aber frühestens für 2021 geplant. Bis dann sollen die Steine im sibirischen Permafrost ruhen. Auch De Beers hat angekündigt, seine Produktion dieses Jahr um rund fünf Prozent zu reduzieren. Damit kommen ungefähr 1.5 Millionen Carat Rohdiamanten weniger auf den Markt. Bereits 2019 hat De Beers die Verkaufsmenge in dieser Grössenordnung verkleinert.

Firma	Mio USD	2019	2018
De Beers	Cycle 1 Jan	545	500
Alosa	Jan	405	290

## Vergleich Rap Index in %

Der Rap-Index zeigt die Entwicklung des Durchschnittspreises der feinen GIA Diamanten, die auf dem Markt zu den zehn Prozent attraktivsten gehören.

Carat	Dez.	2019
0.30	+ 4.1	- 3.0
0.50	+ 1.5	- 3.3
1.00	- 0.4	- 5.3
3.00	+ 0.2	- 14.8

## Die grössten Diamantminen

Fünf der zehn weltweit grössten Diamantvorkommen befinden sich in Sibirien. Sechs davon werden vom russischen Alosa-Konzern betrieben. In den letzten

zwanzig Jahren wurde keine neue Diamantmine von Bedeutung mehr entdeckt. Die Reserven sind geschätzt.

Mine	Betrieb (seit)	Land (Firma)	Reserven in Mio.ct.
1. Aikhal	1961	Russland (Alosa)	170
2. Jwaneng	1982	Botswana (DeBeers)	160
3. Udachny	1971	Russland (Alosa)	150
4. Nyurba	2000	Russland (Alosa)	130
5. Orapa	1971	Botswana (DeBeers)	130
6. Catoca	1996	Angola (Alosa)	120
7. Ekati	1998	Kanada (Dominion)	100
8. Venetia	1992	Südafrika (DeBeers)	90
9. Lomonosov	1980	Russland (Alosa)	70
10. Mir	1955	Russland (Alosa)	50

## Diamant Versiegelung

Wegen verschiedener Betrügereien hat das Gemological Institute of America (GIA) seinen Service für die Versiegelung von Diamanten eingestellt.

## Valentinstag

Den Blumengeschäften ist es gelungen, jedem Mann ein schlechtes Gewissen einzureden, der mitten in der kältesten Jahreszeit keinen überbeuerten Strauss nach Hause bringt. Die Diamantindustrie könnte da einiges lernen und verbessern. Wer sein Produkt geschickt vermarktet, hat offensichtlich grössere Verkaufschancen. Die CO<sub>2</sub>-Bilanz und die ethischen Aspekte sind besser. Zusätzlich hat der Diamant eine absolute Spitzenposition in Bezug auf Nachhaltigkeit und Emotionalität. Kein anderes Geschenk hat einen ähnlich hohen, bleibenden Wert. Wer die einzigartigen Eigenschaften des Diamanten richtig kommuniziert, darf auf brillante Erfolge hoffen. Zumindest steinreich wird man sowieso.

## Walter Muff fine diamonds

Altgasse, 6340 Baar  
Telefon 056 664 73 73  
walter.muff@bluewin.ch  
www.fine-diamonds.ch

DEN WAHREN WERT VON DIAMANTEN ERKENNT MAN AM FUNKELN IN DEN AUGEN EINER FRAU

fine diamonds are a jeweller's best friends

# Überraschungen aus Fernost

Beim Stöbern in den unteren Etagen des Jewellery Trade Centre an der Silom Road in Bangkok kann man bei Indern und Pakistani überraschende Funde machen. Ein als gebänderter Achat angebotener Cabochon erwies sich als künstliches Material aus farbigen Lacken mit zugemischtem Kalk. Auf dem Internet wird Vergleichbares als Fordit oder Motor Agate angeboten.

Um Kollegen aus dem Labor zu besuchen und die Beziehung mit einigen Händlern zu pflegen, machte der Autor von Hongkong aus einen kurzen Abstecher nach Bangkok. Dabei besuchte er auch die Auslagen von Händlern im Souterrain des Jewellery Trade Centre. Das Hochhaus an der Silom Strasse beherbergt hunderte von Edelsteinhändlern, die dort in den oberen Etagen Hochwertiges anbieten. Im Untergeschoss gibt es auch Massenware, Synthesen, behandelte Steine und Haufen mit Rohsteinen. In der Auslage eines Inder entdeckte der Autor bunt gestreifte Cabochons. Auf die Frage nach dem Namen dieses „Steins“ wurde ihm erklärt, das seien „Banded Agate“. Das Muster war zu leicht und zu bunt für Achat. Er kaufte einige mit der Absicht, die Ware später zu untersuchen.



Ein Cabochon aus Kunststoff mit Farbpigmenten (Breite 35 mm).  
Bilder: H.A. Hänni

Auf dem Rückflug nach Hongkong erinnerte sich der Autor an ein Produkt, das Lore Kiefert vom Gem Lab Gubelin 2003 beschrieben hatte: Rainbow Calsilica. Das künstliche Material ist eine Mischung aus Calcitpulver, Farbpigmenten und ist mit Polymer stabilisiert. Zurück am Computer konnte er im Internet unter „Fordite“ und „Motor Agate“ Vergleichbares finden. Die Bilder passten exakt zu den Mustern.

## Aus der Autoindustrie

Um weitere Erfahrungen zu sammeln, bestellte er zusätzliche Stücke. Dem Fordit wird angedichtet, dass es sich um Reste von Autolack handle, die in der Detroit Autoindustrie in den 1950er Jahren an der gleichen Stelle weggeschüttet worden seien und sich so ein beachtliches Sediment gebildet hätte. Fordit lässt sich gut schleifen und polieren, wie sich in seiner Werkstatt zeigte.



Ein Rohstück Fordit, Kunstprodukt aus Kalkpulver und Farbbrechen (Breite 8 cm). Bild rechts zeigt einen Fordit-Cabochon, geschliffen aus dem Stück im Bild links.



Mabé-Zuchtblister in einer Pteria-Penguin-Auster, hergestellt zum chinesischen Jahr der Ratte.

In Hongkong und China wurde kürzlich Neujahr gefeiert. Dazu hatten findige Perlenzüchter eine prima Idee. Da nun das Jahr der Ratte begonnen hat, produzieren sie kleine, flache Rattenfigürchen, die sie unter den Mantel von Austern (Pteria Penguin) legen. Nach kurzer Zeit ist dann eine Ratten-Mabé-Zuchtblister reif für die Ernte. Als Zuchtperlendoublette im Amulett begleitet es den Träger nun durch das Jahr und bringt ihm Glück.

Prof. Dr. Henry A. Hänni

[www.gemexpert.ch](http://www.gemexpert.ch)



# Who

Coeur de Lion, Stuttgart (D), ist verkauft worden. Die Gründer Carola und Nils Eckrodt informierten am 13. Januar darüber, dass sie die Marke an den bisherigen Mitinhaber Aeternum übergeben haben und operativ aus dem Geschäft ausscheiden. Die Aeternum Holding ist seit 2011 an Coeur de Lion beteiligt und gehört zu 100 Prozent zur Hamburger Holding Peter Möhrle. Coeur de Lion wird seit Mitte Januar operativ von Markus Lampe geführt, der auch Geschäftsführer von Aeternum ist. An der Ausrichtung der Marke soll sich nichts ändern. Wie Lampe betont, soll der Fachhandel auch weiterhin das Herzstück der Markendistribution von Coeur de Lion bleiben.

Cœur de Lion, Stuttgart (D) a été vendu. Carola et Nils Eckrodt, les fondateurs de la marque, ont indiqué le 13 janvier qu'ils avaient remis la marque à leur copropriétaire, Aeternum, et qu'ils quittaient ainsi les affaires opérationnelles. Le groupe Aeternum participe depuis 2011 à la marque Cœur de Lion et appartient totalement au groupe Peter Möhrle à Hambourg. Depuis mi-janvier, le secteur opérationnel de Cœur de Lion est dirigé par Markus Lampe, qui est aussi le directeur d'Aeternum. L'orientation de la marque ne devrait pas changer. Comme le souligne Markus Lampe, les commerces spécialisés devraient rester les principaux acteurs de distribution de Cœur de Lion.

Gyr Edelmetalle AG, Baar, überwiegt dem Verein Interessengemeinschaft Goldschmiede-Ausbildung (IGG) für das Jahr 2019 den Gesamtbetrag von 37'346,45 Franken, den sie durch die Erhebung auf ihren Rechnungen zusammengetragen hat. Die Beitragszahler waren die Kunden der Gyr Edelmetalle AG, die für alle Produktlieferungen und Scheidguteleistungen pro 100 Franken Façon jeweils einen Beitrag von 70 Rappen an die IGG leisteten. Ziel der IGG ist es, die Lehrbetriebe von den überbetrieblichen Kurskosten zu entlasten. Alle Zulieferer der Goldschmiede-Branche sind eingeladen, dem Verein auf [www.igg-cifab.ch](http://www.igg-cifab.ch) beizutreten.



Gyr Métaux Précieux SA, Baar, a versé pour l'année 2019 à la Communauté d'Intérêts pour la Formation des Artisans Bijoutiers (CIFAB) le montant de 37'346,45 francs, une somme réunie par la perception d'une taxe marginale sur chaque facture. Les contributeurs ont été les clients de la maison Gyr métaux précieux SA qui prélèvent à l'IGG une contribution de 70 centimes pour chaque 100 francs. Le but de l'association consiste à décharger les entreprises formatrices des frais inhérents aux cours interentreprises. Tous les fournisseurs de la branche de la bijouterie sont invités à rejoindre la CIFAB sur son site [www.igg-cifab.ch](http://www.igg-cifab.ch).

J'aime les Gemmes: Eduard J. Gübelin

## A tout Seigneur, tout honneur!

Une série d'articles sur les inclusions et sur les chasseurs d'images gemmologiques ne peut débuter qu'avec le Maître: le Dr Eduard J. Gübelin. Si ce dernier, après 65 ans d'une très riche carrière, s'est éteint en 2005, ses nombreux livres, publications, ses photos et diapositives remarquables ainsi que son travail de pionnier sur les inclusions lui survivent. Aujourd'hui encore, ses nombreux jeunes disciples ne prononcent son nom qu'avec révérence.

Il reste probablement le plus célèbre des gemmologistes de par le monde et les articles scientifiques qu'il a rédigés pour toutes les grandes associations et revues internationales de gemmologie restent essentiels.

Eduard est le petit-fils du fondateur de la dynastie familiale de détaillants en horlogerie-bijouterie lucernoise. Il naît en 1913 et débutera dans la profession en travaillant à temps partiel dans l'entreprise parentale tout en poursuivant ses études universitaires de minéralogie à Zurich. Il fut le premier minéralogiste à classer les inclusions dans les minéraux d'une manière systématique, démontrant ainsi l'importance des caractéristiques internes pour déterminer l'identité d'une pierre et, parfois, son origine géographique. Grand innovateur dans la création et le développement des instruments gemmologiques, il fut également un important collectionneur de gemmes et un véritable ambassadeur, dès les années 1930, d'une toute jeune science: la gemmologie.



Deux cristaux de pyrite entremêlés dont les faces cubiques sont en escalier (30X). Cristal de roche (quartz) du Brésil. Photos: Ed. Gübelin

### Un Suisse multi-titré

Docteur en minéralogie de l'Université de Zurich (1941), il s'était déjà déplacé aux Etats-Unis, en 1939, pour suivre l'un des tout premiers cours de gemmologie dispensés par le GIA à Los Angeles. Il y obtint ce qui équivaut, aujourd'hui, au titre de GG (Graduate Gemologist). En 1945, il passe son Certificat Diamant de la Société Suisse de Gemmologie (SSG) puis, en 1954, le titre d'Expert. Entre temps, il collectionne les examens et les diplômes de l'Association de Gemmologie de Grande-Bretagne (FGA), d'Allemagne, et de quelques autres.

### La classification des inclusions

Lorsque le Docteur (comme tout le monde l'appelait!) a découvert les beautés intérieures des gemmes en regardant à travers un microscope (qui n'était pas encore à champ noir), il y a cent ans, les inclusions étaient considérées, au mieux, comme des



Cette formidable inclusion rouge d'une fine plaquette d'hématite représente pratiquement la Suisse (70X)! Elle se situe sur la quatrième de couverture du Photoatlas vol. 1.

imperfections indésirables, au pire, comme des défauts à rejeter. En 1953, dans son livre «Inclusions as a Means of Gemstone Identification», il propose une classification des inclusions dans les pierres précieuses en relation avec le cristal hôte:

- inclusions protogénétiques (préexistantes). Ces inclusions existent avant la création du cristal hôte et sont toujours minérales
- inclusions syngénétiques (simultanées). Inclusions minérales, fluides (liquides) ou gazeuses qui se sont formées et ont été emprisonnées simultanément à la création du cristal hôte
- inclusions épigénétiques. Ces inclusions se forment une fois que l'hôte est totalement développé et peuvent se créer parfois des millions d'années plus tard.

Alors que les inclusions deviennent, grâce à lui, un outil diagnostique de l'identification des pierres naturelles et synthétiques, Eduard Gübelin, dès le milieu du XXe siècle, rédige des livres illustrés de ses magnifiques photos d'inclusions, d'abord en noir et blanc puis en couleur. Les trois «Photoatlas of gemstones» co-écrits et photographiés avec John Koivula du GIA, restent la plus belle somme de travail effectuée dans ce domaine, à la fois pour des amateurs éclairés et des scientifiques.

### Eduard Gübelin, le poète

Quinze jours avant son décès, Eduard Gübelin, prenait la dernière de ses fabuleuses diapositives grâce à son microscope personnel Zeiss et à son appareil photo Nikon SLR. Humaniste, le Docteur ne livrait jamais une inclusion brute, il savait la décrire poétiquement avec des termes qui marquaient durablement les gemmologues de base. Il



Tout bon gemmologue se doit d'avoir dans sa bibliothèque les trois volumes du Photoatlas co-rédigé et photographié par John Koivula du GIA.  
Photo: CdV Consulting



Le Dr Gübelin s'était impliqué dans la gemmologie dans la première partie du XXe siècle. Il a créé et/ou amélioré de nombreux instruments gemmologiques.  
Photo: Gübelin

aimait parler de sa passion dans les différents congrès de gemmologie à travers le monde et s'exprimait en cinq langues.

Si l'anglais restait sa langue favorite, il appréciait beaucoup le français. A la SSG, il réservait toujours une ou deux de ses meilleures conférences «pour mes amis romands», ce qui lui valait un tonnerre d'applaudissements. Docteur, nous vous regrettons encore...

*Catherine De Vincenti*

## J'aime les gemmes, j'aime les inclusions!

Toutes les pierres recèlent un monde intérieur souvent insoupçonné et invisible à l'œil nu. Ces «inclusions» signent le travail de la nature et permettent de différencier une pierre naturelle d'une pierre synthétique ou d'une imitation. Durant cette année 2020, nous nous attacherons à vous faire découvrir le fabuleux univers des inclusions et mettrons sur le devant de la scène quelques gemmologues renommés pour leur travail en macro-micro photographie.

Ecologique.

OR ECOLOGIQUE®

**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](http://www.goldschmiedebedarf.de)

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

**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](mailto:info@gemexpert.ch)  
[www.gemexpert.ch](http://www.gemexpert.ch)

# Retour sur une décennie au cœur du diamant

Un cinquième du XXI<sup>e</sup> siècle vient de s'écouler et désormais tout est prétexte à bilan. S'il y a bien une décennie sur laquelle il faut se retourner, c'est celle du marché du diamant! Plus rien n'est comme à l'ère précédente, la réalité se modifie pratiquement d'année en année et de grandes mines, qui avaient traversé le XX<sup>e</sup> siècle, avec succès n'existent plus. En dix ans, le monde a changé, les marchés ont été totalement rebattus et la valeur de la pierre, souvent décrite comme «la plus précieuse», a chuté d'un pourcentage à deux chiffres.

Lorsque vous vous rendez aujourd'hui à Anvers, vous avez certainement rendez-vous avec M. Shah ou M. Khan. Où sont passés Messieurs Goldstein, Blumenthal ou Rubinstein? Depuis le début du siècle, ils ont cédé le pas et leur entreprise a des conglomérats indiens que l'Etat finançait à grand renfort de dollars. L'argent coulait à flot, les prêts étaient faciles pour ces indiens qui avaient inventé, avant Jésus-Christ, le marché du diamant. On l'oublie trop souvent! Tout allait pour le mieux dans le meilleur des mondes. Les stocks étaient pleins à ras-bord, les affaires marchaient du feu de dieu et les prix augmentaient. Le marché intérieur indien passait même pour un probable Eldorado.



Pierres brutes provenant d'une des mines d'Alrosa. Le groupe aurait trouvé récemment deux mines prometteuses.... Photo: Alrosa

l'un des importants groupes miniers était l'australien BHP Billiton (Broken Hill Property Co), fondé en 1895. Ce conglomérat, qui avait des intérêts dans le diamant mais aussi, et surtout, dans l'uranium, le charbon, le pétrole ou encore la bauxite, n'existe pratiquement plus aujourd'hui après avoir vendu, en 2013, ses actifs dans la mine d'Ekati (Canada) qui travaille des cheminées diamantifères vieilles de 45 à 62 millions d'années. Ensemble,

## Le début de la décennie 2010-2020

Après la crise de 2008, qui a marqué la première décennie, les banques indiennes et étrangères ont rappelé aux entrepreneurs fortement endettés dans le diamant qu'il ne fallait pas seulement payer les intérêts des prêts mais aussi les amortir. Adieu à certains Messieurs Shah et Kahn qui, malgré la vente de leur marchandise à prix bradés, n'ont pas tenu le coup! Néanmoins, les prix ont commencé à s'effondrer de façon variable selon la qualité et le poids des diamants. On pensait donc débiter la période 2010-2020 en ayant passé le pire. Erreur!

## Les trois grands: De Beers, Alrosa et Rio Tinto

Finalement, ces derniers dix ans, ont vu une forte détérioration du marché du diamant brut. Le temps où De Beers se targuait de monopoliser 80 à 90 pour cent du marché du diamant est bel et bien révolu. En 2010, l'entreprise vendait encore pour 5,08 milliards de dollars de diamants bruts. En 2019, son chiffre d'affaires avait fondu de 20 pour cent, pour une somme de quatre milliards de dollars. Alrosa estimait sa perte à environ 19 pour cent pour un chiffre qui se situe aux environs de 3,2 milliards de dollars. Quant au «petit» troisième, Rio Tinto, il perdra durant cette période 30 pour cent de son chiffre d'affaires. Souvenez-vous, en 2010,

ces trois entreprises représentaient, en 2010, 86 pour cent du marché. Elles ont perdu treize pour cent neuf ans plus tard. Que s'est-il passé? De nombreuses «petites» exploitations comme Dominion, par exemple, leur ont grignoté des parts de marché.



Vieille action au porteur de De Beers Consolidated Mines Ltd datant de 1902. A l'époque, De Beers était le plus important groupe minier du monde concernant le diamant.

## Toujours plus

La production de diamants aurait dû être régulée mais ça n'a pas été le cas. Fini le bon temps des cartels. C'est maintenant «chacun pour soi» et Dieu ne sera pas présent pour tous, hélas! La plupart des compagnies minières ont augmenté leur production et ont acheté ou racheté des mines et les ont développées. Pour ne parler que d'Alrosa, le groupe extrait actuellement plus d'un quart de ce qu'il sortait de terre fin 2009. Pas étonnant que le prix moyen du carat de brut ait perdu 26 pour cent durant cette période. Inutile de préciser que les coffres forts sont plus que pleins alors que les ventes ne cessent de diminuer! Ces modifications se reportent

également sur les diamants polis. Chez les indiens, l'export a chuté de 13,5 pour cent et de 17 pour cent chez les belges, mais c'est Israël qui a souffert le plus en perdant pratiquement 30 pour cent de son marché d'exportation.



## Le diamant synthétique

Pendant ce temps, se développaient rapidement le diamant synthétique et, en corollaire, les ventes par

En 1947, une jeune américaine, Frances Gerety, imagine un slogan qui va faire la fortune de son agence de publicité et de son employeur final, le Groupe De Beers. Cette année-là, les diamants sont devenus éternels!

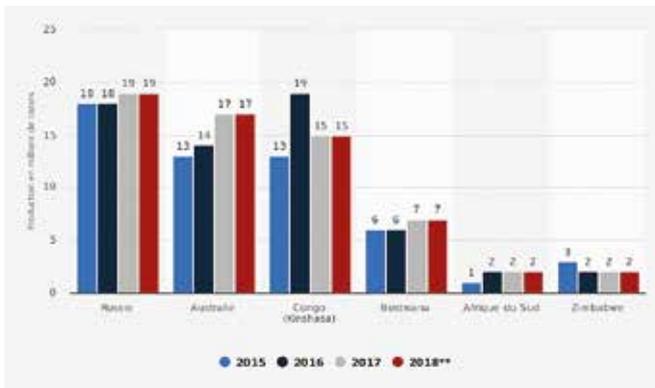
Diamants synthétiques de toutes les qualités et toutes les couleurs pour pas très cher. Une des publicités de Lightbox: «Only God knows if it is real» (Il n'y a que Dieu pour savoir s'il est vrai).  
Photo: Lightbox



internet. Depuis de nombreuses années déjà, De Beers avait beaucoup investi dans la recherche et le développement de cette synthèse. Aujourd'hui, son entreprise Lightbox, est à la pointe de la vente des diamants synthétiques incolores et de couleur (rose, bleu, jaune, brun, etc ...) écoulés avec des «certificats» maison donnant la couleur et la pureté selon l'échelle du GIA. Grâce à des allégations mensongères faisant croire qu'une grande partie des diamants naturels sont des «diamants du sang» et que les pierres de synthèse sont plus «écologiques» (Mon œil!), ils ont étendu leur pouvoir avec l'aide d'internet. Leur publicité mentionne: «Le carat à 800 dollars!». Le pouvoir du diamant est donc grignoté tous azimuts...

### Des USA à la Chine

Bien que le marché du diamant taillé se soit assez bien comporté ces dernières années grâce aux Etats-Unis, essentiellement, les magasins de détail du continent qui avaient



Cette statistique représente les principaux pays producteurs de diamants entre 2015 et 2018. En 2018, les mines australiennes ont produit approximativement 17 millions de carats de diamants industriels. Seule la Russie devançait l'Australie avec environ 19 millions de carats extraits des mines russes.  
Source: US Geological Survey, Statista 2019

Chine, on se rend compte du poids de ce pays dans les affaires internationales à la fois comme producteur et comme consommateur. Le nombre de détaillants a explosé, le revenu du chinois moyen se développe ainsi que la demande. Mais c'était sans compter avec le grain de sable dans la machine ...

### Si Google m'était «compté»

Les ventes par internet augmentent de mois en mois, c'est une réalité. Néanmoins, ce qui est encore plus grave, c'est que durant les dix années passées, le moteur de recherche Google recense de moins en moins de mots en rapport avec le diamant. L'érosion est impressionnante. Depuis 2010, la chute est de 44 pour cent! Autre point important, les fêtes de fin d'année ne représentent plus une manne pour les détaillants. Il est temps de penser à recréer de la demande pour les bijoux en diamants sinon les temps risquent de devenir de plus en plus durs ...

Drôle de décennie que nous venons de vivre! De quoi est fait l'avenir? Pour le moment, notre boule de cristal est aux abonnés absents. Rendez-vous dans dix ans!

Catherine De Vincenti

Cet article a été inspiré par un article d'Edahn Golan

# DIAMANTS DE COULEUR NATURELLE



## DOMINIK KULSEN

+41 (0)52 212 24 40  
www.dominikkulsen.com  
info@dominikkulsen.com

# Who

Martin Winkel,

Gründer und Inhaber des Internationalen Juwelierwarndienstes, berichtete Mitte Februar darüber, dass das Landeskriminalamt Niedersachsen in Zusammenarbeit mit dem LKA Bayern der Staatsanwaltschaft Verden und der Zentralstelle Cybercrime Bayern mehrere betrügerische Internetseiten beschlagnahmte, auf denen eine international tätige Gruppe über Fakeshops Edelmetalle anbot, die gar nicht existierten. Allein 2019 sei auf diese Weise in Deutschland ein Schaden von rund zwei Millionen Euro entstanden.

Martin Winkel,

fondateur et propriétaire du service international d'alerte des bijoutiers (Internationaler Juwelierwarndienst), a rapporté à la mi-février que le service de police criminelle de Basse-Saxe a saisi, en collaboration avec le service de police criminelle de Bavière, le ministère public de Verden et la Zentralstelle Cybercrime Bayern, plusieurs pages Internet frauduleuses, sur lesquelles un groupe actif à l'échelle internationale proposait des métaux précieux qui n'existaient pas dans de fausses boutiques. Des dommages à hauteur de près de deux millions d'euros ont ainsi été enregistrés en Allemagne rien qu'en 2019.

Chow Tai Fook Jewellery Group

hat Anfang Februar vorübergehend rund 40 Uhren- und Schmuckfachgeschäfte in Hongkong und Macao geschlossen. Darüber hinaus hat man in zahlreichen Geschäften die Öffnungszeiten verkürzt. Grund der Massnahmen sind die Auswirkungen des Coronavirus. Man will aktuell noch keine Mitarbeiter entlassen, bietet diesen aber an, ihre Jahresferien bereits jetzt zu beziehen. Chow Tai Fook gehört zu den weltgrössten Juwelierketten, neben den 120 Geschäften in Hongkong und Macao betreibt sie rund 3600 in Festland-China. Die ganze Gruppe (inklusive allen international vertriebenen Marken) erzielte zuletzt einen Jahresumsatz von umgerechnet 8,4 Milliarden Franken (April 2018-März 2019).

Le Chow Tai Fook Jewellery Group

a fermé provisoirement près de 40 commerces spécialisés dans l'horlogerie et la joaillerie à Hong Kong et Macao au début février. De nombreuses boutiques ont également réduit leurs heures d'ouverture. Ces mesures sont des conséquences directes de l'épidémie de coronavirus. Il n'est pour le moment pas question de licencier des collaborateurs, mais ceux-ci peuvent déjà prendre leurs vacances annuelles. Chow Tai Fook appartient à la plus grande chaîne de joailliers au monde et exploite près de 3600 commerces sur le continent chinois, en plus des 120 boutiques de Hong Kong et Macao. Le groupe dans son intégralité (y compris toutes les marques distribuées à l'échelle internationale) a réalisé un dernier chiffre d'affaires corrigé du taux de change de 8,4 milliards de francs (avril 2018 - mars 2019).

## Edelsteinlexikon, Teil 3

# Die Möglichkeiten der Behandlung

Ein Edelstein darf nicht als „natürlich“ bezeichnet werden, wenn er behandelt ist. Es gibt heute unzählige Behandlungsarten. Im dritten Teil des Edelsteinlexikons beschreibt Andreas Stratmann einige besonders häufig anzutreffenden Methoden, die auch untereinander kombiniert werden können.

Diffusionsbehandlung: Hierbei handelt es sich um eine Art der Hitzebehandlung. Es werden blasse Korunde mit einer dünnen, roten oder blauen Substanz aus Korund „diffundiert“. Man spricht von „diffusionsbehandelten“ Rubinen und Saphiren. Auch bei der Hitze-Beryllium-Behandlung handelt es sich um eine Diffusionsbehandlung. Beim Erhitzen des Steines wird Beryllium hinzugefügt, das in den Stein eindringt, oder ihn sogar durchdringt, was die Farben verstärkt und die Einschlüsse verblassen lässt. Hitzebehandlungen in Kombination mit Diffusionsbehandlungen sind auch im Mikroskop oft nur schwer erkennbar. Eine besondere Herausforderung für den Gemmologen sind beispielsweise synthetische Rubine, die nach der Herstellung zusätzlich einer Diffusionsbehandlung unterzogen worden sind.



Synthetischer Korund von 50x100 Millimeter Grösse.



Smaragd vor und nach der Rissfüllung mit farblosen Substanzen.

lässt. Spektrometrische Untersuchungen bringen jedoch Gewissheit. Darüber hinaus wird geölt, gewachst, gefärbt, geblichen, geätzt, gebeizt, geklebt, erwärmt und erhitzt. Unter Verwendung von Vakuum und Überdruck werden Kunststoffe (Polymere) oder Öl und Farbe in den Stein „gepresst“, um die Reinheit zu erhöhen. Mit modernen Polymeren stabilisiert man auch poröse Mineralien. Radioaktive Bestrahlung ist nicht nur bei farbigen Diamanten anzutreffen. Sie bewirkt ein schöneres Leuchten der ursprünglichen Farben. Moderne Polymere und Epoxidharze mit Nano Partikeln aus Strontium-Aluminium-Silikat erreichen teilweise eine Mohs-Härte von 5 bis 7.

Eine „Verbesserung“ der Reinheit durch Rissfüllung mit farblosen Substanzen ist eine Behandlungsmethode, die laut Cibjo lediglich eine allgemeine Kennzeichnung erfordert. Wenn also eine Rissfüllung nachgewiesen wird, ist der Stein entsprechend auszuzeichnen. Rissfüllungen können mit der Edelsteinmikroskopie anhand bestimmter Erscheinungen, wie dem



Riesiger synthetischer Korund (Starnaphir).

sogenannten Flash-Effekt entdeckt werden. Ebenso kann eine auffällige Fluoreszenz als Hinweis dafür dienen. Einen sicheren Nachweis für eine Rissfüllung mit Bleiglas liefert die Röntgenfluoreszenzanalyse, auch das VIS-Spektrometer und die Raman-Analyse können hilfreiche Dienste leisten.

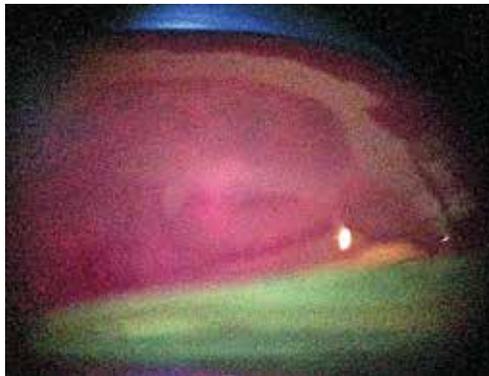
## Systematische Bestimmung

Moderne Untersuchungsmethoden mit wissenschaftlichen Spektrometern ersetzen nicht die systematische Bestimmung mit den gemmologischen Geräten, sondern ergänzen diese und sorgen für mehr Sicherheit und Klarheit zur Erstellung einer Diagnose, was insbesondere hilfreich sein kann, um verschiedene Behandlungsarten und Synthesen als solche zu identifizieren. Darüber hinaus geht mit einem Analyseprotokoll ein Nachweis einher, der als wissenschaftlicher Beweis herangezogen werden kann.

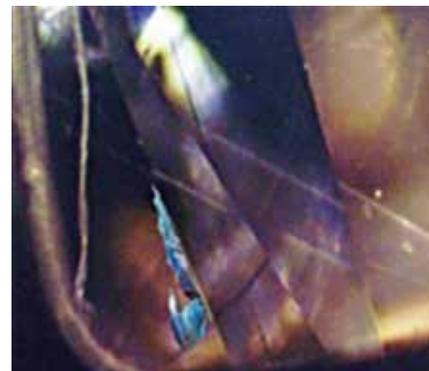
Es gibt leider kein Gerät, das vergleichbar mit einer „Blackbox“ mitteilen kann, um welche Art von Edelstein es sich bei dem zu untersuchenden Stein handelt. Der Autor hat im Laufe der Jahre eine umfangreiche Datenbank für die Röntgenfluoreszenzanalyse, das Raman-, sowie das UV/VIS/NIR-Spektrometer angelegt, aber nur mit strukturierten Untersuchungen ist eine sichere Bestimmung möglich. Unter systematischer Bestimmung versteht man folgende Vorgehensweise:

Anhand einer Checkliste werden die gemmologischen Daten erfasst, wodurch der Stein oft bereits nach optischen Eigenschaften und Kristallsystemen einer Edelsteingruppe zugeordnet werden kann.

Eine der wichtigsten Untersuchungsmethoden stellt das Edelsteinmikroskop dar. Die beobachteten, oft charakteristischen Einschlüsse und Erscheinungen werden mit der Fachliteratur verglichen.



Chatman-Synthese-Rubin mit Diffusionsbehandlung Hitze-Beryllium.



Ein „Flash-Effekt“, der in einem Diamanten durch Glasfüllung verursacht wurde.

Es wird auch nach bestimmten Strukturen, Farbverteilungen und sonstigen Erscheinungen gesucht. Aufgrund der Mikroskopie ist es teilweise möglich, unbehandelte Edelsteine von behandelten zu trennen. Oft können Erscheinungsbilder beobachtet werden, die aufgrund einer Hitzebehandlung entstanden sind. Auch viele Synthesen weisen bestimmte Charakteristika auf. Für die Edelsteinmikroskopie sind Erfahrungen nötig, denn nicht nur Anfänger sind oft unsicher, die Beobachtungen auszuwerten. Für mehr Klarheit ist auch das UV-A/VIS/N-IR Edelsteinspektrometer eine gute Unterstützung.

Nach der systematischen Bestimmung der gemmologischen Daten mit den traditionellen Geräten und der Durchführung der Edelsteinmikroskopie werden moderne spektrometrische Untersuchungsmethoden angewendet. Darum und um weitere gemmologische Geräte geht es in der nächsten Folge.

*Andreas Stratmann*

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



Bleidierte Rissfüllung in einem Rubin.



WIR KAUFEN ERBSTÜCKE UND FAMILIENSCHÄTZE.

Als Tochterunternehmen von Gübelin stehen wir Ihnen beim Verkauf von Antikschmuck oder Edelsteinen gerne zur Seite. Wir helfen Ihnen, Wert und Marktchancen richtig einzuschätzen. Kontaktieren Sie uns unter: +41 41 429 18 18 oder [info@edigem.com](mailto:info@edigem.com) [www.edigem.com](http://www.edigem.com)



**EDIGEM**  
WORTH YOUR TRUST



## Perlen-Fischer

Ihr Perlenspezialist  
mit Vollsortiment und Service-Lager

Tel. 044 586 90 10 [fischer@perlenfischer.ch](mailto:fischer@perlenfischer.ch)

Preislisten und Katalog auf unserer Webseite  
[www.perlenfischer.ch](http://www.perlenfischer.ch)

# Bronzezeitliches Zinn aus Südwestengland

Ausgerechnet am sehr seltenen Gold erlernte der Mensch die Rudimente der Metallurgie: Sintern, Schmelzen und Gießen. Dank diesem Knowhow konnte das viel häufiger vorkommende Kupfer und bald danach die Kupfer-Zinnlegierung Bronze zur Fertigung von Werkzeug und Waffen erschlossen werden.

Der Begriff „Bronze“ bezeichnet heute Legierungen des Kupfers mit Zinn. Ist der Name eines anderen Metalls vorangestellt – wie beispielsweise im Fall von Aluminiumbronze, Phosphorbronze, Bleibronze, Berylliumbronze – meint man Kupferlegierungen mit dem erwähnten Element. Bronzen dienen vor allem zur Herstellung von Glocken, Statuen, Plastiken, Kunstgegenständen, Gedenktafeln, Musikinstrumenten, Medaillen, Münzen, Federn und elektrischen Kontaktelementen. Bei den heutigen Zinnbronzen unterscheidet man Knetlegierungen mit maximal 9 Prozent Zinn, Gusslegierungen mit 9 bis 13 Prozent Zinn und Glockenbronze mit 20 bis 22 Prozent Zinn. Für spezielle Anwendungen sind Zusätze von Nickel, Blei oder Zink erforderlich.



Spätbronzezeitliche Messer aus Zürcher Pfahlbauersiedlungen.  
Bild: Kantonsarchäologie Zürich

Nach ihrer wahrscheinlich zufallsbedingten „Erfindung“ bei der Verhüttung naturgegeben zinnhaltigen Kupfererzes im 4. vorchristlichen Jahrtausend, wurde Bronze mit einem Zinngehalt von 8 bis 15 Prozent dank ihrer Härte, Elastizität, Zähigkeit und Korrosionsbeständigkeit zum strategischen Material. Sie verdrängte die bisher aus Stein, harten Mineralien wie Quarz sowie bis kurz vor Beginn der Bronzezeit aus reinem Kupfer gefertigten Werkzeuge und Waffen. Bronzebarren dienten auch als Zahlungsmittel. Die Festigkeit der Legierung erreicht zwischen 10 und 15 Prozent Zinn ihr Maximum. Die Härte nimmt mit dem Zinngehalt stetig zu, während die Dehngrenze bei 20 Prozent Zinn ihr Maximum erreicht.

Die ältesten Bronzegegenstände, die wir kennen, sind 5300 Jahre alt. Archäologen fanden sie als Grabbeigaben im östlichen Mittelmeerraum. Etwa 600 Jahre später war die Bronze auch in Ägypten und Mesopotamien bekannt. Ein halbes Jahrtausend danach prägte sie die Hochkulturen des Indus. Weiter ostwärts dauerte der Transfer der Bronzezeit sehr lange, wurden doch die ersten chinesischen Bronzegegenstände auf 1800 v.Chr. datiert. In der Ägäis, auf

Kreta sowie in Mykene, Italien und Südspanien begann die Bronzezeit schon mehrere Jahrhunderte früher.

## Importe aus Cornwall

Um 2200 v.Chr. kam die Bronze auch nach Mitteleuropa; Nordeuropa folgte etwa 400 Jahre später. Importierte, über weite Strecken transportierte Bronze war natürlich äusserst kostspielig; sie wurde bald durch Kupferlegierungen aus lokaler Produktion ersetzt. Sie prägte insbesondere die Pfahlbaukulturen an den Schweizer Seen. Kupferhaltige Erze gab es vielerorts in Deutschland und Osteuropa, doch die Herkunft des Zinns (in Form von Cassiterit, d.h. Zinnoxid  $\text{SnO}_2$ ) blieb lange ein Rätsel.

Bisher setzte man auf Zentralasien als wahrscheinlichsten Ursprungsort des bronzezeitlichen Zinns. Daniel Berger und Mitarbeiter der Universität Heidelberg und vom Curt-Engelhorn Zentrum Archäometrie in Mannheim konnten nun aufgrund von Spurenelementanalysen sowie der Messung der Zinn- und Bleisotopenverhältnisse in antiken Zinnbarren eindeutig zeigen, dass dieses Zinn nur ganz selten aus Zentralasien, Afghanistan oder Tadschikistan kam. Die in Israel auf dem Festland und offshore in den Wracks gesunkener bronzezeitlicher Schiffe aus dem 2. Jahrtausend vor Christus gefundenen Zinnbarren, beziehungsweise deren Korrosionsprodukt Zinnoxid stammen nämlich eindeutig aus Cornwall und Devon in Südwestengland. Auch das mittels Uran-Bleidatierung gemessene Alter von Proben aus diesen Erzlagern stimmt mit dem geochemischen Alter des untersuchten Zinns überein.

## Ende des Zinnbergbaus in England

Cassiterit und sulfidische Kupfererze wurden in Südwestengland erst ab dem 18. Jahrhundert in grossem Massstab unter Tag gewonnen. Doch bis Ende des 19. Jahrhunderts deckte Cornwall mehr als die Hälfte des weltweiten Zinnbedarfs. Schliesslich war das reiche Zinnerz erschöpft; die letzte Zinnmine Englands wurde 1998 stillgelegt. Sie konnte trotz staatlicher Subventionierung der thailändischen, malaysischen und indonesischen Konkurrenz nicht standhalten. Lange war man sich nicht bewusst, dass es in prähistorischer Zeit in Cornwall und Devon über Tag umfangreiche Lagerstätten von Cassiterit gegeben hatte. Das Mineral wurde bei der Erosion von Granitgestein freigesetzt und in Geländesenken geschwemmt. Diese Zinnseifen befanden sich direkt an der Küste.

Nach der vor Ort erfolgten Reduktion zu metallischem Zinn mit Holzkohle konnten die daraus gegossenen Barren per Schiff abtransportiert und zumindest in der Mykenische Ära im ganzen Mittelmeerraum vertrieben werden. Dies ermöglichte auch die weiträumige Ausbreitung technischer und kultureller Errungenschaften, die nicht ohne Konsequenzen für die Gesellschaftsstruktur blieben. Die überlegenen Eigenschaften der aus Bronze gefertigten Hieb- und Stichwaffen förderte Raubzüge und kriegerische Auseinandersetzungen. Dies führte zum Bau stark befestigter, sich mit der Zeit zu Städten und Stadtrepubliken entwickelnden Siedlungen.

Lucien F. Trueb

Quelle: D. Berger et al., PLoS ONE 14, 6 (2019)

# DIAMONDGROUP



FINE JEWELRY



**DAS TEAM SAGT**  
*Danke.*

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

DiamondGroup GmbH · Kastorbachstr. 14 · 56330 Koblenz-Gondorf · Tel.: +49 26 07 9737 80 · [info@diamondgroup.de](mailto:info@diamondgroup.de)

# Der Taschenrechner und seine Vorgänger

In den Hochkulturen Mesopotamiens, Ägyptens, Indiens und Chinas entwickelte sich der Handel parallel zum Wachstum der Siedlungen von Familienclans zu Dörfern und Städten, wo Arbeitsteilung und Spezialisierung die Regel wurden. Handel bedeutete Abrechnungen für die nun Hilfsmittel benötigt wurden.

Der allererste „Taschenrechner“ bestand aus einer Schachtel voller Steinchen oder Tonkügelchen, sogenannte Tokens, mit denen man die Zahlen durch Abzählen darstellte. Um ein Beispiel durchzurechnen: drei Tokens standen für die Zahl 3, vier davon für die Zahl 4. Die Summe, das heisst 7 konnte man direkt abzählen. Auf dieselbe Weise liessen sich Subtraktionen durchführen. Man nahm einfach die entsprechende Zahl von Tokens weg. Die Multiplikation ist nichts anderes als eine Reihe von Additionen. Um zu wissen, wie viel 3 mal 4 ist, legte man dreimal vier Tokens aus und zählte ihre Gesamtzahl. Die Division ist die Umkehroperation der Multiplikation. Um 12 durch 3 zu dividieren muss man so oft wie möglich drei Tokens entfernen: Die Lösung ist also 4. Zum Abzählen grösserer Mengen benutzte man speziell markierte oder geformte Tokens.

Wie die Sumerer und Babylonier verwendeten auch die Römer der Antike Rechensteine, die sie *Calculi* nannten, abgeleitet von *Calx*, das heisst Kalkstein. Daraus ergibt sich der Ursprung deutscher Ausdrücke wie „Kalkulation“ und „kalkulieren“. Im Französischen bezeichnet man sowohl Nierensteine als auch (arithmetische) Rechnungen als „*Calculs*“. Und im Englischen steht „*Calculus*“ für Differential- und Integralrechnung.

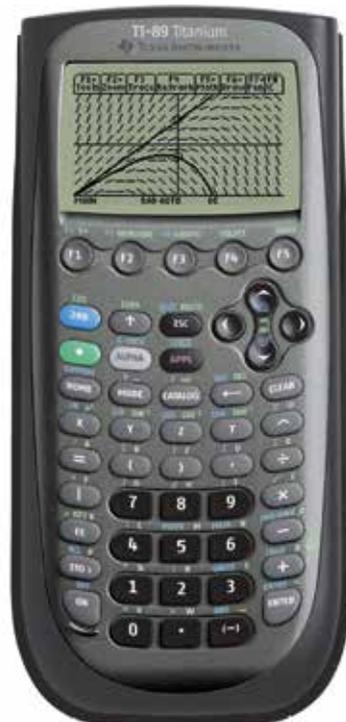
## Fingerglieder als Einheit

Das von den Sumerern eingeführte und später auch von den Babyloniern verwendete, sexagesimale Zahlensystem nahm seinen Ursprung im Zählen mit den Fingern. Als Einheit galten die Glieder jedes Fingers der einen Hand, mit Ausnahme des Daumens, der auf die Glieder zeigte. Die grösstmögliche Zahl war dann zwölf, die Zwölfeinheiten wurden mit den fünf Fingern der anderen Hand gezählt; auf diese Weise ergab sich 60 als Basis.

Das Jahrtausende alte sexagesimale System verwenden wir heute noch um Zeit, Winkel und geografische Koordinaten anzugeben. Bemerkenswert unlogisch ist, dass wir Sekunden sexagesimal ausdrücken, Sekundenbruchteile aber dezimal. Aber daran sind wir nun einmal gewöhnt. Die während der Französischen Revolution eingeführte, vollständige Dezimalisierung konnte sich nicht durchsetzen; sie wurde unter Napoleon wieder abgeschafft.

## Der Zählrahmen

Im dritten vorchristlichen Jahrtausend erfanden wiederum die Sumerer die Führung von Rechensteinen auf Rillen in einer Tontafel, wobei jede Rille einen Stellenwert im Sexagesimalsystem darstellte. Daraus ergab sich der Abakus oder Zählrahmen, der sich in der ganzen antiken Welt verbreitete. Bei der gewöhnlichen Ausführung gleiten durchbohrte Kugeln auf horizontalen Stäben. Noch in den 1970er Jahren addierten Kassiererinnen in japanischen Geschäften mit einem



Der Grafik-Taschenrechner TI-89 von Texas Instruments.

Abakus, und zwar blitzschnell und praktisch fehlerfrei. Doch Barcode und Scanner haben sich seither überall durchgesetzt.

Anfang des 17. Jahrhunderts erfanden der schottische Mathematiker John Napier (1550-1617) und der Schweizer Uhrmacher Jost Bürgi (1552-1632) unabhängig voneinander die Logarithmen. Allerdings rechneten indische Mathematiker schon im 2. vorchristlichen Jahrhundert damit. Dank den Logarithmen können Multiplikation und Division auch sehr grosser Zahlen auf die viel einfachere Addition beziehungsweise Subtraktion reduziert werden.

## Der Rechenstab als Analogcomputer

Einen echten Durchbruch erlebten die Logarithmen 1632, als der englische Mathematiker William Oughtred (1554-1660) den Rechenstab erfand. Seine Funktionsweise basierte auf der analog-grafischen Addition oder Subtraktion auf logarithmischen Skalen. Auch mit Quadrat, dritter Potenz, Quadratwurzel sowie trigonometrischen Funktionen und Exponentialfunktionen konnte gerechnet werden.

Später kamen noch die logarithmisch skalierte, bewegliche Zunge und der zum Ablesen des Resultats bestimmte Läufer dazu. Mit diesen Ergänzungen war der Rechenstab viel praktischer als die seit dem 17. Jahrhundert existierenden mechanischen Rechenmaschinen, die schwer, kostspielig, langsam und umständlich in der Bedienung waren. Letzteres galt auch für die 1947 lancierte, pfeffermühlenförmige und taschengängige *Curta*.

## Relativierter Siegeszug des Taschenrechners

Nur Museen und Sammler interessieren sich heute für Rechenschieber und mechanische Rechenmaschinen; sie wurden Anfang der 1970er Jahre vom elektronischen Taschenrechner verdrängt. Ältere Semester erinnern sich noch an die revolutionäre, technisch-wissenschaftliche Ausführung HP-35 von Hewlett-Packard (USA) und ihre zahlreichen japanischen „Klone“. Sie boten alle Funktionen des Rechenschiebers, waren aber vielseitiger, genauer und bequemer zu handhaben.

Wegen der enormen Nachfrage wurden Taschenrechner immer preiswerter, sodass sie auch von Schülern, Lehrlingen und Studenten erworben werden konnten. Einfache Ausführungen gab es bald im Kreditkartenformat mit Solarzellen-Stromversorgung und Flüssigkristallanzeige, die zu beliebten Werbegeschenken wurden. HP und Texas Instruments (TI) entwickelten Mitte der 1970er Jahre programmierbare Taschenrechner. Im folgenden Jahrzehnt wurden sie sogar grafikfähig.

Mit dem Triumphzug des PC und des Laptop-Computers, vor allem aber des Smartphones, verlor der Taschenrechner an Bedeutung. Die neueren Geräte bieten ja neben vielen anderen Funktionen auch das Rechnen, sind also mit einem einfachen Taschenrechner vergleichbar. Zudem ist eine grosse Auswahl von häufig kostenloser Software verfügbar, die alle nur erdenklichen mathematischen Funktionalitäten bietet. Dennoch steht auf vielen Schreibtischen weiterhin ein Taschenrechner. Vor allem für einfache Aufgaben ist er nicht wegzudenken.

Lucien F. Trueb

# Kleinstskulpturen im Scheinwerferlicht

Kürzlich ist im Verlag „Arnoldsche Art Publishers“ in Stuttgart ein Buch der Superlative erschienen. Mit rund 600 Objekten auf 520 Seiten ist die Publikation „Ringe des 20. und 21. Jahrhunderts“ ein unerlässliches Nachschlage- und Überblickswerk für alle Goldschmiede, Bijoutiers und sonstige Schmuckinteressierte. Gold’Or verschenkt eines dieser wunderbaren Werke.

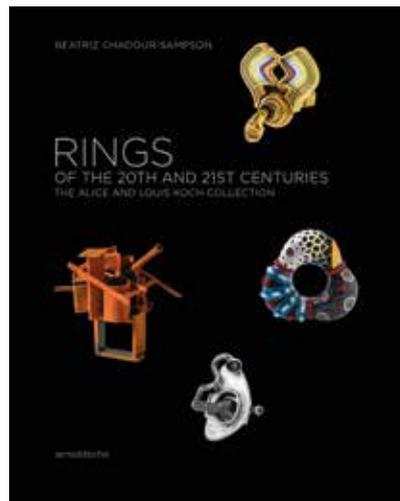
Mit der Koch Collection, der Sammlung von Alice und Louis Koch, wird die wohl weltweit bedeutendste Sammlung von Ringen des 20. und 21. Jahrhunderts erstmals publiziert. 589 Arbeiten von 500 Schmuckkünstlerinnen und -künstlern aus aller Welt zeugen von der universellen Anziehungskraft der kleinen, tragbaren Kostbarkeiten. Abgesehen von gut 50 Art-Nouveau- und Art-Déco-Objekten umfasst die Sammlung insbesondere Studioschmuck aus der Zeit vom Ende des Zweiten Weltkriegs bis heute.

Die Sammlung gibt einen breiten Überblick über die Entwicklung des Rings vom traditionellen Schmuckobjekt zum künstlerischen Unikat. Denn mit Beginn der Nachkriegsmoderne wurden alte Juweliertraditionen zunehmend hinterfragt. Stattdessen entwickelten viele Schmuckkünstlerinnen und -künstler auf jeweils individuelle Weise tragbare Kleinstskulpturen – oft aus unedlen Materialien wie Holz, Glas, Textilien, Kunststoffen oder so ungewöhnlichen Bestandteilen wie komprimiertem Smog, Banknoten oder Zuckerwürfeln.

## Kunstvolle Unikate

Aber auch Gold und Silber kommen in der Sammlung Koch nicht zu kurz. Minimalistische Designs aus Skandinavien wechseln sich ab mit klassischer Goldverarbeitung aus Italien, modernistische Ansätze aus den USA mit farbenfrohen Materialkombinationen aus Japan und Südkorea. Jeder Ring ist ein unverwechselbares Unikat und repräsentiert neben der meisterlichen Materialbeherrschung immer auch eine künstlerische Intention, die sich letztlich erst in der Symbiose mit den Trägerinnen und Trägern verwirklicht.

Den Grundstein zur Sammlung Koch hatte ein Juwelier aus Frankfurt am Main gelegt, der zu seiner Zeit als „der deutsche Cartier und Fabergé“ galt. In den vergangenen 25 Jahren führte die vierte Generation der Familie die Sammlung weiter. Anlässlich der Übergabe der Ringe aus der Zeit von 1900 bis heute an das Schweizerische Nationalmuseum in Zürich, entstand die nun vorliegende Publikation. Die Ringe der Sammlung Koch sind – nach Ländern geordnet – weitgehend



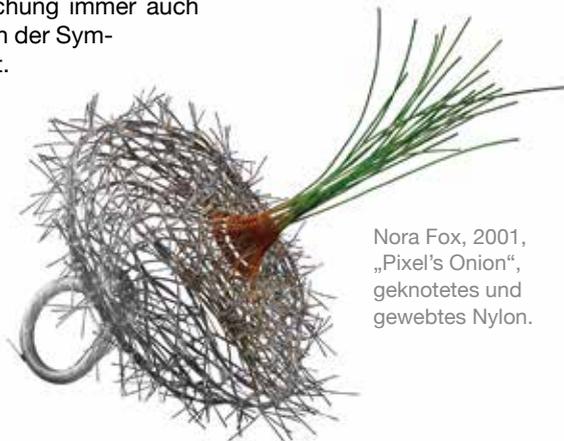
Dieses Buch gehört vielleicht schon bald Ihnen.

## Gewinnen Sie ein Buch

In Zusammenarbeit mit dem Arnoldsche-Verlag verlosen wir eines der umfangreichen Nachschlagewerke „Ringe des 20. und 21. Jahrhunderts – Die Sammlung Alice und Louis Koch“. Schätzen Sie, wie viele Ringe von Schweizer Schmuckschaffenden in diesem Buch abgebildet sind. Teilen Sie uns bis Ende Februar Ihre Antwort per E-Mail, Postkarte oder telefonisch mit. Bei mehreren richtigen Zahlen entscheidet das Los. Wir drücken Ihnen die Daumen!

masstabsgetreu abgebildet. Einleitende Texte verorten die Objekte in der Schmuckgeschichte. Kurze Statements zu einzelnen Ringen von Beatriz Chadour-Sampson oder den Künstlerinnen und Künstlern selbst geben Einblicke in das jeweilige Werk. Die Sammlung von Alice und Louis Koch ist seit Oktober dauerhaft im Schweizerischen Nationalmuseum in Zürich zu sehen. (red.)

[www.arnoldsche.com](http://www.arnoldsche.com)



Nora Fox, 2001, „Pixel’s Onion“, geknotetes und gewebtes Nylon.



Kimiaki Kageyama, 2016, „Stone of Kamo-River“, 300 Jahre alte urushi-Fragmente, Goldpigmente, Zinnober, japanische Koralle, 20 Karat Gold.

## Die Autorin

Beatriz Chadour-Sampson ist eine international anerkannte Schmuckhistorikerin, Autorin und Dozentin. Zu ihren Publikationen gehören neben ihrer Dissertation über den italienischen Goldschmied Antonio Gentili da Faenza (1980) Kataloge zur Schmucksammlung des Museums für Angewandte Kunst, Köln (1985), sowie zu den historischen Ringen der Sammlung Alice und Louis Koch, Schweiz (1994). Sie wirkte als beratende Kuratorin bei der Neugestaltung der William and Judith Bollinger Jewellery Gallery im Victoria and Albert Museum in London sowie als Gastkuratorin der dortigen Ausstellung Pearls (2013–14). Die Nachkommen von Alice und Louis Koch vertrauten ihr in den vergangenen 35 Jahren die Betreuung der Sammlung an, und sie begleitet die jetzigen Sammler bei ihren Neuerwerbungen. Heute berät sie das Schweizerische Nationalmuseum, Zürich, wo die Sammlung nun aufbewahrt wird. (pd)

# Punkte, Neonfarben und Dreiteiler

Wer es modisch liebt, der kleidet sich in den wärmeren Monaten sportlich chic und farbenfroh. In diesem Sinne sieht man immer mehr coole Hosenanzüge für Damen. Egal ob in sommerlich hellen Farben, pink oder gemustert, sie haben sich inzwischen etabliert. Und es kommt noch besser: Zu den Zweiteilern gesellt sich nämlich ein drittes Stück: Das Gilet. Früher gehörten solche Kleidungsstücke zu Luisa Rossis Markenzeichen. „Ich habe immer noch einige von ihnen im Schrank und freue mich, sie neu kombinieren zu können“, sagt sie.

**Nicht ganz nachvollziehbar** ist die Tatsache, dass Dreiteiler nun auf die wärmere Saison hin angepriesen werden. Aber es gibt sie natürlich auch in leichten Stoffen. Die Hosen werden allgemein kürzer und wer noch straffe Haut und schöne Beine hat, der kann zu Blazer und Gilet auch Shorts tragen. Sicher cool für eine Gartenparty, aber wohl weniger fürs Büro. Was die Hosen unten an Länge verlieren, kommt oben dazu. Tiefer als der Bauchnabel sind sie nun kaum noch geschnitten.

**Ein Comeback** feiern in diesem Frühjahr die Polka Dots – also Stoffe mit Pünktchenmuster. Schwarz/Weiss ist die klassische Version. Es gibt sie aber in den verschiedensten Farben und die Grösse der Punkte reicht von ganz gross bis so klein, dass sie vor dem menschlichen Auge fast etwas Verwirrung stiften. Kleider sind nach wie vor ein grosses Thema, ob mit Punkten oder anders gemustert. Besonders beliebt sind Maxikleider, die bis zum Boden reichen. Sie bleiben weit und luftig geschnitten, fangen den Blick aber oft bei einer mit Gürtel umschlungenen Taille auf.

**Ibiza-Style** ist immer noch allgegenwärtig, darüber freuen sich nicht nur die Alt-Hippies. Sommerlich bunt darf die Kleidung leuchten – Mutige greifen gar zu Neonfarben. Beim Schuhwerk geben nach wie vor Sneakers den Ton an. Aber auch schöne, elegante Schuhe können das Gesamtbild harmonisch abrunden, egal ob flach oder



Luftige, lange Kleider sind auch in diesem Sommer ein grosses Thema.



Polka Dots feiern ein Comeback.



Mit einem Hosenanzug kommt auch Frau immer chic daher.

mit Absätzen. Nur die klassischen Loafer-Modelle können unserer Expertin nicht viel Zuneigung abgewinnen.

**Besonders bei den Accessoires** sind immer mehr Artikel aus recycelten Materialien anzutreffen. „Ich liebe beispielsweise die grossen und kleinen aus PET hergestellten Taschen von Francesco Rossi in Zürich (nicht mit mir verwandt), die unter dem Namen 'Iwasabottle' zu haben sind“, erklärt Luisa Rossi. Auch als Fachfrau für Mode und Style ist ihr bewusst, dass wir zur Umwelt Sorge tragen müssen. Ihr Tipp an alle, die sich Gedanken machen, wie sich nachhaltiges Handeln und Mode vereinbaren lassen: „Auf die Oeko-Labels schauen und lieber einmal ein Stück weniger kaufen, dafür bei gut kombinierbaren Teilen auf hochwertiges Material achten, das länger zum Einsatz kommen wird.“



Tasche aus PET hergestellt von Francesco Rossi.

## Luisa Rossi

ist Lifestyle-Expertin. Sie moderiert Events in drei Sprachen, ist Referentin an Seminaren und tritt in verschiedenen TV-Formaten auf. Das ehemalige Model bietet auch individuelle Stilberatung sowie Shoppingtouren an. Ihre Lieblingsartikel kann man direkt auf der Webseite [www.luisarossishop.com](http://www.luisarossishop.com) beziehen. Weitere Infos gibt es auf [www.luisarossi.ch](http://www.luisarossi.ch).



### Über Gübelin

Das Haus Gübelin ist ein Schweizer Familienunternehmen, das für seinen erlesenen und hochwertigen Schmuck, seine Edelsteinexpertise und als Anbieter einiger der begehrtesten Luxusuhrenmarken der Welt bekannt ist. Die innere und äussere Schönheit von Edelsteinen und Uhren ist eine wichtige Inspiration für das Unternehmen, das in seinen neun exklusiven Boutiquen an erstklassigen Standorten in der Schweiz und Hongkong einen internationalen Kundenkreis betreut.

Zur Ergänzung unseres Teams am Hauptsitz suchen wir per sofort oder nach Vereinbarung einen

## Technical Jewellery Specialist

100% (m/w)

### Ihre Aufgaben:

- Erstellen von Kalkulationen für Schmuckanfertigungen
- Terminüberwachung und Koordinierung der Produktion von bestehenden und neuen Schmucklinien
- Sicherstellung der qualitativen Anforderungen
- Koordinierung und Organisierung der Arbeitsauslagerungen
- Zusammenarbeit mit sämtlichen internen Abteilungen, sowie externe Partner
- Übernahme gezielter Einzelprojekte, diverse administrative Aufgaben, inklusive SAP
- Unterstützung bei Einkauf und Lagerverwaltung von Edelmetallen, Halbfabrikaten und Naturprodukten

### Ihr Profil:

- Abgeschlossene Lehre als Goldschmied/In EFZ, Fachrichtung Goldschmieden
- Weiterbildung im kaufmännischen Bereich (Handelsdiplom oder vergleichbares)
- Produktions- und Herstellungskennnisse im Schmuckbereich
- Sehr gute MS Office Kenntnisse, SAP Kenntnisse von Vorteil
- Sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse (s/m), Französischkenntnisse (m) von Vorteil
- Organisationstalent mit vernetztem Denken
- Selbstständige, proaktive und zuverlässige Arbeitsweise
- Belastbar, teamfähig und einsatzfreudig

Auf Sie wartet eine verantwortungsvolle, abwechslungsreiche Herausforderung in der Luxusbranche. Wenn Sie die luxuraffine Fachperson sind, die wir suchen, freuen wir uns auf Ihre vollständige Online-Bewerbung mit Foto.

Gübelin AG, Maihofstrasse 102, 6006 Luzern, [www.gubelin.com/karriere](http://www.gubelin.com/karriere)

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an  
Gübelin AG, Human Resources, Silvia Isenegger, Telefon +41 41 429 15 05.



# ATELIER- Auflösung

Altershalber verkaufe ich .....

Werkzeuge, Maschinen, Galvanik,  
Vitrinen

Zubehör, Colliers, Edelsteine,  
Perlen, Brisuren, Modelle

Material für Schmuckkurse

Kontakt: 079 275 05 55

Wir suchen aus strategischen Gründen ab sofort oder nach Vereinbarung einen

### Nachmieter

für komplett eingerichtete

### Bijouterie

Das Ladenlokal liegt in einem Einkaufszentrum in einer Stadt mit 100'000 Einwohnern in der Nähe von Zürich. Das Einkaufszentrum wurde kürzlich umgebaut und präsentiert sich in einem zeitgemässen Look. 4 Buslinien erschliessen das Center, 300 Parkplätze stehen zur Verfügung. Die Verkaufsfläche beträgt ca. 116m<sup>2</sup>. Die Lage bietet aufgrund der hohen Kunden-Frequenzen viele Möglichkeiten.

Wir bieten äusserst interessante Konditionen – sind Sie ein innovativer Unternehmer und erkennen das Potential, dann melden Sie sich unter Chiffre:

Gold'Or  
Chiffre 6174  
Postfach 1348  
6341 Baar

## SCHUBKRAFT FÜR NEUE KUNDSCHAFT



### Für ein kostenloses Erstgespräch:

Marisa Kreienbühl / Art Director  
[mkreienbuehl@rocket.ch](mailto:mkreienbuehl@rocket.ch) / 041 500 10 10

Rocket Werbeagentur / Neuweg 10 / 6003 Luzern  
[rocket.ch](http://rocket.ch)

**ROCKET**  
POWERFUL ADVERTISING



## GOLDSCHMIED

Die Bolli Goldschmied AG, der Spezialist für hochwertige Farbsteine und handgefertigten Schmuck sucht:

### **Goldschmied/in 80-100% mit Zusatzaufgaben**

Seit 1933 sind wir spezialisiert auf Farbsteine, Diamanten, Perlen und hochwertige Handarbeit. Wir verfügen über eine moderne, effiziente Infrastruktur und stellen praktisch unser ganzes Sortiment im eigenen Hause her. Gerade deshalb sind wir dem traditionellen Handwerk treu und empfangen unter anderen unsere seit Generationen verlässliche Kundschaft. Wir sind Goldschmiede, Juwelenfasser, Edelsteinspezialisten und Verkaufsprofis mit Freude am Handwerk und der persönlichen Begegnung. Wir sind es gewohnt, unsere Gäste auf einem persönlichen, hochwertigen Niveau zu empfangen und suchen dazu eine motivierte Unterstützung unseres jungen und junggebliebenen Teams.

Sie bringen eine solide Ausbildung und Erfahrung als Goldschmied/-in mit.

Sie sind entweder:

- ausgesprochen handwerks- und qualitätsorientiert und entlasten einen unserer Inhaber am Brett, oder:

- Sie haben Freude, neben der präzisen Arbeit am Feilnagel, als Springer/-in regelmässig im Verkauf unsere Kunden als Gäste zu empfangen und für unser Handwerk aus dem eigenen Hause zu faszinieren. Sie sind fokussiert auf Ihre Arbeit, wie auch den Teamerfolg und haben eine ausgeprägte Freude an Schmuck und Edelsteinen, Gestaltung und Design. Sie schrecken auch vor erhöhten Preislagen nicht zurück. Sie sind es gewohnt, administrative Folgearbeiten verlässlich und selbständig zu erledigen sowie die Termine im Griff zu behalten.

Als engagierte Persönlichkeit mit guter Auffassungsgabe erwartet Sie eine abwechslungsreiche Aufgabe in einem dynamischen Team, welches sich gegenseitig unterstützt und bei Bedarf entlastet. Eintritt per sofort oder nach Vereinbarung.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf, bzw. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, um Sie unter voller Diskretion detailliert informieren zu können.

Bitte einsenden an:  
Brack & Gut AG  
Bereich Personal- und Stellenvermittlung  
Herr Christoph Brack  
Marktgasse 39  
8400 Winterthur

Tel: +41 (0)52 202 8 202  
E-Mail: christoph.brack@brack-gut.ch

Wir suchen aus strategischen Gründen ab sofort oder nach Vereinbarung einen

### **Nachmieter**

für komplett eingerichtete

### **Bijouterie**

Das Ladenlokal liegt an zentralster Lage der Fussgängerzone in der Altstadt einer Stadt mit ca. 38'000 Einwohnern am Eingang der Alpen. Die Verkaufsfläche beträgt ca. 50m<sup>2</sup>. Die Lage bietet aufgrund der hohen Kunden-Frequenzen viele Möglichkeiten.

Wir bieten äusserst interessante Konditionen – sind Sie ein innovativer Unternehmer und erkennen das Potential, dann melden Sie sich unter Chiffre:

Gold'Or  
Chiffre 6173  
Postfach 1348  
6341 Baar

### **Komplettes Goldschmiedeatelier mit 3 Plätzen zu verkaufen**

Das Atelier ist gut ausgerüstet mit diversen Kleinwerkzeugen wie z.B. Ziehheisen, Aushauer und einer hervorragenden Walze in bester Qualität. Wurde zuletzt für Goldschmiedekurse gebraucht.

Kontakt:  
troly@bluewin.ch  
041 933 08 88

**Goldschmiede-Atelier zur Untermiete**  
Sehr helles Goldschmiede-Atelier an eine kreative Goldschmiedin / einen kreativen Goldschmied zu vermieten.

Das Atelier ist komplett eingerichtet, ein umfangreiches Sortiment an Werkzeugen und Gerätschaften steht zur Alleinbenützung zur Verfügung. Das Atelier mit Goldschmiedeplatz, Bar, und kleiner "Küchenecke" bietet zusätzlich Platz welcher nach Absprache frei gestaltet werden kann. Der Raum ist ca. 30m<sup>2</sup> gross, integriert in eine Kreativwerkstatt für Modellbau / Licht- und Leuchtenbau / Kunststoffverarbeitung, welche zu ca. 60% "belebt" ist. Das Atelier liegt ruhig und doch zentral im altherwürdigen, ehemaligen Bally-Areal in Dottikon, ca. 3-4 Gehminuten vom Bahnhof Dintikon-Dottikon entfernt.

Preis: CHF 650.-

Interesse geweckt? Wir freuen uns über Deine Kontaktaufnahme.

admin@designovation.ch

# GOLD'OR

## Stellenmarkt & Kleinanzeigen

täglich aktualisiert auf

[www.goldor.ch](http://www.goldor.ch)



## MUNDWILER

HAUS DER MANUFAKTUREN

Wir sind ein innovatives Juwelier-Geschäft mit eigenem Goldschmied und Uhrenmacher-Atelier in der Stadt Winterthur. Das Haus Mundwiler ist ein Familienunternehmen, der sechsten Generation, das für seinen erlesenen und hochwertigen Schmuck, und als Anbieter einiger der begehrtesten Uhrenmarken bekannt ist.

Zur Ergänzung unseres Teams suchen wir per 1. Mai 2020 oder nach Vereinbarung eine/n

### Goldschmied/in 40-60%

Es erwartet Sie:

- eine spannende und abwechslungsreiche Arbeitsstelle
- hochwertige und anspruchsvolle Einzelanfertigungen
- ein grosses, sehr gut eingerichtetes Goldschmiede-Atelier
- die Möglichkeit, sich einzubringen und neue Ideen umzusetzen

Zu Ihrem weiteren Aufgabengebiet gehören die Projekt- und Terminüberwachung, das Erstellen von Offerten in Zusammenarbeit mit externen Stellen.

Was Sie mitbringen:

- Sie verfügen über eine abgeschlossene Goldschmiede-Ausbildung
- Sie stellen höchste Qualitätsansprüche an Ihre Arbeiten
- Die Ihnen übertragenen Arbeiten führen Sie selbstständig aus
- Sie kenne sich in der Anwendung von 3D- Technologien aus, oder wären bereit sich diese anzueignen.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann freuen wir uns auf Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Kontaktperson bei Fragen: Nadja Koch Goldschmiedin,  
goldschmied@mundwiler-juwelen.ch  
Bewerbung an: Donato Trivisano, donato.trivisano@mundwiler-juwelen.ch

Mundwiler Juwelen AG  
Kasinostrasse 3  
8400 Winterthur  
Tel. 052 / 208 90 90



## GRAVUR WERK



*Handgravuren  
aus Luzern*

**Janine Heinzer | Handgraveurin**

Gravurwerk | Gerbergasse 7 | 6004 Luzern  
Tel. 077 522 41 38 | info@gravurwerk.ch | www.gravurwerk.ch

Wir suchen per sofort oder nach Vereinbarung eine motivierte und erfahrene

## Verkaufspersönlichkeit Uhren/Schmuck (100%)



Wir sind ein renommiertes familiengeführtes Uhren- und Schmuckfachgeschäft im charmanten Tourismusort Gstaad.

Im aufgestellten jungen Team erwartet Sie eine interessante Tätigkeit mit verantwortungsvollen und sehr abwechslungsreichen Aufgaben.

Wir bieten Ihnen attraktive Anstellungsbedingungen in einem internationalen Arbeitsumfeld mit den weltbekanntesten Marken Patek Philippe und Rolex.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

**Varinja Giger, Villiger Gstaad AG**

Promenade 55, 3780 Gstaad

T 033 744 11 22

varinja.giger@villiger-gstaad.ch

  
**ROLEX**

  
**PATEK PHILIPPE**  
GENEVE

[www.villiger-gstaad.ch](http://www.villiger-gstaad.ch)

### IHRE AUFGABEN

- Fachkompetente und individuelle Beratung für hochwertige Uhren und Schmuckstücke
- Ausführen diverser administrativer Arbeiten
- Waren- und Lagerbewirtschaftung
- Betreuung Nachverkauf/SAV
- Pflege und Kontrolle der Dekoration der Aussen- und Innenvitrinen

### IHRE KOMPETENZEN

- Abgeschlossene Ausbildung als Detailhandelsfachfrau/-mann EFZ Uhren/Schmuck oder entsprechend langjährige Erfahrung im Verkauf hochwertiger Uhren und Schmuckstücke
- Aufgeschlossene, kommunikative und engagierte Persönlichkeit
- Exaktes, qualitätsbewusstes und strukturiertes Arbeiten im Team
- Stilsicherer Umgang mit anspruchsvoller nationaler und internationaler Kundschaft
- Gute Englischkenntnisse sind zwingend notwendig, Französischkenntnisse von grossem Vorteil

## altmanncasting

Edelmetall-Präzisionsguss  
Fonte de précision de métaux précieux

Wir sind eine führende Edelmetallgiesserei der Uhren- und Schmuckbranche. Zur Ergänzung unserer stetig wachsenden 3D-Abteilung suchen wir nach Vereinbarung eine/n

### 3D Designer, Goldschmied mit CAD-Erfahrung

Ihre künftige Arbeit umfasst insbesondere das Überprüfen und Verarbeiten von übermittelten Kunden-Dateien sowie das Designen von Modellen. Zu Ihrem weiteren Aufgabengebiet gehören die Projekt- und Terminüberwachung, das Erstellen von Offerten in Zusammenarbeit mit internen Stellen, die Qualitätskontrollen der Endprodukte sowie die technische Kundenberatung hauptsächlich in deutscher Sprache.

#### Wir erwarten:

CAD-Erfahrung, im Speziellen Rhino-Kenntnisse  
Exaktes, sauberes Arbeiten  
Freude am Kontakt mit Kunden (technische und fachliche Beratung)  
Instandhaltung, Reparatur und Kalibrierung unserer 3D-Drucker  
Teamfähig, aufgeschlossen, freundlich und motiviert  
Deutsche Muttersprache, Französisch von Vorteil

#### Wir bieten:

eine verantwortungsvolle und abwechslungsreiche Arbeitsstelle  
Arbeit mit neusten Technologien in einem aufstrebenden Sektor  
familiäres Arbeitsklima in einem dynamischen und zweisprachigen Team  
Marktgerechte Entlohnung mit guten Sozialleistungen

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

ALTMANN CASTING AG  
Adrian Altmann  
Hauptstrasse 45, 2563 Ipsach  
032 331 33 55, adrian.altmann@altmann-casting.ch

#### Wir sind:

Eine Schmuckgalerie in Bern, bekannt für eine grosse Auswahl von Farbedelsteinen und sehr kompetente Beratung. Unsere Kunden kommen zu uns für spezielle Einzelanfertigungen von höchster Qualität. Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir ein/e Goldschmied/in bevorzugt mit Graveurerfahrung für 80-100% mit Beginn nach Vereinbarung.

#### Wir bieten:

- Eine spannende und abwechslungsreiche Arbeitsstelle
- Sie dürfen eigene Ideen einbringen und umsetzen
- Ein sehr gut eingerichtetes Atelier
- Möglichkeiten zur Weiterbildung

#### Ihre Aufgaben:

- Entwickeln von Entwürfen mit unseren Kunden
- Erstellen von Offerten
- Umsetzung und Realisation von hochwertigen Einzelanfertigungen
- Koordination von Fremdarbeiten

#### Ihr Profil:

- Abgeschlossene Lehre als Goldschmied
- Berufserfahrung im Herstellen von Schmuck und Gravur
- Freude am Kontakt mit Kunden
- Teamfähig und selbständig
- Sie übernehmen gerne Verantwortung und haben eine proaktive und zuverlässige Arbeitsweise
- Sie sind engagiert, lösungsorientiert und flexibel
- Sehr gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Englisch und eventuell Französisch

Fühlen Sie sich angesprochen, dann freuen wir uns über eine vollständige Bewerbung bitte an:

Redaktion Gold'Or  
Chiffre 6172  
Postfach 1348  
6341 Baar

## Inserenten

ad more, DE - Pforzheim, 21  
Altmann Casting AG, Ipsach, 38, 39  
Artsupport GmbH, Rümlang, 23  
Briefing-Home Collections, Prilly, 57  
Colpo & Zilio, IT - Torri di Quartesolo, 49  
David Craft, Genève, 5  
Diamond Group GmbH, DE - Koblenz-Gondorf, 59  
Diamond Services GmbH, Zürich, 25  
Dominik Kulsen AG, Winterthur, 55  
Edigem Ltd, Luzern, 57  
Frieden AG Creative Design, Thun, 7  
Gemcolor GmbH, St. Gallen, 5  
GemExpert, Basel, 53  
Gravurwerk, Luzern, 65  
Gyr Edelmetalle AG, Baar, U4, 27  
Höllmüller GmbH, Luzern, U3  
Janwoski & Schorr GbR, DE - München, 5  
Karl Fischer GmbH, DE - Pforzheim-Eutingen, 53  
Locherschmuck GmbH, Ostermündigen, 43  
Manu Schmuckwerkstatt GmbH, DE - Hameln, 19  
Muveo GmbH, DE - Frankfurt am Main, U2  
Nat AG, Visp, 45  
Oehrl F.H. AG, Buchs, 5  
SM Sertissage, Stabio, 31  
Uhrenfabrik Junghans GmbH, DE - Schramberg, U1  
Wassner AG, Thalwil, 13  
Zanella Fashion & Design GmbH, Cham, 9

Die nächste

# GOLD'OR

erscheint am 21. April 2020

## 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  
Tel. 041 768 33 00, 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@tempsdencre.ch

Partner / partenaire  
Verband Schweizer Goldschmiede und  
Uhrenfachgeschäfte (VSGU) /  
Association des maisons spécialisées  
Horlogerie et Bijouterie (ASHB)  
info@vsgu-ashb.ch, www.vsgu-ashb.ch

Fachautoren / Auteurs spécialisés  
Forschung und Technik:  
Dr. Lucien Trueb  
lucien.trueb@bluewin.ch

Gemmologie:  
Prof. Henry A. Hänni  
info@gemexpert.ch

Diamond News:  
Walter Muff fine diamonds  
walter.muff@bluewin.ch

Korrektorat  
Helena Zaugg Wildi  
zaugg@adapteam.ch

Correction et Traductions  
Félix Glutz  
felix@adapteam.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 weiterverwendet werden.

Grafik, Umsetzung / Graphisme, réalisation  
Marisa Kreienbühl, Rocket GmbH  
mkreienbuehl@rocket.ch

Druck / Imprimerie  
Druckcenter am Rigi AG  
Giessenweg 3, 6403 Küssnacht am Rigi  
info@druckcenter.ch, www.druckcenter.ch

Auflage / Tirage  
2500 Ex. (WEMF-beglaubigte Auflage),  
erscheint 9x jährlich

Abonnement Preis / Prix  
Schweiz / Suisse: CHF 96.00  
Einzelpreis / Prix unitaire: CHF 15.00

Papier  
INHALT – Das für die Herstellung dieses Papiers verwendete Holz stammt aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern und wird den ökologischen, sozialen und ökonomischen Standards des FSC-Labels gerecht.



Fasseratelier mit Leidenschaft

Wir sind Ihr Partner, wenn es ums Fassen geht.

HÖLLMÜLLER

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

# ALLIANCE

## SWISS MADE

*Von links nach rechts:*

*Pavé, 0.49 ct. Rotgold 750, Neo-Kanal, 0.39 ct. Gelbgold 750, 2-Griffe, 0.69 ct. Weissgold 750*

*De gauche à droite:*

*Pavé, 0.49 ct. or rouge 750, néo-canal, 0.39 ct. or jaune 750, 2-griffes, 0.69 ct. or gris 750*