GOLD'OR

No. 5
Juli / August 2019
CHF 15.00

Blue Peacock Diamonds
40 Jahre blauer Pfau in Zürich
Le paon bleu fête ses 40 ans à Zurich

Focus
Edle Steine
im Mittelpunkt

Jewellery
Les oiseaux
au paradis

VSGU
Totalrevision
der Ausbildung

ORNARIS

TRENDS
NEUHEITEN
DESIGN

BERN 18.–20.08.2019

GRATIS TICKET FÜR FACHEINKÄUFER/-INNEN
ORNARIS.CH/TICKET
CODE: r195v5f6

STARKE ANZIEHUNG

ALLES, WAS DU DIR VORSTELLEN KANNST UND MEHR.

RETAIL DESIGN SHOW

ORNARIS.CH

Editorial

Hauptsache Strategie

Kunden sollen über verschiedene Kanäle angesprochen werden. In unserer Branche bedeutet das, dass Bijouterie- oder Goldschmiedegeschäfte meist eine Webseite führen. Zeitungsanzeigen, Firmenbroschüren, Newsletter und der Auftritt in den sozialen Medien ergänzen die Präsenz. Idealerweise verfügen diese Kanäle über eine gemeinsame Datenbasis. Marketingexperten-Experten präsentieren aber schon die nächste Stufe: Neu soll alles „Omni Channel" sein. Die Kunden stehen über mehrere Kanäle gleichzeitig in ständigem Kontakt mit mit dem Anbieter und erleben die Markenwelt aktiv.

Um diese Theorie anhand eines Beispiels zu verdeutlichen, hat der VSGU im Mai einen Blick über den Tellerrand gewagt und den Digital-Chef von PKZ an die Versammlung in Basel eingeladen. Reto Senti erklärte den Verbandsmitgliedern, wie das Modeunternehmen die Omni-Channel-Strategie interpretiert und umsetzt (S. 10).

Sollen jetzt alle Uhren- und Schmuckanbieter zu einem solchen Rundumschlag ausholen? Reto Senti antwortet mit einem klaren Nein: Jeder müsse selbst herausfinden, was für ihn richtig sei und seinen Möglichkeiten entspreche. Wichtig sei vor allem, dass die gewählte Strategie konsequent umgesetzt werde. Dass heisst also, dass man lieber nur etwas macht, dafür richtig. Webseiten mit veralteten Inhalten, schlecht bewirtschaftete Online-Shops oder gar verwaiste Social-Media-Konten sind kontraproduktiv.

Auch das belgische Schmuckunternehmen Baunat lässt in seiner Strategie einen signifikanten Teil der möglichen Kunden-Kanäle aus. Verkauft wird nämlich vorwiegend online, das aufwändige Führen von Fachgeschäften oder Marketing mit Botschaftern überlässt man anderen. Die Produktpreise sind dadurch vermutlich ebenso tief wie die Sympathie der „Kollegen" aus der Branche (S. 34).

Da wir ebenfalls auf verschiedenen Kanälen mit Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, kommunizieren wollen, haben wir unseren elektronischen Newsletter ausgebaut. Mit „Gold'Or Aktuell" versorgen wir Sie gerne auch zwischen unseren Print-Terminen mit Informationen. Sie können sich auf www.goldor.ch anmelden oder Ihre E-Mail-Adresse an info@goldor.ch senden.

Tanja Wenger

Des histoires à revendre

L'industrie horlogère suisse n'est pas particulièrement connue pour sa grande transparence. Il arrive ainsi que certains fabricants s'affublent du titre honorifique de «manufacture», alors qu'ils ne font en réalité plus grand-chose d'autre qu'organiser une production à l'externe et, dans le meilleur des cas, d'assembler les différentes pièces en un produit fini.

Les histoires pour le moins affabulatrices de certains fabricants horlogers helvétiques ont pour conséquence que tous les autres fabricants, que nous appellerons les marques de prestige, se désignent également comme des manufactures avec un prétendu droit encore plus important et que leur crédibilité s'en trouve renforcée. En d'autres mots, il y en a dans le monde suisse de l'horlogerie qui font semblant de l'être et d'autres qui le sont vraiment – c'est en tout cas une croyance répandue. Et si l'on n'a jamais fabriqué soi-même des composants de mouvements ou de montres, il sera de toute façon très difficile de se faire une idée de ce qui est nécessaire à une production entièrement réalisée à l'interne. Nous parlons ici de près de 99 pour cent des consommateurs et cette proportion rend le conte des pontes de l'horlogerie encore plus facile à croire.

Il est donc bon de se rendre régulièrement au salon des fournisseurs EPHJ de Genève en s'installant dans le wagon restaurant des CFF (qui, soit dit en passant, a la lucidité de ne pas se considérer comme une manufacture) et de s'embarquer dans des discussions mouvementées autour d'une table conviviale. Il peut alors arriver qu'un responsable de production d'un fournisseur découvre de première main le temps réellement nécessaire à la fabrication artisanale, pièce après pièce, d'une montre (et ce même s'il s'agit d'un procédé industriel). Ceci permettra alors de démontrer mathématiquement à l'un de ces experts qu'il n'est absolument pas possible qu'une personne, même auprès de la marque leader du marché, fabrique réellement «elle-même» toutes ses pièces. En effet, si l'on prend uniquement la place nécessaire à l'installation de toutes les machines, aucune halle de production n'aurait la capacité requise.

Alors, qu'en conclure? L'industrialisation croissante de la fabrication horlogère et la disparition progressive des activités «manuelles» ne doit pas avoir pour conséquence que la production perde de plus en plus la mention «fatto in casa». Ce serait peut-être le moment de réfléchir à une protection juridique du terme «manufacture». Il resterait encore à trouver qui pourrait bien contrôler tout ça? Jusqu'à ce que cette question soit résolue, toutes les marques horlogères continueront à juste titre à se nommer «manufactures» si elles emballent toujours leurs produits elles-mêmes.

Marcel Weder

Inhalt / Sommaire

03 Editorial

06 News

10 Trade
10 Omni Channel im Detailhandel
12 Salon EPHJ: les manufactures de demain
14 Sonnenschein und kleine Wolken an der EPHJ
15 Ornaris präsentiert die Branche im Wandel
16 Hongkong als Drehscheibe für Innovationen
17 Zum 64. Mal Bangkok Gems & Jewelry Fair

18 VSGU-ASHB
18 Totalrevision der Ausbildung
19 Révision complète de la formation

20 Cover Story
20 Blue Peacock: 40 Jahre blauer Pfau in Zürich
21 Le paon bleu fête ses 40 ans

26 Jewellery
26 Vorbereitungen für die World Skills
30 Musée technique de Pforzheim
31 Les oiseaux au paradis de la joaillerie
34 Baunat, belgischer Online-Diamanthändler
35 Schmuck für die Sommerlust

Cover Story
Blue Peacock *20*

Jewellery
Les oiseaux
au paradis *31*

36 Watches
36 Concours de l'institut Horlogerie Cartier
37 Der Uhrmacherwettbewerb von Cartier
38 Heisse Zeiten: eine Sommeruhren-Auswahl

40 Stones
40 Diamond News
41 Gemmologen trafen sich in Idar-Oberstein
42 Focus Steine & Perlen

60 Special
60 Werkstoffe für Uhren und Schmuck: Messing
61 Phi – der Goldene Schnitt
62 Das immaterielle Kilogramm
63 Fortschritt in der Masertechnik
64 Ein gutes Jahr für die Gyr Edelmetalle
65 Un exercice satisfaisant chez Gyr Métaux Précieux
66 Mein Stil: Muriel Mangold

70 Jobs und Markplatz

Focus
Steine & Perlen *42*

VSGU
Totalrevision
der Ausbildung *18*

BANGKOK GEMS
& JEWELRY FAIR
Die 64. „BGJF" im September 2019

Organisiert vom
DITP
Department of International Trade Promotion
Ministry of Commerce, THAILAND

Entdecken Sie Ihre eigene Schönheit
auf der Bangkok Gems & Jewelry Fair
(Bangkoks Edelstein und Schmuckmesse)

Die BGJF versammelt erstklassige Schmuckhersteller aus dem In- und Ausland. Präsentiert werden hochwertige Schmuckartikel und - ressourcen sowie Schmuckstücke mit aufwendigen und auffälligen Design. BGJF ist die Veranstaltung, die Schmuckliebhaber nicht verpassen sollten! Besucher werden von der Vielfalt der Edelsteine und den einzigartigen Schmuckstücken auf der BGJF begeistert sein.

Um den geschäftlichen Erfolg sowie die Präsentation aller Schmuckdesigner und Kunsthandwerker zu erleben, verpassen Sie die 64. Bangkok Gems & Jewelry Fair 2019 nicht, die vom 10. bis 14. September 2019 auf der IMPACT Muang Thong Thani stattfindet.

THAILAND'S
MAGIC HANDS

10. - 14. SEPTEMBER 2019
IMPACT, Challenger Halle 1-3, Bangkok

WWW.BKKGEMS.COM BANGKOKGEMSOFFICIAL

Who

Rolex, Genf,

ist seit 2019 offizieller Zeitnehmer des Grand-Slam-Tennisturniers Roland Garros in Paris. Seit diesem Jahr ist in der Hauptarena, dem Court Philippe-Chatrier, auf Platzhöhe links hinter der Ehrentribüne, eine grosse Rolex-Uhr an der Wand montiert, die immer dann sichtbar ist, wenn die Spieler auf dieser Seite aufschlagen. Zu Turnierbeginn war diese Uhr jedoch halbseitig durch eine Platzkamera verdeckt. Jeder, der die Genfer Marke kennt, wusste jedoch, dass man sich über diesen Umstand nicht besonders freute. Und siehe da, am Sonntag zur Turnierhälfte hing die Uhr 30 Zentimeter tiefer und war nun in voller Pracht zu sehen. Einzig zwei Löcher in der Wand oberhalb der Uhr zeugten noch von ihrer vorherigen Position. Ob auch die Marke Longines, die bis 2018 Zeitnehmerin des Turniers gewesen war, so schnell reagiert hätte, weiss man nicht.

Rolex, Genève,

est depuis 2019 le chronométreur officiel du tournoi du Grand Chelem de Roland-Garros à Paris. Le court central (court Philippe-Chatrier) accueille depuis cette année une grande horloge Rolex, installée à la hauteur des places assises, sur le mur gauche derrière la tribune officielle. L'horloge est toujours visible lorsque les joueurs servent de ce côté. Mais cette montre était à moitié cachée par une caméra au début du tournoi. Tous ceux qui connaissent la marque genevoise savent très bien que ce petit détail n'allait sûrement pas plaire aux principaux intéressés. Et c'est ainsi que le dimanche du milieu du tournoi, l'horloge se trouvait soudain 30 centimètres plus bas et pouvait donc être admirée dans toute sa splendeur. Seuls deux trous visibles sur le mur au-dessus de l'horloge témoignent encore de son ancien emplacement. Reste à savoir si on aurait réagi aussi rapidement chez Longines, le précédent chronométreur officiel du tournoi jusqu'en 2018.

20 Minuten

schrieb am 3. Juni über den aufkommenden „Baby Shower"-Trend, der gewissermassen duschwellenartig von den USA und Asien nach Europa überschwappt. Eine Dame, die an eine solche „Babydusche" eingeladen war, berichtete von einer im Vorfeld kursierenden Geschenkliste, auf der „keines der Geschenke unter 100 Franken kostete". Sollte sich das Baby-Shower-Ritual auch hierzulande weiter verbreiten, böte dies auch zusätzliche Möglichkeiten, die werdende Mutter mit Kostbarkeiten zu beschenken. Schmuckmarken wie Thomas Sabo haben auf ihrer Seite immerhin bereits eine Rubrik „Baby Shower" gelistet, die Auswahl präsentiert sich jedoch noch überschaubar.

20 Minutes

a publié le 3 juin un article sur la tendance actuelle des «baby shower», qui a plus ou moins submergé l'Europe par différentes vagues successives et qui nous vient des États-Unis et d'Asie. Une femme invitée à l'une de ces fêtes a publié une liste de cadeaux qui lui avait été envoyée au préalable et dont aucun des présents ne coûtait moins de 100 francs. Si le rituel des baby showers devait aussi se populariser dans notre pays, il devrait offrir de nouvelles possibilités de gâter les futures mamans en leur faisant des cadeaux de grande valeur. Si les marques joaillières telles que Thomas Sabo ont de leur côté déjà préparé une rubrique «Baby Shower», la sélection d'articles proposés reste encore raisonnable.

European Open für Facettierer

Ein Topas, der am letztjährigen Wettbewerb kunstvoll geschliffen wurde.

Dieses Jahr wird wieder ein European Open für alle Steinliebhaber und Facettierer durchgeführt. Es sind keine Bedingungen an die Teilnahme des Wettbewerbs geknüpft. Jeder Facettierer kann ungeachtet seines Berufsstandes, Wohnortes oder seiner Qualifikation, teilnehmen. Beurteilt werden die Steine nach dem Kriterium „gefällt mir" von den Besucherinnen und Besuchern der Gemworld bei der Munich Show am 25. und 26. Oktober.

Bis am 12. Oktober muss ein synthetischer Spinell eingereicht werden, wobei das Design frei wählbar ist. Wie Felix Kirchhofer, Präsident der Facettierer-Gilde Schweiz, erklärt, geht es bei diesem Wettbewerb nicht um absolute Präzision und es muss auch kein neues Design entwickelt werden. „Vielmehr darf man sich innerhalb von weiten Grenzen austoben und auch ungewöhnliche Schliffe einreichen", sagt er. Die Rangverkündigung erfolgt am 27. Oktober im Forum Minerale in München. Die ersten drei Preisträger erhalten eine Medaille sowie eine Urkunde. Die Steine werden nach dem 27. Oktober an die Teilnehmer zurückgesandt. *(db)*

www.facettieren.ch

Die Bahamas können warten

Wer Ende August seinen Flug auf die Bahamas noch nicht gebucht hat, sollte sich einen Besuch an der „Inova Collection" rot in der Agenda eintragen (24.-26.8.). Die 2018 lancierte Fachmesse für Schmuck, Edelsteine, Perlen und Uhren wartet mit einem frischen Konzept und einer Reihe von Plattformen und thematischen Schwerpunkten auf. Dass sie auch bei den Ausstellern äussert beliebt ist, beweist die Tatsache, dass die Messeleitung bereits Ende April mit mehr als 220 Ausstellern den Status „Ausgebucht" vermeldete. Wer mit dem Auto anreist, findet vor Ort grosszügige Parkmöglichkeiten. Zug- und Flugreisenden stehen am Frankfurter Hauptbahnhof beziehungsweise am Flughafen kostenlose Shuttle-Busse zur Verfügung, die alle 30 Minuten zum Messecenter Rhein-Main in Hofheim-Wallau fahren. Zeitgleich zur Inova Collection findet in Rüsselsheim rund 20 Kilometer entfernt die Fachmesse „The Box" statt, mit Ausstellern für Body- und Beachwear, Taschen, Beauty, Interior, Accessoires und Schmuck. *(mw)*

www.inova-collection.de
www.thenewboxisopen.de

Mehr als 220 Aussteller kommen Ende August an die zweite Inova Collection.

Zweite Inhorgenta Trendfactory

Inhorgenta-Projektleiterin Stefanie Mändlein bei ihrer Präsentation an der Trendfactory 2018 in Zürich.

2018 wurde die Schweizer Ausgabe der Inhorgenta Trendfactory in Zürich erfolgreich lanciert. Dieses Jahr lädt die Messeleitung die Fachleute der Uhren- und Schmuckbranche erneut ein. Am 22. Oktober erwartet sie im Kultur- und Kongresszentrum Luzern (KKL) neben der schönen Aussicht auf den Vierwaldstättersee ein spannendes Programm: Experten der Branche erläutern ihre Sicht auf den Uhren- und Schmuckmarkt und stellen das Thema Nachhaltigkeit (Sustainability) in den Fokus. Stefanie Mändlein, Projektleiterin der Inhorgenta Munich, präsentiert das innovative Zukunftskonzept der internationalen Order- und Kommunikationsplattform in München und in einer Podiumsdiskussion werden aktuelle Fragestellungen der Branche thematisiert.

Die Anmeldung ist ab sofort bis zum 10. Oktober bei Roberto Arconzo von BTO Solutions Schürch möglich (roberto.arconzo@bto-solutions.ch, Telefon 044 350 36 02). Das detaillierte Programm der Abendveranstaltung wird zu einem späteren Zeitpunkt bekanntgegeben. *(twf)*

Save the date: Die nächste Inhorgenta Trendfactory findet am 22. Oktober im Kultur- und Kongresszentrum Luzern statt.

Vom Sommer inspiriert

Sommerzeit – Ferienzeit. Auch Gübelin Luzern hat sich bei den neuen Schmuckkollektionen von der heissen Jahreszeit und dem Meer inspirieren lassen. Zur Linie „Grace of the Sea Anemone“ gehört dieser Weissgoldring mit einem ovalen blauen Tansanit aus Tansania von 3.09 Carat sowie 24 Brillanten von zusammen 0.27 Carat. Den Ring gibt es mit Tansaniten in verschiedenen Grössen. *(db)*

Weissgoldring mit Tansanit von Gübelin.

INOVA
COLLECTION
TRADE FAIR FOR JEWELLERY, GEMSTONES, PEARLS AND WATCHES
HOME OF JEWELLERY
MESSECENTER RHEIN-MAIN
HOFHEIM-WALLAU
INOVA-COLLECTION.DE
ONE DATE
24.–26. AUGUST 2019
TWO SHOWS
THEBOX
THE NEW BOX IS OPEN FOR ACCESSOIRES & MODESCHMUCK, BODY- & BEACHWEAR, LIFESTYLE & YOU!
OPELHALLEN K48 | RÜSSELSHEIM
THEBOXISOPEN.DE

Who

Auktionshaus Rapp, Wil,

freute sich Ende Mai über eine erfolgreiche „Schmuck und Uhren"-Auktionswoche. Mehr als 100 verschiedene Schmuckstücke, Uhren und Luxushandtaschen kamen unter den Hammer, darunter auch ein Diamantcollier, besetzt mit rund 230 Diamanten im Brillant-, Smaragd- und Tropfenschliff (ca. 56-60 ct, G-I/VVS-SI), das für 50'000 Franken den Besitzer wechselte. Der Gesamtpreis aller versteigerten Objekte betrug mehr als eine Million Schweizer Franken. Das ist mehr als doppelt so viel Umsatz wie anlässlich der ersten Luxusgüterauktion von Rapp vor eineinhalb Jahren. Geschäftsführerin Marianne Rapp Ohmann erklärt den Erfolg damit, dass ihre Luxusauktion vom Angebotsmix her „weltweit einzigartig" sei.

Anna Corliano präsentiert das diamantenbestückte Collier, das für 50'000 Franken versteigert wurde. / Anna Corliano présente le collier de diamants adjugé pour la somme finale de 50'000 francs.

Peter Rapp AG, Wil/SG,

s'est dite très contente du succès rencontré par sa semaine d'enchères consacrée aux bijoux et aux montres à la fin mai. Plus de 100 bijoux, montres et sacs à main de luxe ont ainsi trouvé preneur, et notamment un collier de près de 230 diamants tailles brillant, émeraude et poire (env. 56-60 ct, G-I/VVS-SI) que l'acheteur s'est adjugé à 50'000 francs. Le prix total de tous les objets vendus aux enchères s'est élevé à plus d'un million de francs suisses. Ce montant représente plus de deux fois le chiffre d'affaires réalisé lors de la première vente aux enchères d'articles de luxe de Rapp il y a une année et demie. Marianne Rapp Ohmann, la directrice de la maison, a expliqué ce succès en déclarant que la mixité de l'offre proposée lors de sa vente aux enchères de luxe était «unique au monde».

Swatch, Biel,

eröffnete Anfang Juni mit einem offiziellen Anlass den weltweit ersten Uhren-Drive-Thru. Das Geschäft befindet sich beim neu gebauten Swatch-Group-Hauptsitz an der Jakob- Stämpflistrasse 104, beziehungsweise dem Nicolas-G.-Hayek-Plaza. Erhältlich ist annähernd die gesamte Kollektion der Marke Swatch. Kunden können die Uhren vom Auto aus kaufen oder das Geschäft ganz konventionell zu Fuss besuchen.

Swatch, Bienne,

a ouvert début juin le premier magasin de montres drive-thru au monde à l'occasion d'un événement officiel. Ce nouveau point de vente est situé près du tout nouveau siège du Swatch Group, à la Jakob-Stämpfli-Strasse 104, sur la Nicolas G. Hayek Plaza. Il propose presque toute la collection de la marque Swatch. Les clients peuvent acheter leur montre depuis leur voiture ou se rendre au magasin de manière tout à fait conventionnelle à pied.

T'as pas deux balles?

Étonnamment, les porte-monnaie n'ont jamais fait l'objet d'une exposition à part entière en France. La qualité esthétique de ces objets mérite pourtant qu'on s'y intéresse au-delà de leur utilité. La collection rassemblée par Henri Joannis-Deberne est inédite, elle couvre la période 1830-1930 et sera complétée, pour le XXe siècle, par l'emprunt de porte-monnaie à des musées français et à de grandes maisons de maroquinerie et joaillerie. Durant cette période, ce réticule, qui n'a rien de ridicule, devient, au même titre que le sac à main, un accessoire de mode des grandes marques contemporaines. Plus de 200 pièces seront exposées exécutées en matériaux divers (écaille, bois, ivoire, nacre, tissu, métal, coquillage, cuir, etc.). De nombreux métiers associés, tabletiers, bijoutiers, joailliers, se sont exercés à réaliser ce type de petits objets qui seront visibles à La Monnaie de Paris, 11 quai de Conti, dans le 6e arrondissement, jusqu'au 3 novembre 2019. *(cdv)*

Ce petit porte-monnaie en nacre et peau avec un motif en argent est signé «Piver», la plus ancienne parfumerie de Paris toujours en activité. À l'origine, «À la Reine des Fleurs», est la parfumerie du maître gantier parfumeur versaillais, Michel Adam, fondée le 8 juillet 1774. En 1809, Louis Toussaint Piver (1787-1877), est engagé comme apprenti pour ses connaissances en chimie. Dès les années 1860, la maison Piver possède trois usines: à Grasse, à Paris et à La Villette (qui deviendra l'usine d'Aubervilliers).

www.monnaiedeparis.fr

Nouvelles gemmes anciennes au Getty Museum

Christie's New-York a vendu aux enchères, ce printemps, pour la somme de 10,6 millions de dollars, une magnifique collection de gemmes gravées et de camées antiques provenant du célèbre amateur Giorgio Sangiorgi (1886-1965). La plupart de ces pièces ont été achetées avant la Deuxième Guerre Mondiale et conservées en Suisse depuis les années 50. C'est le Musée Getty (Californie) qui a acheté cette sélection de pierres des époques minoenne (2700 à 1200 avant J.-C.), archaïque et classique, mais également des gemmes étrusques et romaines. Ces pièces n'ont jamais encore été présentées en public. «Grâce à cette acquisition, la Collection Getty possédera les plus belles et les plus fameuses de toutes les gemmes classiques et, notamment, les portraits d'Antinoüs et de Démosthène», explique Timothy Potts, directeur du J. Paul Getty Museum. Les dix-sept gemmes récemment acquises seront montrées lors d'une exposition spéciale au Getty Center en décembre 2019. Ensuite, elles seront visibles dans la célèbre Villa Getty, proche de Los Angeles. *(cdv)*

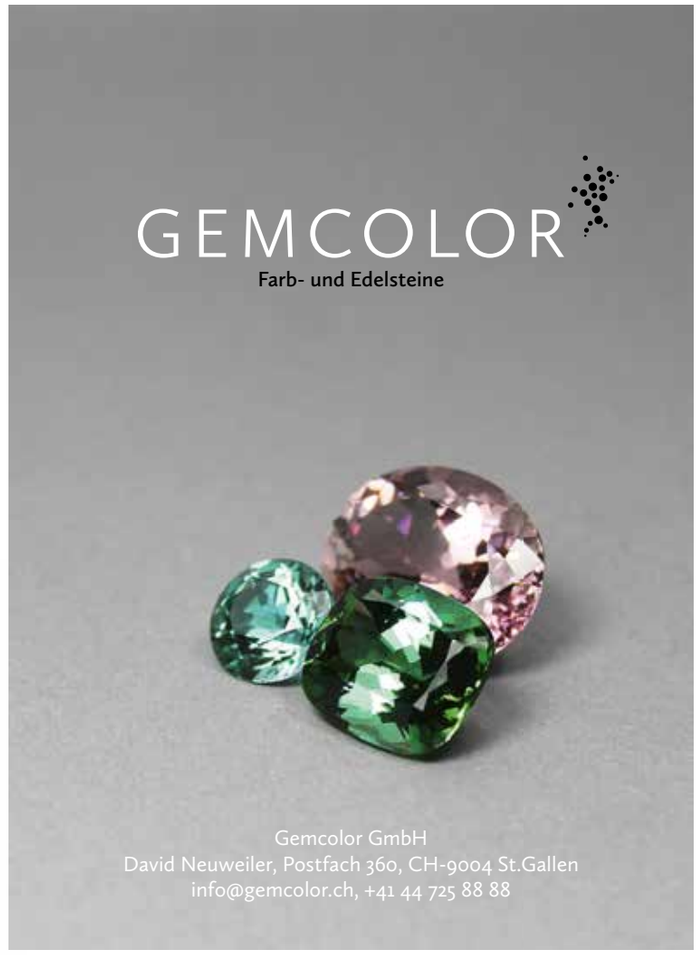
www.getty.edu

Magnifique intaille (pierre dure et fine gravée en creux pour servir de sceau ou de cachet) romaine représentant le portrait d'Antinoüs, superbement gravé dans une vaste calcédoine noire, datant d'environ 130-138 avant J.-C. Cette pièce historique est connue sous le nom de l'Antinoüs de Marlborough. Photo: Christie's

Swisskubik innove

Fondé en 2007, racheté dix ans plus tard par l'homme d'affaires Xavier Castelli, «SwissKubiK» est spécialisé dans la fabrication de remontoir pour montres automatiques. A l'EPHJ, la marque présentait sa dernière innovation: le Travelbox. Cet écrin de voyage rotatif permet de protéger la montre d'une part, mais surtout de l'entretenir en évitant que les huiles ne se figent et de la mettre en valeur. La société genevoise, qui écoule quelque 15'000 pièces par an, poursuit ainsi son développement. Connue pour ses remontoirs cubiques, elle a noué plusieurs partenariats avec des marques horlogères – notamment Richard Mille – dans le but de transformer le traditionnel coffret de livraison en objet vraiment utile. Elle est également en contact avec UBS pour développer des écrins adaptés aux tiroirs de coffres: «Ils ne devront pas faire plus de dix centimètres de côté, explique le copropriétaire et CEO Christophe Hubert. Ce projet est possible car nous avons miniaturisé nos moteurs à l'extrême. Ils sont silencieux, fiables et surtout très économes: avec deux petites piles, ils peuvent fonctionner trois années entières.» *(fe)*

Swisskubik vient de sortir le Travelbox: silencieux, solide, cet écrin rotatif de voyage permet de protéger et d'entretenir la montre lors de déplacement.



Who

Die Genfer Schmuckauktionen

von Mitte Mai erbrachten reihenweise Top-Resultate, wobei keine Rekorde gebrochen wurden. Insbesondere bei Christie's lagen die Höchstpreise deutlich über den Schätzpreisen: Für einmal erzielte dabei ein Farbstein und nicht ein Diamant das beste Ergebnis. Ein Platinring von Harry Winston mit einem Burma-Rubin (22.86 ct) und halbmondförmigen Diamanten erbrachte 7,2 Millionen Franken, wobei der Schätzpreis bei zwei bis drei Millionen gelegen hatte. Den zweithöchsten Preis (7,08 Mio.) erzielte ein 118.05-carätiger, gelber Diamant (Fancy Yellow) in einem kissenförmig modifizierten Brillantschliff. Auch hier wurde der Schätzpreis von 2,5 bis 3,5 Millionen deutlich übertroffen. Den dritthöchsten Preis erzielte mit 5,72 Millionen Franken ein Naturperlen-Collier mit SSEF-Zertifikat, bestehend aus 110 Naturperlen von 14,75 bis 7,75 Millimetern bei einer Länge von 107 Zentimetern. Der Schätzpreis hatte bei 2,5 bis 3,5 Millionen gelegen. Insgesamt wurden bei Christie's 233 Objekte im Gesamtwert von 63'145'000 Franken versteigert (im Vorjahr waren es 81,62 Millionen), was einen Durchschnittspreis von 271'010 Franken pro Objekt ergibt. Die Genfer Schmuck-Versteigerung von Sotheby's, die am Vortag stattgefunden hatte, erbrachte 42,35 Millionen Franken für 335 Objekte, bei einem Durchschnittswert von 126'420 Franken. Den höchsten Preis erzielte bei Sotheby's ein 36.57-carätiger Diamant im Rundschliff (D, FL, IIa), der für 5,047 Millionen Franken verkauft wurde, der Schätzpreis lag bei 4,5 bis 5,5 Millionen.

Les ventes aux enchères genevoises

de la mi-mai ont atteint des sommets les unes après les autres, même si aucun record n'a été enregistré. Chez Christie's en particulier, les montants les plus élevés ont largement dépassé les prix estimés. Et pour une fois, c'est une pierre colorée et non un diamant qui a atteint le prix le plus haut. Une bague en platine Harry Winston avec un rubis birman (22,86 ct) et des diamants demi-lune ont rapporté 7,2 millions de francs, alors que son prix estimé évoluait entre deux et trois millions de francs. Le deuxième montant le plus élevé (7,08 millions) a été atteint par un diamant jaune (Fancy Yellow) taille ancienne (brillant en forme de coussin) de 118,05 carats. Ici aussi, le prix estimé de 2,5 à 3,5 millions a largement été dépassé. Le troisième prix le plus élevé était de 5,72 millions de francs pour un collier de perles naturelles avec certificat SSEF composé de 110 perles naturelles de 14,75 à 7,75 millimètres pour une longueur de 107 centimètres. Le prix estimé était de 2,5 à 3,5 millions. Au total, Christie's a vendu aux enchères 233 objets pour une valeur totale de 63'145'000 francs (ce montant était de 81,62 millions l'année précédente), soit un prix moyen de 271'010 francs par objet. La vente aux enchères de bijoux de Sotheby's à Genève, qui s'est déroulée le jour précédent, a atteint un total de 42,35 millions de francs pour 335 objets (valeur moyenne de 126'420 francs par objet). Ici, le prix le plus élevé a été atteint par un diamant taille ronde (D, FL, IIa) de 36,57 carats, qui a été adjugé à 5,047 millions de francs, alors que son prix estimé évoluait entre 4,5 et 5,5 millions.

Omni Channel im Detailhandel

Single Channel, Multi Channel, Cross Channel und Omni Channel sind keine neuen Duftstoffe, sondern Kommunikations- und Vertriebsstrategien. Es geht um die Kanäle, über die ein Anbieter mit seinen Kunden in Verbindung steht. Reto Senti von PKZ hat anlässlich der VSGU-Mitgliederversammlung darüber referiert, wie das Modehaus damit umgeht.

Wenn ein Anbieter seine Kunden erreichen will, kann er dies über einen einzelnen Kanal oder auch über mehrere tun. Im Detailhandel bedeutet ein „Single-Channel-Ansatz" meist die Verkaufssituation im Laden. Führt der Händler zusätzlich eine Webseite, vielleicht sogar mit Online-Shop, und verschickt er noch einen Newsletter an seine Kunden, so nennt man dies „Multi Channel" – oder, wenn die einzelnen Kanäle miteinander verknüpft sind – „Cross Channel". Hier kann zum Beispiel das Modell „Click and Collect" angesiedelt werden, bei dem der Kunde online etwas bestellen und in der Filiale abholen kann.

Reto Senti von PKZ anlässlich seines Vortrags an der Mitgliederversammlung des VSGU.

Diese ersten drei Strategien haben gemeinsam, dass auf der einen Seite ein Sender und am anderen Ende ein Empfänger steht. Die vierte, die sogenannte Omni-Channel-Strategie, rückt den Kunden ins Zentrum. Kommunikation und Vertrieb erfolgen hier über mehrere Kanäle, die miteinander verbunden sind. Der Kunde steht in ständigem Kontakt mit dem Unternehmen und hat verschiedene Berührungspunkte, sogenannte „Touch Points". Er erlebt einen einheitlichen Markenauftritt und muss sich dank einer zentralen Datenbasis nicht auf jedem Kanal einzeln registrieren.

Das Beispiel von PKZ

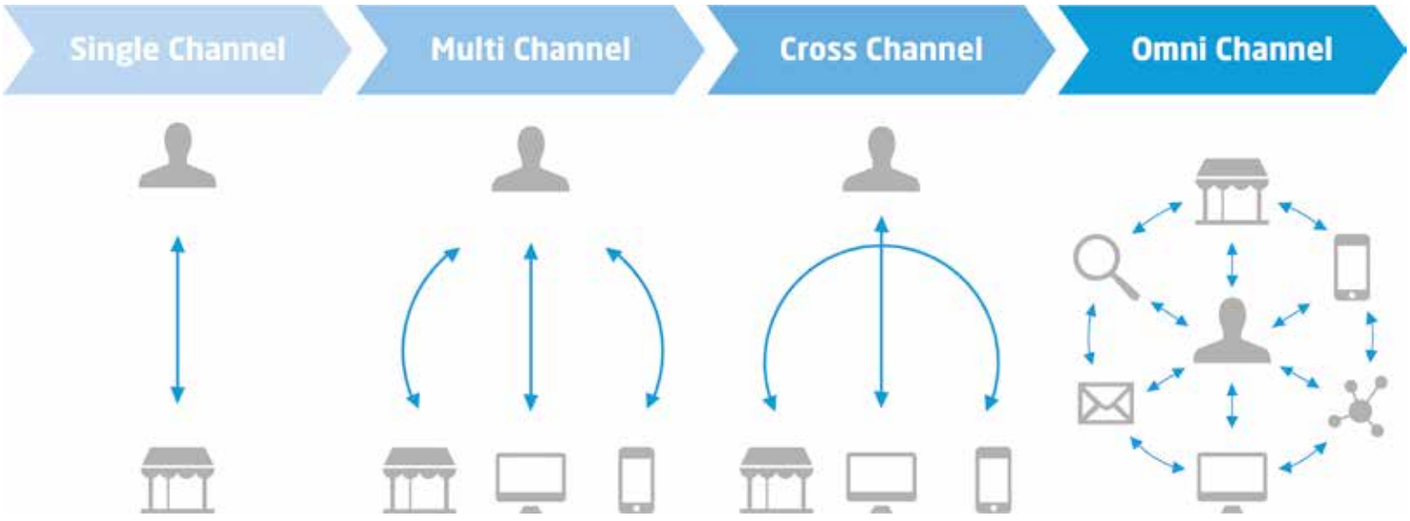
Wie eine solche Omni-Channel-Strategie im Detailhandel aussehen kann, darüber sprach Reto Senti anlässlich der VSGU-Mitgliederversammlung vom 13. Mai in Basel. Als Chief Digital Officer von PKZ ist er nicht nur für die digitalen Belange des Schweizer Modeunternehmens verantwortlich, sondern auch für das optimale Zusammenspiel aller Kanäle.

Gleich zu Beginn seines Referats wies Senti darauf hin, dass der Online-Handel für PKZ noch nicht so profitabel sei, damit das Modeunternehmen nur auf diesen Kanal setzen könnte. „Was denken Sie, wie viel Prozent der Kunden, die sich online bei uns ein Kleidungstück anschauen, kaufen dieses auch?", fragte Senti die Zuhörer. Diese schätzten alle zu hoch. „Es sind weniger als zwei Prozent", löste Senti auf. Dieser Wert entspreche dem Branchenvergleich, je nach Preislage und Positionierung der Marken könne er auch etwas höher oder tiefer liegen. „Viele Kunden informieren sich online und gehen dann stationär einkaufen. Für uns ist der Onlineshop neben der Funktion als Vertriebskanal auch das wichtigste und grösste Schaufenster". Die Tatsache, dass die Kundenfrequenz in den Filialen zwar gesunken, der Umsatz dort aber in etwa gleich geblieben ist, unterstreiche diese Theorie. „Viele Kunden kommen nach ihrer Internetrecherche mit klaren Vorstellungen ins Geschäft, wo sie die persönliche Beratung und das Einkaufserlebnis aber nach wie vor schätzen."

Gesamtumsatz zählt

Für PKZ sei es nicht sinnvoll, alles auf eine Karte zu setzen, sagt Senti. Vielmehr versuche man, die Einkaufsmöglichkeiten so zu verknüpfen, dass die Kunden auf allen Kanälen angesprochen werden, bevor sie sich zu einem Kauf entschliessen. Bei PZK zählt somit der gesamte Umsatz des Unternehmens mehr als das Ergebnis eines einzelnen Vertriebskanals.

PKZ setzt sowohl auf den Ausbau der Geschäfte wie auch auf einen starken Auftritt im Internet und in den Sozialen Medien. „Der Kunde erwartet heutzutage die digitale Welt",



Die Entwicklung von Single Channel zu Omni Channel. Grafik: Vision 11 GmbH

sagt Senti, wobei man aber nicht alle Produkte gleich behandeln könne. Er unterscheidet Güter und Dienstleistungen, die eher online gekauft werden von solchen, bei denen dies nur selten geschieht. Ein klar definierbares Produkt wie eine Glühbirnen oder eine Flugreise wird oft per Mausklick gekauft, ein Haus hingegen kaum ohne vorherige Besichtigung. Dazwischen gibt es Produkte wie Anzüge, Uhren oder Schmuck, die zwar online recherchiert, aber vor dem Kauf gerne noch in echt angeschaut werden.

Rückgabe als Chance

Beim Thema Online-Verkauf wird immer wieder die Rückgabe als Herausforderung genannt. Tatsächlich wird auch bei PKZ die Hälfte der Kleidungsstücke, die online bestellt worden sind, retourniert. Der Kunde kann das sowohl online wie auch in einer PKZ-Filiale tun. „Mehr als 40 Prozent dieser Kunden bringen ihre Ware ins Geschäft zurück. Ich sehe das als grosse Chance. Diese Kunden haben einen Bedarf, der noch nicht gedeckt wurde“, so Senti. Es liege dann am Verkaufspersonal in der Filiale, den Kunden mit seinen Bedürfnissen abzuholen und richtig zu beraten.

Um die verschiedenen Kanäle noch besser miteinander zu verknüpfen, will PKZ in Zukunft neue Modelle zur Digitalisierung am Verkaufspunkt einführen. Zum Beispiel sollen alle Filialen bald mit einem „Salepad“ ausgestattet sein. Damit hat der Verkäufer immer alle Informationen verfügbar, die es zum PKZ-Sortiment gibt, auch wenn er in einer kleineren Filiale arbeitet. Weiter sollen die Marketing-Kampagnen von PKZ on- und offline so koordiniert werden, dass der Kunde über alle Kanäle einheitlich angesprochen wird.

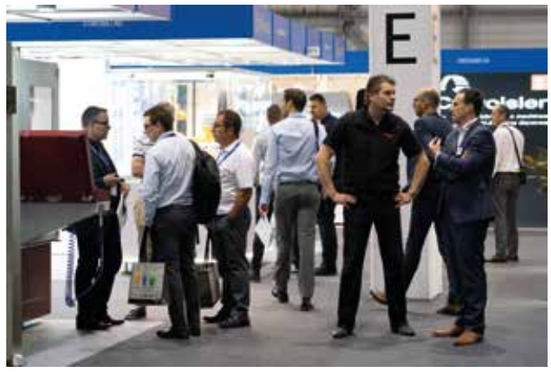
In seinem Fazit unterstreicht Reto Senti, dass das Modell von PKZ nicht für jeden Unternehmer im Detailhandel passt. „Jeder muss selbst herausfinden, was für ihn richtig ist.“ Wichtig sei aber, dass die gewählte Strategie bezüglich Digitalisierung im Unternehmen klar sei, ansonsten verliere man sich in den unzähligen Möglichkeiten und Funktionen. Zudem müssten die Prioritäten innerhalb einer Strategie klar sein und die Mitarbeitenden müssten eine neue Idee mittragen, damit diese erfolgreich sein könne, so Senti. „Am wichtigsten ist es aber, dass der Kunde im Fokus aller Überlegungen steht.“ *(twf)*

Salon EPHJ, Genève

Les fabricants de machines-outils façonnent les manufactures de demain

Les cobots – robots collaboratifs – sont les derniers jouets à la mode dans l'industrie. Mais la collecte de données qu'implique la quatrième révolution industrielle rebute passablement le secteur horloger. C'est ce qui ressort du 18e salon EPHJ, qui vient de fermer ses portes.

L'industrie est en profonde mutation. La révolution numérique qui s'opère dans tous les secteurs promet des usines intelligentes, interconnectées et agiles, capables de s'adapter à des productions de plus en plus personnalisées. Un système où les frontières entre monde physique et digital s'amenuisent toujours plus, grâce à l'émergence de nouveaux outils technologiques: big data, machine learning, cobot ou encore analyse prédictive. Concentré des tendances actuelles, le dernier salon de la sous-traitance EPHJ, qui a fermé ses portes le 21 juin dernier à Palexpo Genève, a révélé quelques belles innovations dans le domaine. Mais aussi mis en lumière les réticences en œuvre dans l'horlogerie. Car si le secteur paraît tout désigné lorsqu'on parle de souplesses, l'échange d'informations qu'exige la quatrième révolution industrielle se voit encore souvent opposer une fin de non-recevoir.



Le quartier des fabricants de machines à vu passer bien du monde lors de la dernière édition de l'EPHJ, qui s'est terminée le 21 juin.

Aucune programmation

Sur le stand Crevoisier, au beau milieu du quartier des fabricants de machines, les démonstrations se sont enchaînées sans interruption pendant les quatre jours qu'ont duré le salon. L'entreprise des Genevez y lançait en première mondiale sa toute nouvelle cellule de polissage 4.0. Un produit qui a nécessité deux ans de développement en collaboration avec un grand groupe horloger et près de deux millions de francs d'investissement. S'il éveille tant d'intérêts, c'est qu'il intègre le dernier accessoire à la mode dans l'industrie: le robot collaboratif. Moins dangereux que les automates traditionnels qui nécessitent un confinement, celui qu'on appelle aussi cobot travaille à des tâches simples en évoluant à vitesse réduite, aux côtés des humains.

Gilles Beuret, technicien en automation, est en train d'apprendre à la machine le geste à effectuer.

Mais le cobot de Crevoisier va encore plus loin: souple, convivial, il ne demande aucune programmation. Pour lui inculquer sa tâche, il suffit de saisir son avant-bras et de lui «montrer» le geste à accomplir. La machine enregistre alors automatiquement le mouvement et le reproduit, sans plus de paramétrage. «Il y a cinq ans, nous avions gagné le prix de l'innovation de l'EPHJ avec notre concept Policapture», explique le CEO Philippe Crevoisier. Une station d'acquisition des mouvements bardée de capteurs permettait alors de générer un programme destiné au robot. «Cette nouvelle cellule de polissage est une simplification de cette solution.» Sans compétences informatiques particulières, l'artisan-polisseur peut dès lors transmettre son touché et son savoir-faire au cobot, une gestuelle très difficile à programmer. «Il faut avoir l'esprit ouvert, poursuit Gilles Beuret, technicien en automation chez Crevoisier. Mais la prise en main est très rapide: une demi-journée suffit à sortir ses premières pièces.»

Robot mobile

Chez Stäubli, sur le stand d'à côté, on travaille également sur la robotique collaborative. Mais plutôt qu'au «machine learning», on a préféré s'attaquer à la modularisation de la chaîne de production. La société suisse aux 5500 collaborateurs dans le monde, est ainsi venu présenter HelMo. Ce nouveau robot n'apprend pas tout seul, mais se déplace de manière autonome. «Grâce à trois lasers intégrés, il est capable de se repérer sans aide, précise Yann Stragiotti, responsable des ventes Robotics: il scanne son environnement puis établit une carte digitale – jusqu'à un kilomètre en carré. Il suffit ensuite de lui dire quoi faire et où.» HelMo peut donc évoluer librement dans l'usine, se déplacer de poste en poste pour y effectuer les tâches les plus fastidieuses. «Cette solution est parfaite pour flexibiliser l'outil de production et l'adapter à la fabrication d'articles personnalisés», souligne encore le responsable.

Le leader mondial du bras robotisé a développé HelMo, un robot collaboratif capable de se déplacer tout seul dans l'entreprise.

Que l'on considère la robotique collaborative, l'intelligence embarquée ou l'agilité de la chaîne de production, l'industrie 4.0 ne peut fonctionner sans l'acquisition et le traitement de données. Or, ce qui est facile dans les domaines grands publics, où Google, Apple et consorts ne se gênent pas pour récolter

La nouvelle C710 de Crevoisier est une cellule de polissage équipée d'un robot collaboratif. Celui-ci ne nécessite aucune programmation.

Le concept d'industrie 4.0 gomme toujours plus les frontières entre monde physique et digital.

des quantités phénoménales d'informations sur leurs clients, l'est beaucoup moins dans l'industrie. Voire impossible dans l'horlogerie. Basée à Tramelan et spécialisée dans la fabrication de CNC et de machines de terminaison, la société Precitrame en sait quelque chose: «Nous avons développé et mis en place des solutions de maintenance prédictive et d'autocorrection des machines, confie le Managing Director Olivier Voumard. Ce sont des sortes de tableaux de bords qui nous permettent d'accompagner nos clients d'une part, d'améliorer nos produits d'autre part. Mais dans l'horlogerie, nous nous retrouvons face à des murs. Certains de nos clients nous interdisent même d'entrée avec une clé USB dans leur usine. Alors des données dans un cloud... C'est très frustrant.»

Employant quelque 220 personnes, dont près du quart dans la R&D et une dizaine dans la production de logiciels, Precitrame plaide pour la standardisation des outils informatiques, qui permettrait d'anonymiser les données récoltées. «Il est vrai qu'en connectant les machines, on accède très vite à beaucoup d'informations, concède le directeur. Par exemple sur la durée d'utilisation des stations, ou sur le nombre de composants produits. C'est la raison pour laquelle nos clients nous demandent actuellement d'installer ces tableaux de bord chez eux, à l'interne. Mais l'industrie horlogère doit absolument trouver une parade pour faire avancer les choses.» Une parade qui passera sans aucun doute par une évolution des mentalités.

Fabrice Eschmann

IF YOU CAN DREAM IT, WE CAN BUILD IT!

OTTO EBERSBERGER
PLANUNG · DESIGN · HANDWERK

Otto Ebersberger GmbH & Co.
Möbelschreinerei und Ladenbau KG

Achen 8 D-83137 Schonstett

Phone: +49 (0) 8055/ 1893-0

Email: info@otto-ebersberger.de

Wir planen und fertigen hochwertige Läden und begleiten Ihr Projekt von A-Z.

- Umfassende Beratung
- Detailplanung & 3D Visualisierung
- Lichtplanung
- Fertigung in eigener Möbelschreinerei
- Logistik & Montage (schlüsselfertig)

web: www.otto-ebersberger.de

EPHJ, Genf

Sonnenschein und kleine Wolken

Die Organisatoren der Genfer Zuliefer-Fachmesse EPHJ-EPMT-SMT ziehen eine positive Bilanz der diesjährigen Austragung. Die Zahl der Besucher stieg gegenüber dem Vorjahr um vier Prozent und die Mehrheit der über 800 Aussteller zeigte sich mit der Austragung zufrieden.

Mehr Besucher als im Vorjahr. Das ist ein Faktor, der an der Fachmesse EPHJ-EPMT-SMT besonders viel Wert ist. An kaum einer anderen Messe wird die Qualität der Besucher derart herausgestrichen wie an der Genfer Zuliefermesse. Paul-Henri Tinguely vom 3D-Spezialisten Altair Consulting aus Genf, lässt diesbezüglich keine Zweifel aufkommen: „Wenn ich hier in vier Tagen 15 Besuche habe, habe ich genug Aufträge für ein Jahr." Denn ein Besuch, so Tinguely weiter, sei an der EPHJ fast immer gleichbedeutend mit einem guten Auftrag und einer guten Zusammenarbeit.

Femtoprint gewinnt zum zweiten Mal nach 2015 den Grand Prix d'Exposants der EPHJ: Rosanna Toscano (von links), Nicoletta Casanova, Giulia Bottarini und Alexander Steimle.

Tinguely, der seit der Gründung der Messe an ihr ausstellt, windet den Messeorganisatoren zudem ein weiteres Kränzchen, weil diese von Anfang an das Interesse der Aussteller in den Mittelpunkt gerückt hätten. Das sei in den Anfangsjahren nicht anders gewesen als heute, unterstreicht er. Das Gleiche gilt im Übrigen auch für die Besucherpolitik. An der EPHJ erhalten Fachbesucher freien Eintritt, während anderswo, etwa an der Baselworld, sogar Uhrmacherlernende den vollen Eintritt entrichten müssen.

Uhrenindustrie läuft

Positive Töne waren auch bei der Bieler Firma Allemand Frères SA zu hören, einem Hersteller für Werkzeugbänke für Uhren- und Schmuckateliers. „Mit der diesjährigen EPHJ sind wir sehr zufrieden", so Céline Richard-Allemand. Notabene der Uhrenbranche gehe es gut, was schon die letzten eineinhalb Jahre durchwegs der Fall gewesen sei, so Richard-Allemand. Etwas anders klang es bei verschiedenen Werkherstellern, die betonten, dass die aktuelle Verlangsamung im Uhrenbereich, die sich derzeit auch in den Exportzahlen spiegle, durchaus zu spüren sei.

Auch die neue Cameo-Kollektion von Invicon war in grosser Vielfalt zu sehen.

Keine Alternative

Die Messe hat sich seit ihrer Gründung im Jahr 2001 in der Branche eine Position erarbeitet, in der sie alternativlos geworden ist. Gab es anfangs noch Konkurrenzveranstaltungen wie die Werkzeug- und Zubehörhalle der Baselworld, sind diese in den letzten Jahren mehr und mehr weggefallen. Für die Zukunft ist zudem nicht denkbar, dass sich in Basel wieder ein Konkurrenzort entwickeln könnte, zumal dort immer weniger Technikverantwortliche der Marken anzutreffen sind.

Eine neue Variation einer Königskette von Laurent Jolliet.

Auch beim Edelsteinspezialisten Groh & Ripp aus Idar-Oberstein, der ebenfalls seit vielen Jahren an der Genfer Fachmesse ausstellt, ist man voll des Lobes: „Wir sind sehr zufrieden mit der hohen Qualität der Fachbesucher. Wir schätzen es sehr, dass alle Verantwortlichen vor Ort sind und dass alle grossen Gruppen und Marken hier vertreten sind. Das gilt für die Akquise neuer Kontakte genauso wie für die Besuche langjähriger Kunden oder die Besprechung laufender Projekte. Insgesamt ist die EPHJ für uns eine sehr wichtige Messe", so Sandra Ripp.

Tradition und High-Tech

Ein Faszinosum der Messe ist auch, dass sie Hightech-Ausstellern genauso Raum lässt wie dem traditionellen Handwerk. Eine schöne Geste war es beispielsweise, dass die Messeleitung den Genfer Kettenmacher Laurent Jolliet, gewissermassen der „letzte Kettenmacher" der Branche, kurzfristig an die Messe einlud. Aber auch traditionellen Guillochier-Betrieben oder einer Lack-Künstlerin, die für grosse Marken Zifferblätter gestaltet, konnte vor Ort bei der Arbeit zugesehen werden.

Der Grosse Ausstellerpreis der EPHJ ging zum zweiten Mal nach 2015 an das Tessiner Mikrotech-Unternehmen Femtoprint SA. Firmengründerin Nicoletta Casanova nahm den Preis für das neu entwickelte hochpräzise „Safe Puncture Optimized Tool" (SPOT) entgegen. Mit dem Mikrowerkzeug kann ein Medikament zur Lösung von Blutgerinnseln in den Retinalvenen auf sichere Weise eingespritzt werden kann, ohne dabei Gewebe zu beschädigen.

Namenswechsel und neues Logo

Die Genfer Fachmesse hat zum Messebeginn zudem ein neues Logo präsentiert sowie einen Namenswechsel bekanntgegeben. In Zukunft wird sie auf die vollständigen Abkürzungen aller einzelnen Teilbereiche verzichten und sich nur noch EPHJ nennen, statt wie bislang EPHJ-EPMT-SMT. Die Zulieferbranchen der Mikrotechnologie (EPMT) und Medizinaltechnik (SMT) bleiben neben der Uhren- und Schmuckbranche (EPHJ) aber wie bis anhin Teilbereiche der Messe.

Marcel Weder

Ornaris Bern

Branche im Wandel

Vom 18. bis 20. August treffen sich die Detailhändler an der Ornaris auf dem Bernexpo-Gelände. Neben den neusten Trends und spannenden Produkten wartet einmal mehr ein vielfältiges Rahmenprogramm auf die Besucherinnen und Besucher.

Bald trifft sich der Detailhandel in Bern.

Zehn Ausstellerbereiche, verschiedene Sonderschauen und vieles mehr: Jedes Jahr verwandelt die Ornaris im Spätsommer das Bernexpo-Gelände und Anfang Jahr die Messe Zürich in den Treffpunkt der Detailhandelsbranche. Vom 18. bis 20. August ist Bern an der Reihe. Mit den Themen Pop-up-Stores, Social Media und Szenografie liefert das „Ornaris-Forum“ diesmal die Stichwörter zur Transformation der Branche.

Die Messe ist der wichtigste Branchentreffpunkt des Detailhandels in der Schweiz. Die nationalen und internationalen Aussteller präsentieren Trends, Neuheiten und Design rund um Living, Dekor, Accessoires. Auch die Schmuckbranche ist mit zahlreichen Anbietern vertreten. Für den Bereich „Cool Chic“, zu dem der Schmuck gehört, ist die Halle 2.0 reserviert. Die Ornaris vereint junge, kreative Talente, Marktführer, Kleinunternehmer sowie Marken und hat sich so über die Jahre zum Fixpunkt einer Branche entwickelt, die ständig im Wandel steckt.

Sonderschauen und Highlights

Facheinkäufer und Aussteller kommen bei den zahlreichen Sonderschauen und Highlights auf ihre Kosten. Mit dem Ornaris Forum wurde vor einem Jahr eine neue Plattform ins Leben gerufen, die als inspirierender Treffpunkt diente und daher heuer zum zweiten Mal stattfinden wird. Hier kann sich das Fachpublikum austauschen und bei den Vorträgen von Experten viel Neues erfahren.

Schmuck ist ein wichtiger Bereich der Messe. Im Bild Christian Fässler und Pascale Birchmeier von Pink Sand.

Im Bereich „O-Trends“ finden sich die Must-haves der kommenden Saison. Die Neuheiten wurden in den zehn Ausstellungsbereichen von einer unabhängigen Fachjury ausgewählt. Mit der Plattform „Fresh Ideas & Design“ fördert die Ornaris junge Designer und Kreativschaffende, die ihre Neuheiten zeigen und die Chance nutzen, erste Kontakte zu Schlüsselfiguren der Detailhandelsbranche zu knüpfen. Im Bereich „O-Starter“ präsentieren Aussteller, die zum ersten oder zweiten Mal an der Messe teilnehmen, ihr Sortiment. Die Standplätze sind limitiert und werden ausschliesslich an Hersteller von Eigenproduktion vergeben. Sonntag und Montag ist die Messe von 9 bis 18 Uhr geöffnet und am Dienstag von 9 bis 17 Uhr. *(db)*

www.ornaris.ch

Hong Kong Jewellery & Gem Fair

Eine Drehscheibe für Innovationen

Die Septemberausgabe der Hong Kong Jewellery & Gem Fair vereint die Welt der Steine und des Schmucks in einer riesigen Show. Sie ist eine unverzichtbare Veranstaltung für Branchenvertreter, Entscheidungsträger und Meinungsbildner.

An der Hong Kong Jewellery & Gem Fair im vergangenen Jahr.

Auch Schmuckuhren sind ein Thema.

Mitte September lädt Hongkong mit der Jewellery & Gem Fair wieder zur weltweit grössten Schmuck- und Steinmesse nach Asien. Die siebentägige Grossveranstaltung bietet eine qualitativ hochwertige Beschaffungsplattform, die Einkäufer mit internationalen Anbietern von Diamanten, Farbedelsteinen, Perlen, fertigem Schmuck, Schmucktechnologien, Verpackungslösungen sowie Werkzeugen und Ausrüstungen verbindet. Mehr als 3700 Aussteller aus 54 Ländern und Regionen präsentieren auf 135'000 Quadratmetern ihre Neuheiten.

Vom 16. bis 20. September dreht sich auf dem Gelände der Asiaworld-Expo alles um Edelsteine, Diamanten und Perlen und im The Hong Kong Convention & Exhibition Centre wird vom 18. bis 22. September das Neuste in den Bereichen Schmuck, Zubehör und Werkzeuge zu sehen sein. Im vergangenen Jahr wurden mehr als 54'000 Besucherinnen und Besucher aus aller Welt gezählt. An beiden Standorten sind die Öffnungszeiten täglich von 10 Uhr bis 18.30 Uhr und am letzten Tag jeweils von 10 Uhr bis 17.30 Uhr. Auch dieses Jahr wird die Hong Kong Jewellery & Gem Fair zu den verschiedensten Themen wieder Networking-Veranstaltungen und Informationsseminare anbieten.

Hochwertige Schmuckstücke gehören zum breiten Angebot.

Vielseitige Attraktionen

Im „Fine Design Pavillon“ sind mehr als 70 internationale Schmuckhersteller untergebracht, die ihre exquisiten Schmucksets mit Diamanten, Edel- und Farbsteinen sowie Perlen präsentieren. Ebenfalls gibt es dort antike Schmuckstücke, Vintage-Schmuck und wertvolle Einzelstücke aus aller Welt zu bewundern. Im „Fine Gem Pavilion“ zeigen rund 70 Aussteller erlesene lose Diamanten, Farbsteine und Perlen von höchster Qualität. Der „Core Pavilion“ ist für rund 60 Schmuckhersteller reserviert, die in Hongkong stationiert sind und mit ihren Preziosen weltweite Anerkennung gefunden haben. Der „International Premier Pavilion“ präsentiert rund 40 internationale Schmuckfirmen, die die neusten Kollektionen von bekannten Marken zeigen. *(db)*

https://exhibitions.jewellerynet.com

Es gibt viel zu entdecken.

Bei den verschiedenen Labors werden Steine unter die Lupe genommen.

64. Bangkok Gems & Jewelry Messe

Edle Steine im Mittelpunkt

Bangkok zählt zu den schönsten und spannendsten Städten der Welt. Im September gibt es für Branchenmitglieder und Liebhaber der Stein- und Schmuckindustrie noch einen Extragrund, die Megacity zu besuchen: Dann findet zum 64. Mal die Bangkok Gems & Jewelry Fair statt.

Die Bangkok Gems & Jewelry Fair (BGJF) gibt es seit über 30 Jahren. In dieser Zeit hat sie sich zu einer der anerkanntesten Edelstein- und Juwelenausstellungen der Welt gemausert. Der Event findet zweimal im Jahr statt und ist ein grossartiger Treffpunkt für Hersteller, Händler und Käufer, um neue Geschäftsbeziehungen aufzubauen und alte zu vertiefen. Auch bei der 64. Ausgabe, die vom 10. bis 14. September über die Bühne geht, gibt es wieder die neusten Trends von Edelstein- und Schmuckprodukten aus Thailand und der ganzen Welt zu entdecken. Von rohen Edel- und Farbsteinen bis zu hochwertigen Schmuckkollektionen findet der Besucher alles unter einem Dach.

Blick in die Messehalle.

Die Kunst des Schmuckhandwerks hat in der reichen Geschichte Thailands immer einen besonderen Platz eingenommen. Das Land ist für seine talentierten Handwerker weltweit bekannt. An der Messe gibt es spezielle Vitrinen mit wertvoller thailändischer Handwerkskunst. Die BGJF wird von Thailands Department of International Trade Promotion (DITP) organisiert. Zur Eröffnungsfeier wird wiederum mit grosser Spannung die imposante Schmuck- und Modenschau erwartet.

Auch exklusive Schmuckkollektionen werden in Bangkok gezeigt.

Vielseitige Highlights

Im Fokus steht insbesondere der Farbstein-Bereich, in dem Thailand weltweit führender Hersteller ist. Auch Silber- und Goldschmuck sind international vertreten. Dazu kommt eine Reihe thematischer Sonderschauen wie beispielsweise der Ausstellungsbereich „The Niche“ mit Schmuckkreationen für Nischenmärkte, „The New Faces“, mit neuen Marken und Kreationen von jungen Thailändern, „Spiritual Power“, in dem die Welt des spirituellen Schmucks sowie besonders opulent gefertigte Schmuckstücke zu sehen sind sowie ein Bereich mit Männerschmuck, mit Perlen und Diamanten.

Die Bangkok Gems & Jewellery Fair findet im Messezentrum „Impact Exhibtion & Convention Center“ in der Nähe des Don Mueang International Airport im Norden Bangkoks statt. Die ersten drei Tage (10. bis 12. September) sind ausschliesslich für Facheinkäufer reserviert, während die letzten beiden Tage auch dem breiten Publikum offenstehen. Das Ausstellungsspektrum umfasst sämtliche Sektoren von Echtschmuck über die Welt der Edelsteine bis hin zu Werkzeugen und Accessoires.

Es werden mehr als 20‘000 Besucherinnen und Besucher sowie 900 Aussteller aus 120 Ländern erwartet. Eine moderne Infrastruktur mit exklusiver Lounge, Shuttlebus- sowie Übersetzerservices sind selbstverständlich und sorgen für viel Komfort. An verschiedenen Seminaren berichten Experten über Neuheiten aus der Branche und verraten gar den einen oder anderen Insidertipp. An den Fachbesuchertagen vom 10. bis am 12. September ist die Messe jeweils von 10 bis 18 Uhr geöffnet und an den Publikumstagen am 13. und 14. September von 10 bis 17 Uhr. *(db)*

www.bkkgems.com

Den Schmuckherstellern kann bei der Arbeit über die Schultern geschaut werden.

Ringe zum Thema Totenkopf.

VIP-Karten für Schweizer und Deutsche

Das Thai Trade Center Frankfurt (die Handelsabteilung des Königlich Thailändischen Generalkonsulats in Frankfurt am Main) unterstützt Händler und Firmen aus der Schweiz und aus Deutschland, die zur Bangkok Gems & Jewely Fair fahren mit VIP Eintrittskarten. Infos gibt es auf www.thailand-trade.de, per E-Mail: info@thaitradefrankfurt.de oder per Telefon: +49 (0)69 254 9464-0. *(db)*

Berufsfeld Goldschmied

Totalrevision der Ausbildung

Der Bund schreibt vor, dass in jedem Beruf die Ausbildung alle fünf Jahre überprüft werden muss. Bei den Goldschmieden mussten die Verantwortlichen feststellen, dass die Strukturen und Inhalte nicht mehr zeitgemäss sind. Seit Mai wird an einer Totalrevision gearbeitet.

Werden die lernenden Gold- und Silberschmiede sowie die Edelsteinfasser noch zeitgemäss ausgebildet? Lernen sie mit der Digitalisierung umzugehen? Wie steht es um Kenntnisse im Marketing? Sind die Berufsbezeichnungen noch aktuell? Die Fünfjahresüberprüfung der Ausbildungsmodelle zeigte auf, dass die Branche nach wie vor ein Berufsfeld mit drei Berufen wünscht. Allerdings datiert diese Überprüfung aus dem Jahr 2016. Seither zeichnen sich unterschiedliche Entwicklungen und Veränderungen ab. In Zusammenarbeit mit den zwei Branchenverbänden VSGU (Deutschschweiz) und Asmebi (Westschweiz) nimmt die Organisation der Arbeitswelt (OdA) der Schmuckbranche die Totalrevision deshalb zum Anlass, die unterschiedlichen Möglichkeiten nochmals zu diskutieren, um ein zukunftsorientiertes Modell zu definieren. Da es sich bei den drei Berufen um Kleinberufe handelt, sollen möglichst viele Synergien, insbesondere für einen gemeinsamen Unterricht an der Berufsschule, genutzt werden können.

Barbara Vogt (links) erklärt die Vor- und Nachteile der möglichen Berufsmodelle.

Engagiert nahmen die Teilnehmenden an einer Online-Umfrage teil.

Seit Mai sind Workshops im Gange, bei denen sich alle interessierten Branchenmitglieder einbringen können. Nach zwei Treffen und der „Aufwärmrunde“, die unter dem Titel „Goldschmied 2030“ organisiert wurde, kamen Mitte Juni beim Eidgenössischen Hochschulinstitut für Berufsbildung (EHB) in Zollikofen rund 40 Gold- und Silberschmiede sowie Juwelenfasser aus der Romandie und der Deutschschweiz zur „internen Vernehmlassung Berufsfeld Goldschmied EFZ“ zusammen. Diese Vernehmlassung ist ein wichtiger Teil in der Überarbeitung der Ausbildungsgrundlagen zum Berufsfeld Goldschmiedin/Goldschmied EFZ. Sie wurde dem EHB von der Trägerschaft der OdA Schmuckbranche in Auftrag gegeben.

Barbara Vogt vom EHB begleitet das Projekt. Gemeinsam wurden die Chancen und Risiken zu den bisher erarbeiteten Ausbildungsmodellen auf Flipcharts studiert und Fragen geklärt. Anschliessend haben die Anwesenden ihre favorisierte Variante mit Punkten bewertet.

Drei Varianten

Von den drei Ausbildungsmodellen, die bisher aufgezeichnet worden sind, fand dasjenige, das unter dem Arbeitstitel „Berufsfeld mit drei Berufen“ läuft, mit 33 Punkten am meisten Zustimmung. In diesem Modell sollen die Goldschmiede, Silberschmiede und Juwelenfasser sowie allenfalls weitere Berufe an allen drei Lernorten als eigenständige Berufe erlernt werden können. Was die Grundausbildung genau beinhalten soll, ist noch nicht abschliessend bestimmt worden. Bei dieser Variante können Zusatzausbildungen gemacht werden.

Variante 2 mit dem Titel „Monoberuf mit Schwerpunkten“ sieht keine Zusatzausbildung in diesem Sinne vor. Anhand von Praktiken sollen jedoch Weiterbildungen angeboten werden. Dieses Modell hat 22 Punkte erhalten. Bei Variante 3 „Berufsfeld mit zwei Berufen“ soll es nur noch den Goldschmied und den Edelsteinfasser geben. Für lernende Goldschmiede könnte es zusätzliche Schwerpunkte wie beispielsweise Silberschmied geben. Sie hat vier Punkte bekommen. Bei allen Diskussionen ging es vor allem um die Bezeichnung der Berufe.

Auf gutem Wege

Die Branchenmitglieder sowie Vertreter von Bund und Kantonen haben intensiv diskutiert und gearbeitet. „Das Thema ist hochkomplex und es ist sehr wichtig, dass wir an alles denken, was neu geregelt werden muss“, sagt Andrea von Allmen, Präsidentin der Fachkommission Goldschmiede des VSGU. Aber man sei auf gutem Wege.

Bis das neue Qualifikationsprofil beim Bund eingereicht werden kann, braucht es jedoch noch weitere Diskussionen. 2022 soll der revidierte Bildungsplan in Kraft gesetzt werden. Von Allmen freute sich über die engagierten Diskussionen und die Offenheit seitens der Branchenmitglieder. „Ich bin überzeugt, dass wir die beste Lösung finden werden“, sagt sie.

Daniela Bellandi

Filière professionnelle de bijoutier

Révision complète de la formation

La Confédération prescrit une vérification de la formation de chaque profession tous les cinq ans. Dans la filière des bijoutiers, les responsables ont constaté que les structures et les contenus n'étaient plus actuels. Une révision complète est donc en cours d'élaboration depuis le mois de mai.

Les apprentis bijoutiers, orfèvres et sertisseurs bénéficient-ils toujours d'une formation actuelle? Leur apprentissage aborde-t-il tous les aspects de la numérisation? Qu'en est-il de leurs connaissances du marketing? Les désignations professionnelles sont-elles encore actuelles? La vérification tous les cinq ans des modèles de formation a démontré que la branche souhaite toujours une filière professionnelle avec trois professions. Mais cette vérification date de 2016. Depuis, la branche a connu de multiples évolutions et changements. En collaboration avec les deux associations professionnelles que sont l'ASHB (Suisse alémanique) et l'Asmebi (Suisse romande), l'Organisation du monde du travail (OrTra) de la branche joaillière profite de cette révision totale pour discuter une nouvelle fois des différentes possibilités et définir ainsi un modèle orienté vers l'avenir. Ces trois professions étant de petites professions, il faut pouvoir utiliser un maximum de synergies, en particulier pour un enseignement commun dans les écoles professionnelles.

Nicoletta Gullin (au milieu) du Secrétariat d'État à la formation, à la recherche et à l'innovation (SEFRI) en pleine discussion avec deux membres de la branche.

Depuis le mois de mai se tiennent des ateliers auxquels peuvent participer tous les membres intéressés de la branche. Après deux réunions et un «tour de chauffe» organisé sous le titre «Goldschmied 2030», près de 40 bijoutiers, orfèvres et sertisseurs de Suisse romande et de Suisse alémanique se sont rendus à la mi-juin à l'Institut fédéral des hautes études en formation professionnelle (IFFP) à Zollikofen pour participer à une consultation interne de la filière professionnelle de bijoutier avec CFC. Cette consultation est un élément important de la révision des bases de formation appliquées à la filière professionnelle de bijoutier/bijoutière avec CFC. Le mandat y relatif a été confié à l'IFFP par l'organisme responsable de l'OrTra. Barbara Vogt accompagne le projet au sein de l'IFFP. Ce travail commun a permis d'étudier les opportunités et les risques des modèles de formation élaborés jusqu'à présent et de clarifier certaines questions. Pour terminer, les personnes présentes ont noté les variantes qu'ils préféraient en leur attribuant des points.

Les participants ont témoigné beaucoup d'intérêt et se sont énormément engagés.

Trois variantes

Parmi les trois modèles de formations enregistrés jusqu'à présent, le modèle de la filière professionnelles avec trois professions a recueilli la plus grande approbation avec 33 points. Dans ce modèle, les professions de bijoutier, d'orfèvre et de sertisseur ainsi que d'éventuelles autres professions doivent pouvoir être enseignées dans les trois lieux de formation en tant que professions distinctes. Le contenu de la formation de base n'a pas encore été déterminé de manière définitive. Cette variante permet de suivre des formations complémentaires.

Aucune formation complémentaire n'est par contre proposée dans le deuxième modèle de profession globale avec domaines principaux. Mais celui-ci propose de suivre des perfectionnements en participant à des stages. Ce modèle a récolté 22 points. Le troisième modèle de filière professionnelle avec deux professions s'arrêterait uniquement aux bijoutiers et aux sertisseurs. Les apprentis bijoutiers pourraient ajouter des spécialisations à leur formation, comme par exemple l'orfèvrerie. Ce modèle a récolté quatre points. La désignation des professions était au cœur de toutes les discussions.

Sur la bonne voie

Les membres de la branche et les représentants de la Confédération et des cantons ont discuté et travaillé de manière intensive. «Ce sujet est très complexe et il est très important que nous pensions à tout ce qui doit désormais être réglé», affirme Andrea von Allmen, présidente de la commission professionnelle des bijoutiers de l'ASHB. Elle déclare aussi que «nous sommes sur la bonne voie».

Des discussions supplémentaires sont cependant nécessaires avant de pouvoir présenter le nouveau profil de qualification à la Confédération. Le plan de formation révisé devrait entrer en vigueur en 2022. Andrea von Allmen s'est dite très satisfaite des discussions menées et de l'ouverture des membres de la branche. «Je suis convaincue que nous trouverons la meilleure solution», a-t-elle ajouté.

Daniela Bellandi

Blue Peacock Diamonds AG

40 Jahre blauer Pfau in Zürich

Die Diamanthandelsfirma Blue Peacock kann auf 40 erfolgreiche Jahre zurückblicken. Ein umfangreiches Lager, Zuverlässigkeit und Professionalität machen sie zum attraktiven Partner von Goldschmieden und Juwelieren. Dank der RJC-Zertifizierung und dem Einsatz neuster Technologien kann das Zürcher Unternehmen bestens mit den Grossen mithalten.

Rudolf Debrunner führte in den 70er Jahren ein Handelsunternehmen für Schweizer Luxusartikel, die nach Asien und in den mittleren Osten exportiert wurden. 1979 gründete er die Blue Peacock Diamonds AG in Zürich mit Partnern aus Sri Lanka, die eine gleichnamige Diamantenschleiferei in Colombo betrieben. 1984 kam sein Sohn Erich Debrunner dazu. Nach dem Tod des Vaters 1988 hat dieser die Firma mit Fachkompetenz und Umsicht zu einem der führenden Unternehmen im Schweizer Diamantenhandel ausgebaut.

Der heutige Inhaber und Geschäftsführer Balz Blumer ist 2000 dazugestossen. Sein vierköpfiges Team besteht aus langjährigen Mitarbeitern, die sich alle als Fachleute im Edelstein- und insbesondere im Diamantenhandel ausweisen können. Kompetenz gepaart mit Erfahrung sind wichtige Voraussetzungen, um den hohen Anforderungen auf dem Markt gerecht zu werden. Zum wichtigsten Kundenkreis der Firma gehören Goldschmiede, Juweliere und die Uhrenindustrie. Die Zukunft dieser Unternehmen hängt unter anderem auch von gutausgebildetem Nachwuchs ab. Deshalb unterstützt Blue Peacock die Schweizer Goldschmiedemeisterschaft schon seit Jahren.

Immer die neuste Technologie

Kostbarkeiten vom unvergänglichen Wert eines Diamanten sind Vertrauenssache. Die Mitarbeitenden setzen täglich alles daran, mit sorgfältig klassierten und ausgesuchten Steinen den hohen Ansprüchen der Goldschmiede und Schmuckunternehmen gerecht zu werden. Besonders für Alliancering, Rivièrebracelets oder Ohrschmuck ist es wichtig, die Steine passend zusammenzustellen. Trotz fortschrittlicher Technologie – Blue Peacock ist dank regelmässigen Investitionen immer auf dem neusten Stand – müssen Diamanten mit viel handwerklichem Geschick zeitaufwändig aussortiert und klassiert werden.

Bei Blue Peacock können sich die Kunden auf die Qualitätsstandards verlassen. Dank des umfangreichen Lagers können Bestellungen im Normalfall am gleichen Tag ausgeliefert werden. „Diesen Service schätzen die Kunden sehr, erspart er ihnen doch ein kostenintensives Eigenlager“, sagt Balz Blumer. Im Tresor hat die Zürcher Firma vor allem unzählige Diamanten im Rund- und in verschiedenen Fantasie-Schliffen. Doch auch wer einen Spezialwunsch hat, ist bei der Blue Peacock Diamonds AG an der richtigen Adresse. Dank guten Lieferantenbeziehungen können fast alle Grössen, Qualitäten und Schliffe innert kürzester Zeit geliefert werden. *(db)*

www.bluepeacock.ch

Le paon bleu fête ses 40 ans à Zurich

La société Blue Peacock, active dans le commerce du diamant, peut aujourd'hui jeter un regard serein sur ses 40 ans de succès. Un stock conséquent, toute la fiabilité nécessaire et un grand professionnalisme en font un partenaire très attrayant pour les orfèvres et les joailliers. Grâce à sa certification RJC et au recours à des technologies ultra modernes, l'entreprise zurichoise est capable de rivaliser avec les plus grands.

Dans les années 1970, Rudolf Debrunner dirige une entreprise de vente d'articles de luxe suisses exportés en Asie et au Moyen-Orient. En 1979, il fonde Blue Peacock Diamonds AG à Zurich avec des partenaires du Sri Lanka qui exploitent une entreprise éponyme de taille de diamant à Colombo. Erich Debrunner, son fils, se lance également dans l'aventure en 1984. Au décès de son père en 1988, il fait évoluer l'entreprise de manière compétente et prudente pour en faire l'un des principaux acteurs du commerce suisse du diamant.

Das Blue-Peacock-Team: Yves Thomann (de gauche à droite), Eva Kägi, Balz Blumer und Esther Fernando.

Le directeur actuel, Balz Blumer, est arrivé dans l'entreprise en 2000. Les quatre membres de son équipe sont des collaborateurs de longue date qui se sont tous distingués en tant que spécialistes du commerce des pierres précieuses, et plus particulièrement, des diamants. Compétence et expérience sont deux conditions très importantes pour satisfaire aux exigences élevées du marché. Le cercle des clients principaux de l'entreprise est constitué d'orfèvres, de joailliers et de membres de l'industrie horlogère. Son avenir est entre autres fortement lié à la bonne formation de la relève, raison pour laquelle Blue Peacock soutient le Championnat suisse des bijoutiers depuis de nombreuses années déjà.

Toujours à la pointe de la technologie

Lorsqu'un objet a la valeur éternelle d'un diamant, un rapport de confiance devient incontournable. Les collaborateurs de l'entreprise s'engagent tous les jours à satisfaire les exigences élevées des orfèvres et autres entreprises de joaillerie en leur proposant des pierres soigneusement classées et sélectionnées. Il est particulièrement important d'agencer les pierres avec tact pour les alliances, les bracelets rivières ou les boucles d'oreilles. Malgré les technologies modernes à disposition (Blue Peacock est toujours à la pointe dans ce domaine grâce à des investissements réguliers), les diamants doivent être triés et classés avec beaucoup d'habileté. Et il faut du temps pour cela.

Les clients de Blue Peacock peuvent se fier aux normes de qualité de l'entreprise. Grâce à son vaste stock, celle-ci peut en temps normal livrer les commandes effectuées le jour-même. «Nos clients apprécient énormément ce service qui leur permet de ne pas devoir gérer leur propre stock», explique Balz Blumer. L'entreprise zurichoise a surtout dans son coffre d'innombrables diamants de taille ronde et de différentes tailles fantaisies. Mais Blue Peacock Diamonds AG est aussi l'adresse idéale pour les personnes qui auraient un souhait spécial. Grâce aux bonnes relations entretenues avec les fournisseurs, l'entreprise peut en effet fournir presque toutes les dimensions, qualités et tailles en un temps record. *(db)*

La meilleure qualité peut être garantie grâce au contrôle précis de chaque pierre.

„Jeder Stein wird kontrolliert“

Blue Peacock in Zürich gehört in der Schweiz zu den führenden Spezialisten für Kleindiamanten. Geschäftsführer Balz Blumer und sein Team dürfen dieses Jahr das 40-jährige Bestehen der Firma feiern. Grund genug, um einen Blick hinter die Kulissen zu werfen.

Gold'Or: Balz Blumer, Blue Peacock bedeutet auf Deutsch blauer Pfau. Was hat denn der stolze Vogel mit Diamanten zu tun?
Balz Blumer: Genau wie die Diamanten unter den Steinen, symbolisiert der Pfau im Tierreich Macht und Schönheit. Die Rolle als Fabel- und Symboltier hat sich vor allem in seiner asiatischen Heimat über Kulturen und Zeitalter hinweg erhalten. Er gilt als Beschützer und Glücksbringer der Edelsteinhändler und Verarbeiter.

Nur Dank genauer Überprüfung jedes Steines kann die beste Qualität garantiert werden.

Wie sind Sie auf den Namen gekommen?
Wir haben diesen Namen nicht selber erfunden. Die Wurzeln unserer Firma liegen in Sri Lanka. 1979 gründete Rudolf Debrunner das Unternehmen mit Partnern, die in der Hauptstadt Colombo eine Diamantschleiferei mit diesem Namen betrieben. Debrunner war überzeugt, dass der blaue Pfau einen grossen Wiedererkennungswert hat – das ist heute noch so.

Wie haben Sie den Weg ins Diamantgeschäft gefunden?
Schon als Kind haben mich die Edelsteine im Schmuck meiner Mutter fasziniert. Später kam ich auf die Gemmologie und schloss 1997 meine Ausbildung am GIA in New York ab. Bei einem früheren Job lernte ich Erich Debrunner (den Sohn des Gründers) kennen, der mich später zu Blue Peacock holte. Dass ich heute ausschliesslich mit Diamanten handle, hat sich so ergeben.

Warum sollen Schmuckhersteller Blue-Peacock-Diamanten kaufen?
Wir verfügen über ein riesiges Lager mit Steinen in sieben verschiedenen Qualitäten. Die Bestellungen werden in der Regel am gleichen Tag versendet. Sollten Steine gefragt sein, die wir nicht an Lager haben, können wir diese fast ausnahmslos in kürzester Zeit besorgen. Zudem ist unsere Firma RJC-zertifiziert (siehe Box).

Haben Sie sich auf einen Bereich spezialisiert?
Grundsätzlich ist bei uns die gesamte Palette von Diamanten erhältlich. Unsere Stärke sind die weissen Steine mit Rund- und Fantasie-Schliffen. Wenn wir von Spezialisierung reden, dann sind es besonders die kleinen Diamanten von 0,5 bis 6,5 Millimeter, also bis zu einem Carat. Aber wie erwähnt können wir Steine in allen Grössen liefern.

Welches sind Ihre wichtigsten Märkte?
Ganz klar die Schweiz. Wir beliefern Juweliere, Goldschmiede und die Uhrenindustrie.

RJC – Das Label der Ethik

Der Responsible Jewellery Council (RJC) ist ein internationaler Zusammenschluss von Unternehmen aus der Gold- und Juwelierwarenbranche von der Mine bis zum Handel. Der seit 2005 bestehende Verband will das Vertrauen in die Schmuckbranche durch Förderung verantwortungsvoller Unternehmenspraxis in der gesamten Lieferkette stärken. Es handelt sich um eine Zertifizierung für kleine und mittelständische Unternehmen. In einer Verpflichtungserklärung für die unternehmerische Praxis, dem sogenannten Code of Practices, binden sich Unternehmen an eine Reihe von Standardprinzipien zu den Themen Unternehmensethik, Einhaltung der Menschenrechte und gesellschaftliche Verantwortung, Umweltverantwortung und Managementsysteme. Die Umsetzung der Forderungen zur Anerkennung der Menschenrechte und der sozialen Verantwortung orientiert sich an den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), der UN-Menschenrechtscharta und der UN-Kinderrechtskonvention sowie dem weltweit anerkannten Standard SA8000 für Sozialmanagementsysteme. Weitere Infos: www.responsiblejewellery.com.

Die Diamanten werden sortiert.

Wo werden Ihre Diamanten geschliffen?
Die Situation hat sich verändert: Früher war das vorwiegend in China, heute in Indien.

Der Umgang mit Diamanten ist Vertrauenssache. Warum kann der Kunde sich auf Blue Peacock verlassen?
Unsere Qualitätskriterien sind hoch. Wir arbeiten mit langjährigen Produzenten zusammen, denen wir vertrauen können. Jeder einzelne Stein, der unser Haus verlässt, war schon kontrolliert bevor er zu uns kam und wurde von uns nochmals auf Farbe, Reinheit und Schliff geprüft. Dieser macht den Unterschied. Wir akzeptieren nur absolut einwandfreie Diamanten, die im oberen Bereich der jeweiligen Qualitäts-Bandbreite einzustufen sind.

Balz Blumer

Es gibt immer mehr Synthesen auf dem Markt. Haben Sie das im Griff?
Wir können garantieren, dass bei uns nur echte Steine den Betrieb verlassen. Dafür haben wir auch eine AMS2 Melée-Screening-Maschine angeschafft. Es kommt vor, dass einzelne Steine nicht genau definiert werden können. Beim kleinsten Zweifel geht der Stein zurück zum Lieferanten.

Nachhaltigkeit ist in aller Munde. Was machen Sie dafür?
Wir kennen unsere Lieferanten gut und wissen, dass die Diamanten aus sicheren Quellen kommen. Doch das Problem beginnt beim Rohstein. Wir müssen unseren Partnern vertrauen können. Der Kimberly-Prozess ist immer noch aktuell, das begrüssen wir sehr.

Welche Serviceleistungen bieten Sie Ihren Kunden?
Wir bieten ein riesiges Lager und eine schnelle Lieferung von Standard-Ware. Zudem schleifen wir beschädigte Steine und Altschliffdiamanten um. Bei uns sind Fantasieschliffe auch bei grossen Steinen über ein Carat erhältlich. Zudem „paaren“ wir Diamanten und sortieren die passenden Reihen für Alliance-Ringe aus.

Wie stellen Sie sich die Zukunft für Blue Peacock vor?
Der Markt, in dem wir uns bewegen, ist nicht gross. Unser Ziel ist es, dabei zu bleiben und unsere Kunden optimal bedienen zu können. Dafür wollen wir auch weiterhin in die neusten Technologien investieren. Als zuverlässiger und vertrauenswürdiger Partner der Schweizer Schmuckindustrie würden wir auch gerne noch ein bisschen wachsen.

Daniela Bellandi

AMS 2 Melée Screening Machine

Blue Peacock verfügt seit eineinhalb Jahren über eine AMS2 Melée-Screening-Maschine. Damit können 0,9 bis 3,8 Millimeter grosse Diamanten, in Rund- und sämtlichen Fantasieschliffen auf ihre Echtheit geprüft werden. Diese Maschine steht bei allen grossen Diamantproduzenten der Welt im Einsatz und ist auf dem Markt Standard geworden. Damit können auch die Verantwortlichen von Blue Peacock garantieren, dass sie keine Synthesen in Umlauf schicken.

«Chaque pierre est vérifiée!»

Blue Peacock (Zurich) est l'un des plus grands spécialistes des petits diamants en Suisse. Balz Blumer, le directeur de l'entreprise, et son équipe fêtent cette année les 40 ans de Blue Peacock. Une bonne raison pour aller jeter un œil dans les coulisses de la société.

Gold'Or: Balz Blumer, Blue Peacock signifie en français «paon bleu». Quel est donc le rapport entre ce fier oiseau et les diamants?
Balz Blumer: Tout comme le diamant dans l'univers des pierres précieuses, le paon symbolise la puissance et la beauté dans le règne animal. Il doit surtout son rôle d'oiseau symbolique et légendaire à ses origines asiatiques ainsi qu'aux cultures et aux époques qu'il a traversées. C'est le protecteur et le porte-bonheur des commerçants et des artisans qui travaillent les pierres précieuses.

Comment avez-vous trouvé ce nom?
Nous ne l'avons pas trouvé tout seuls. Nos racines se trouvent au Sri Lanka. En 1979, Rudolf Debrunner a fondé sa société avec des partenaires qui exploitaient une entreprise éponyme de taille de diamant à Colombo, la capitale du pays. Rudolf Debrunner était convaincu que le paon bleu avait un potentiel important de reconnaissance. Et c'est toujours le cas aujourd'hui.

Comment êtes-vous arrivé dans le commerce du diamant?
Enfant déjà, j'étais fasciné par les pierres précieuses des bijoux de ma mère. Plus tard, j'ai découvert la gemmologie et j'ai fini ma formation au GIA à New York en 1997. C'est dans le cadre de l'un de mes premiers postes que j'ai rencontré Erich Debrunner (le fils du fondateur) qui m'a ensuite permis d'entrer chez Blue Peacock. Si je ne travaille qu'avec des diamants aujourd'hui, cela s'est fait un peu comme ça…

Balz Blumer

Pourquoi les joailliers devraient-ils acheter des diamants Blue Peacock?
Nous disposons d'un gigantesque stock de pierres disponibles dans sept qualités différentes. Les commandes passées sont en règle générale expédiées le jour-même. Si nos clients demandent des pierres que nous n'avons pas en stock, nous pouvons les fournir presque sans exception dans de brefs délais. De plus, notre entreprise est certifiée RJC (cf. encadré).

Vous êtes-vous spécialisé dans un domaine particulier?
En principe, nos clients peuvent obtenir toute la palette des diamants chez nous. Nous nous distinguons en particulier dans les pierres blanches de tailles rondes ou fantaisies. Mais en ce qui concerne notre spécialisation, nous nous concentrons surtout sur les petits diamants de 0,5 à 6,5 millimètres, donc jusqu'à un carat.

Quels sont vos principaux marchés?
La Suisse, indéniablement. Nous fournissons des joailliers, des orfèvres et des acteurs de l'industrie horlogère.

Où sont taillés vos diamants?
La situation a changé: principalement en Chine au début et en Inde aujourd'hui.

Travailler le diamant implique un certain rapport de confiance. Pourquoi les clients peuvent-ils se fier à Blue Peacock?
Nos critères de qualité sont élevés. Nous collaborons depuis de nombreuses années avec des producteurs qui nous ont prouvé qu'ils méritaient notre confiance. Chaque pierre qui quitte notre maison a déjà été contrôlée avant d'arriver chez nous et sa couleur, sa taille et sa pureté ont été une nouvelle fois contrôlées par nos soins. Nous n'acceptons que des diamants absolument irréprochables que l'on classerait dans le segment supérieur des différentes échelles de qualité. La taille fait la différence.

RJC – Le label éthique

Le Responsible Jewellery Council (RJC) est une organisation internationale rassemblant des entreprises du secteur de l'or et de la joaillerie actives aussi bien dans les mines que sur le plan commercial. Créée en 2005, cette organisation a pour objectif de renforcer la confiance globale dans la branche joaillière en faisant la promotion de pratiques d'entreprises responsables tout au long de la chaîne de production. Elle propose à cette fin une certification pour les petites et moyennes entreprises. Dans une déclaration d'engagement concernant les pratiques d'entreprise («Code of Practices»), les entreprises adoptent toute une série de principes standards sur les thèmes de l'éthique d'entreprise, du respect des droits de l'homme, de la responsabilité sociale, de la responsabilité écologique et des systèmes de gestion. Les exigences appliquées pour la reconnaissance des droits de l'homme et de la responsabilité sociale s'appuient sur les normes fondamentales du travail définies par l'Organisation internationale du travail (OIT), sur la charte des droits de l'homme de l'ONU et sur la convention de l'ONU relative aux droits de l'enfant ainsi que sur la norme SA8000 pour les systèmes de gestion sociale, reconnue dans le monde entier. Informations supplémentaires: www.responsiblejewellery.com.

La synthèse prend de plus en plus de place sur le marché. Avez-vous un certain contrôle sur cet aspect?
Nous pouvons garantir que seules de véritables pierres quittent notre entreprise. Nous avons pour cela également acquis un Automated Melee Screener AMS2. Nous ne pouvons parfois pas définir certaines pierres avec précision. Au moindre doute, la pierre retourne auprès du fournisseur.

Le développement durable est sur toutes les langues. Que faites-vous à ce niveau?
Nous connaissons bien nos fournisseurs et nous savons que les diamants proviennent de sources sûres. Mais le problème commence par la pierre brute. Nous devons pouvoir faire confiance à nos partenaires. Le processus de Kimberly est toujours d'actualité, et nous le saluons.

Quelles prestations proposez-vous à vos clients?
Nous leur proposons un gigantesque stock et une livraison rapide des articles standards. Nous taillons également les pierres endommagées et les diamants tailles anciennes. Nous proposons aussi des tailles fantaisies sur de grandes pierres de plus d'un carat. Enfin, nous appairons des diamants et proposons une série adaptée aux alliances.

Comment voyez-vous le futur de Blue Peacock?
Le marché dans lequel nous évoluons n'est pas très grand. Notre objectif est de rester présents et de pouvoir servir nos clients au mieux. Pour ce faire, nous voulons continuer à investir dans les technologies les plus récentes. En tant que partenaire fiable et de confiance de l'industrie joaillière suisse, nous aimerions bien évidemment aussi nous agrandir un peu.

Daniela Bellandi

Le contrôle est très important.

AMS 2 Melee Screening Machine

Blue Peacock dispose depuis une année et demie d'une machine AMS2 (Automated Melee Screener). Celle-ci permet de vérifier l'authenticité de grands diamants taille ronde ou toute autre taille fantaisie de 0,9 à 3,8 millimètres. Cet appareil est utilisé par tous les grands producteurs de diamants du monde et est devenu un véritable standard sur le marché. Les responsables de Blue Peacock peuvent ainsi également s'assurer qu'ils n'enverront aucune pierre de synthèse dans le circuit.

„Spitzensport für alle“

Bald ist es so weit: Am 22. August reisen die 21-jährige Goldschmiedin Nina Kahl und ihr Trainer Roger Weber an die Berufsweltmeisterschaften nach Kazan in Russland. Auch für den VSGU bedeutet diese Teilnahme organisatorische Arbeit. Andrea von Allmen, Verantwortliche für die Fachkommission Goldschmiede, gewährt einen Blick hinter die Kulisse.

Gold'Or: Andrea von Allmen, wie laufen die Vorbereitungen für die Teilnahme an den World Skills?
Andrea von Allmen: Von Februar bis Juli ist unsere Wettkampfteilnehmerin Nina Kahl jeden Monat bei ihrem Coach Roger Weber in einem viertägigen Training. Beim Letzten, Anfang Juni, habe ich vorbeigeschaut und gestaunt, wie konzentriert und präzis die junge Goldschmiedin an der Arbeit ist. Bei den ersten Trainings ging es noch mehr um allgemeine handwerkliche Fähigkeiten. Nun arbeitet sie an einem Probestück, das nach den Richtlinien der World Skills gefertigt werden muss und das die Aufgabe an der Weltmeisterschaft sein könnte. Die Herausforderung ist riesig und das nicht nur für Nina, sondern auch für Goldschmied Roger Weber, der sich für diesen Job verpflichtet hat und während eines halben Jahres kaum mehr Zeit für anderes findet.

Beim Interview für die Gold'Or 3/19 hat Weber betont, dass die Chemie zwischen ihm und der jungen Goldschmiedin stimmt. Wie ist denn die Stimmung heute, fast drei Monate später?
Wie ich erleben durfte, ist sie immer noch sehr gut. Die beiden sind sich einig, dass es eine sehr strenge Zeit ist, aber dass sie immer noch total motiviert sind. Das habe ich auch gespürt. Es läuft alles genau strukturiert nach Plan – professionell, wie es sein muss.

An den letzten beiden World Skills in Abu Dhabi 2017 und in São Paulo 2015 waren keine Schweizer Goldschmiede dabei. Weshalb nicht?
Das weiss ich nicht genau, weil ich erst seit einem guten Jahr im VSGU-Vorstand bin. Ich war überrascht, als sich Nina Kahl für die Teilnahme an den World Skills bei mir bewarb, nachdem sie die Schweizer Goldschmiede-Meisterschaft (SGM) gewonnen hat. Da habe ich mir gedacht, dass es doch umgekehrt sein sollte, dass wir als Verband und Förderer des Nachwuchses uns um eine solche Teilnahme kümmern müssten.

Plan des Probestücks im Juni-Training.

Aber die Schweizer Goldschmeide-Meisterschaft wird ja auch nicht vom Verband, sondern von Daniel Gut und Christoph Brack organisiert.
Das ist so. Unsere Idee wäre es, künftig die SGM oder zumindest ein Teil davon im Rahmen der Swiss Skills durchzuführen. Die Sieger der verschiedenen Berufe an den Swiss Skills qualifizieren sich damit ja gleichzeitig für die World Skills. Dabei müssten aber noch einige Details geklärt werden. Beispielsweise die Altersgrenze: An den World Skills dürfen die Teilnehmer nicht älter als 22 Jahre alt sein. Da wären bei unseren Lernenden im vierten Lehrjahr schon einige ausgeschlossen. Wir sind in Verhandlungen und werden informieren, sobald die Zeit reif ist.

Andrea von Allmen

Dann sollen also die Lernenden auch wieder am Wettkampf der Swiss Skills teilnehmen?
Ja, unbedingt. Ich hoffe, dass das schon an den nächsten nationalen Berufsmeisterschaften, die im kommenden Jahr stattfinden, der Fall sein wird.

Für welche Vorbereitungsarbeiten für die World Skills ist der VSGU zuständig?
Der VSGU ist nicht allein zuständig für das Projekt World Skills. Es sind verschiedene Organisationen beteiligt. Die Swiss Skills und die Organisation der Arbeitswelt (OdA) der Schmuckbranche, sind gemeinsam für diese Sache am Werk. Die Organisation Swiss Skills übernimmt den grössten Teil der Arbeiten, organisiert Teamweekends und stellt die Finanzierung des Projekts sicher. Die OdA der Schmuckbranche, zu der der VSGU und die Association des Métiers de la Bijouterie (Asmebi) gehören, bestimmt grundsätzlich über die Teilnahme an den World Skills, rekrutiert den Experten und im Idealfall eben auch die Kandidaten. Weiter schaut sie, dass die Rahmenbedingungen vom teilnehmenden Team und dessen Arbeitgebern eingehalten werden. Wir haben zudem die Kontakte zu den Sponsoren hergestellt, die das Team mit Edelmetall und Werkzeug ausstatten und wir decken die mediale Verbindung in Zusammenarbeit mit Gold'Or ab. Zudem unterstützen wir den Trainer und die Kandidatin bei administrativen Arbeiten und bei persönlichen Fragen.

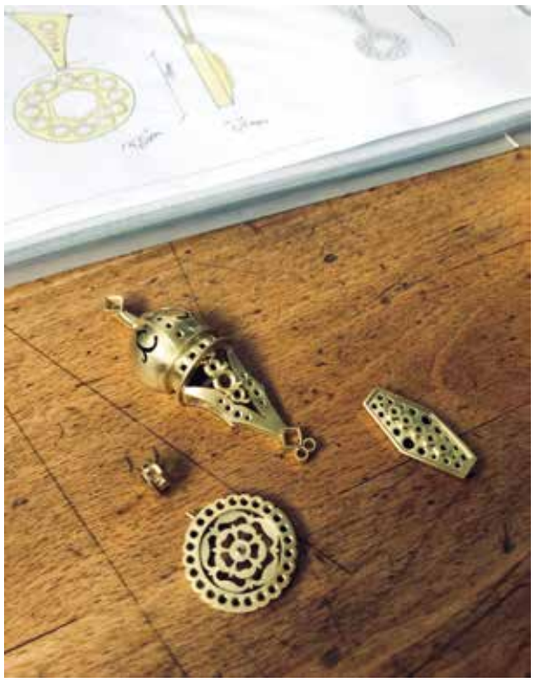
Am schönsten wäre es wohl, wenn Nina Kahl Weltmeisterin würde. Wie schätzen Sie ihre Chancen ein?
Da eine Prognose abzugeben ist schwierig. Roger hat bestätigt, dass sie keine Mühe hat, sich zu konzentrieren und mit dem Druck gut umgehen kann. Das sehe ich als Vorteil. Auch den technischen Anforderungen ist sie gewachsen. Zudem beherrscht sie die handwerklichen Fähigkeiten und führt ein gutes Zeitmanagement. Ob das ganz nach vorne reicht, weiss ich nicht – wäre natürlich super. Ich denke, sie könnte es packen.

Die World Skills finden alle zwei Jahre statt. Werden die Schweizer Goldschmiede künftig regelmässig vertreten sein?
Falls wir die SGM tatsächlich im Rahmen der Swiss Skills durchführen werden, wäre das sicher der Fall. Es ist allerdings nicht einfach, einen Goldschmied zu finden, der sich als Nationaltrainer zur Verfügung stellt. Diese Aufgabe ist mit einem Riesenaufwand verbunden, das Team muss funktionieren und es gibt einen dicken Katalog von Regeln zu beachten. Mit Roger Weber haben wir eine ideale Besetzung gefunden. Er macht das absolut perfekt. Dazu kommt, dass auch die Arbeitgeber mitmachen müssen indem

sie sich verpflichten, das Team zu unterstützen. Es ist Spitzensport für beide respektive alle.

Welche Vorteile wird diese Teilnahme Nina Kahl bringen?
Sie lernt sicher ganz viel: Sie kann ihre Technik, in der sie zwar schon gut ist, noch perfektionieren. Sie lernt mit grossem Druck umzugehen und kann von Mental- und Medientrainings profitieren. Nicht zuletzt darf sie mit vielen anderen jungen Berufsleuten aus der ganzen Welt nach Russland reisen und wird viel erleben. Auch der Spassfaktor wird hoffentlich nicht zu kurz kommen und für ihre berufliche Zukunft ist diese aussergewöhnliche Teilnahme sicher eine besonders wertvolle Referenz.

Daniela Bellandi



Fertige Trainingsstücke von April und Mai.

Roger Weber und Nina Kahl beim Training im Juni.

Schule für Gestaltung Zürich

Kurse und Tagungen für Goldschmiede, Juwelier-/Bijouteriepersonal sowie Schmuck-Interessierte

Gravieren/ziselieren
Kursleitung: Beat Marthaler

Experimentelles Metallgiessen
Schmuck und Objekt in Bronze und Silber
Kursleitung: Jenny Scheidegger

Einführung in die Gemmologie
Schwerpunkt Edel- und Schmucksteine
Kursleitung: Astrid Bosshard, Sebastian Hänsel (SSEF) und Michael Hügi (SGG)

Edelsteinfassen: Technik Einreiben – Angetrieben
Kursleitung: Benno Bühlmann

Edelsteinfassen: Technik Zargenfassung
Kursleitung: Benno Bühlmann

Demnächst wieder im Kursprogramm
CAD auf Rhino für Mac Einsteigerkurs
Kursleitung: Peter Nydegger

Schmuck – gut präsentiert und inszeniert
Kursleitung: Cornelia Haupt

www.sfgz.ch/kurse

Schule für Gestaltung Zürich
Ausstellungsstrasse 104
8005 Zürich
Telefon 044 446 97 77

altmanncasting

Edelmetall-Präzisionsguss
Fonte de précision de métaux précieux

Altmann Casting unterstützt den Nachwuchs

Wir gratulieren den besten jungen Goldschmiedinnen und Goldschmieden der Schweiz!

Uns ist es ein Anliegen, dass in der Schweiz auch in Zukunft Edelmetall auf höchstem Niveau verarbeitet wird. Deshalb haben wir die Schweizer Goldschmiede-meisterschaft auch dieses Jahr als Hauptsponsor unterstützt.

www.altmann-casting.ch

Hauptsponsor

goldschmiede-meisterschaft.ch

Impressionen Schweizer Goldschmiedemeisterschaft 2019

À la découverte de l'histoire industrielle de Pforzheim

Arnd Bentner, directeur de Silhouette Schmuck, est également président du musée technique de l'industrie joaillière et horlogère de Pforzheim (Technisches Museum der Pforzheimer Schmuck- und Uhrenindustrie) depuis 2000. L'association de soutien du musée a été fondée en 1978 et le musée a ouvert ses portes en 1983. Après des travaux de transformation d'une année, ce dernier a rouvert ses portes, flambant neuf, en 2018.

Le Musée technique de l'industrie joaillière et horlogère de Pforzheim se trouve dans le bâtiment historique de l'ancienne manufacture joaillière Kollmar & Jourdan. L'établissement expose et met en scène sur deux étages des machines historiques et des processus de travail de l'industrie joaillière et horlogère. Les visiteurs découvrent et revivent ainsi l'apogée de Pforzheim dans le secteur de la fabrication des montres et des bijoux. Les procédés techniques traditionnels, dont les principes sont toujours usités aujourd'hui, y sont également présentés. On trouve un grand nombre de vieilles machines qui permettent de mieux comprendre concrètement les différentes étapes du processus de fabrication mécanique.

Le musée est situé dans le bâtiment magnifique de l'ancienne manufacture joaillière Kollmar & Jourdan.

La fabrication de chaînes en est un excellent exemple. Sur les machines modernes, un spectateur ne peut plus voir le processus de création: le fil est introduit d'un côté de la machine et la chaîne finie réapparaît de l'autre. Impossible de comprendre le processus effectif de fabrication, notamment parce que l'opération est réalisée très rapidement. Ce musée technique permet aux visiteurs d'utiliser eux-mêmes des machines qui fonctionnent parfois à la main et de comprendre ainsi leur fonctionnement.

Passé et présent industriels

Le musée illustre également comment les racines historiques de l'industrie joaillière et horlogère de Pforzheim se sont développées dans le monde moderne. La branche principale, toujours aussi vivante, a donné naissance à de nombreuses entreprises de haute technologie actives dans les secteurs de la technique médicale, de la technique dentaire et de l'automobile. Ainsi, les domaines de compétences traditionnels ont permis de développer des industries novatrices qui servent à leur tour les fabricants joailliers et horlogers traditionnels de Pforzheim en leur fournissant des innovations et de nouvelles idées. *(mw)*

www.technisches-museum.de

Heures d'ouverture
Du mercredi au samedi: de 14 h à 17 h
Dimanche: de 10 h à 17 h

D'anciens collaborateurs de l'industrie joaillière et horlogère présentent aux visiteurs leur savoir-faire d'orfèvre, de graveur sur acier, de guillocheur ou de fabricant de chaînes.

Arnd Bentner, directeur de Silhouette Schmuck, est également président du musée technique de l'industrie joaillière et horlogère de Pforzheim.

Les oiseaux au paradis de la joaillerie

Le bestiaire joaillier des grandes maisons, essentiellement françaises et américaines, est extrêmement riche. Néanmoins, les oiseaux sur une branche, en buisson, stylisés ou tellement proches de la réalité qu'on les imagine prendre leur envol du revers de votre tailleur sont probablement surreprésentés. Grâce à la magnifique exposition intitulée «Paradis d'Oiseaux», organisée par l'Ecole des Arts joailliers avec le soutien de Van Cleef & Arpels et du Muséum d'Histoire Naturel de Paris, on pénètre dans une réserve ornithologique précieuse.

Depuis l'Antiquité, les hommes observent les oiseaux les associant aux Dieux et, parfois, au Diable. Athéna, la déesse grecque de la sagesse, de la stratégie militaire et des artisans, est représentée par une chouette. La chauve-souris, animal nocturne, qui se replie dans ses ailes pour dormir le jour, fait un peu peur et se trouve souvent associée au Malin. Selon les civilisations et les pays, une espèce peut passer de bénéfique à …un peu moins. Le paon, qui aura son heure de gloire au milieu du XIXe siècle, incarne dans la culture occidentale, la vanité, l'orgueil, le luxe. En Asie, son image est plus positive, associée à la beauté et à la noblesse. Durant les périodes de guerre comme, par exemple entre 1939 et 1945, les volatiles divers prennent du «grade». Le coq gaulois se fait l'emblème d'une France Libre et tricolore comme le rapace Pygargue américain à tête blanche représente les USA (avec les même couleurs: bleu, blanc et rouge) jusque sur les pièces de monnaie.

Cette huile sur toile, qui appartient au Muséum d'Histoire naturelle de Paris, est une œuvre de Jean-Jacques Bachelier (1760) et représente avec force détails les oiseaux d'Amérique.

«Broche Oiseau, diamants, émeraudes, onyx, plumes vertes, platine. Collection particulière.» Splendide broche oiseau de Paradis avec des plumes magnifiques. Réalisés à partir de plumes d'oiseau de paradis naturelles, hérons ou aigrettes, ces joyaux plumassiers sont en vogue dans la seconde moitié du XIXe siècle jusque dans les années 1930. Photo: Benjamin Chelly

Intérêt scientifique et esthétique

Au milieu du XIXe siècle, les voyages se développent et permettent de découvrir toutes sortes d'oiseaux exotiques, tels que perroquets, paradisiers, grues ou paons. L'amélioration des techniques de l'estampe et particulièrement de la lithographie facilitent la reproduction d'images imprimées. Certains amateurs insèrent dans leurs cabinets de curiosité des oiseaux empaillés. L'oiseau offre un répertoire formel dans lequel les dessinateurs et les joailliers

«Broche Oie couronnée à ski, XIXe siècle, Or saphirs, diamants, perle, émail. Collection privée.» Au XIXe siècle, c'est surtout le cygne et sa grâce qui sont souvent interprétés dans le bijou. Néanmoins, sur cette broche, il semblerait qu'il s'agisse plutôt d'une oie dont les ailes sont représentées par une grosse perle baroque. Photo: Benjamin Chelly

Certains poètes se sont intéressés aux pierres. Apollinaire, l'auteur du Pont Mirabeau, qualifie l'opale de «gemme infâme» alors qu'Huysmans, écrivain et critique d'art, souligne «l'hésitation» de sa couleur. Quant à Robert de Montesquiou (1855-1921), poète et dandy, dont on dit qu'il fut le modèle du Baron de Charlus dans «A la recherche du temps perdu» de Marcel Proust (1871-1922), il qualifie l'opale de «fatale» et dédie à Lalique un poème de son recueil intitulé «Les paons», publié en 1901:

Je sais un bijoutier amoureux des opales
En vain, le tenterait le plus pur diamant,
Il ne caressera que la gemme aux feux pâles
Dont l'irisation l'a choisi pour amant.

«Broches Coq, Boivin 1950, or jaune, émeraudes, diamants, rubis et saphirs, collection particulière.» A la mort de Boivin en 1917, c'est son épouse Jeanne (sœur du couturier Poiret) qui assure la continuité de la maison. Ces broches qui forment une collerette de plumes de coq hérissées sont très naturalistes. Le coq a été peu représenté en bijoux. Ces deux pièces sont très décoratives.
Photo: Benjamin Chelly

«Broche Quetzal, Mauboussin, env. 1960.» La somptuosité des pierres s'adapte parfaitement à la profusion de couleurs de l'oiseau. Mauboussin choisit le terme «oiseau de Paradis» pour dénommer sa pièce mais il s'est probablement inspiré d'un quetzal, oiseau sacré des Mayas, dont les plumes turquoises sont resplendissantes.
Photo: Ecole Van Cleef & Arpels

puisent avec bonheur. La beauté du vol de l'hirondelle ou de la grue, le plumage coloré et irisé des paons, l'attitude élégante du cou des cygnes se transformeront en bijoux chez Lalique, Janesich, Mellerio, le plus ancien joaillier de Paris, et bien d'autres.

L'emploi des pierres de couleur

Le plumage coloré et nuancé de la plupart des oiseaux permet aux grandes maisons de donner libre cours à la recherche de pierres précieuses autres que les «simples» rubis, saphirs, émeraudes ou diamants. La taille devient importante pour simuler l'effet tridimensionnel de l'animal. Le sertissage va également se perfectionner pour sublimer le plumage (serti «mystérieux» chez Van Cleef & Arpels). Si, depuis le Second Empire, les yeux du paon «font de l'œil» aux lapidaires tailleurs d'émeraudes, les oiseaux de Paradis de Van Cleef & Arpels réclament les plus beaux diamants, saphirs et rubis avec une unité de couleur parfaite. Mais c'est sans conteste Pierre Sterlé, (1905-1978), l'une des figures les plus novatrices de la joaillerie française du XXe siècle, qui, avec Mauboussin, utilisera la plus vaste panoplie de pierres de couleur à sa portée: pierres gravées, turquoise, saphir vert, labradorite, opale, rubellite, nacre, topaze, coquillage, corail, zoisite, etc… Inventeur de la technique du «cheveu d'ange» qui consiste à torsader des fils d'or à leur extrémité, il l'utilise, dès 1956, pour réaliser les ailes de ses célèbres broches-oiseaux.

«Broche Oiseau, Pierre Sterlé, platine or jaune, coquillage, diamants, saphirs, corail et onyx. Collection particulière.» Pierre Sterlé (1905-1978), joaillier fabricant, fonde sa propre société en 1934. Il travaille pour Boucheron et Van Cleef & Arpels et finira par se dédier à sa création personnelle. A l'apogée de sa carrière, dans les années 1950 et 1960, il bénéficie d'une large renommée. Ses bijoux sont originaux et sertis de pierres qui sortent de l'ordinaire.
Photo: Benjamin Chelly

Des variétés infinies d'oiseaux

L'exposition permet d'admirer de nombreuses pièces actuellement dans des collections particulières ainsi que des broches appartenant à la collection patrimoniale de VC&A. Plusieurs broches «paons» de la fin du XIXe siècle sont signées du français Gustave Baugrand, qu'Henri Vever nommait dans son livre sur la Bijouterie Française, «le Boucheron de son Temps». Sur ces pièces exceptionnelles figurent des paons faisant la roue, reposant souvent sur leur œuf représenté par une grosse perle baroque. Associé aux meilleurs dessinateurs de son époque, Baugrand donne à la joaillerie du Second Empire une nouvelle impulsion colorée et endiamantée, au point que Napoléon III le nommera «joaillier de la Couronne». Un couple d'hirondelles, non signées, décorées d'émail blanc pour l'une et noir pour l'autre, rappelle que la technique de l'émail cloisonné avait été oubliée et que sa redécouverte, grâce à Christofle et à la manufacture de Sèvres, est essentielle pour coloriser des dégradés subtiles. L'humour n'est pas absent de cette volière joaillière et c'est avec étonnement que l'on découvre une oie couronnée faisant du ski (XIXe siècle) et même du saut à ski, dont une partie du plumage est formée d'une grosse perle baroque, de diamants et de saphirs.

De plume, d'or et de gemmes

L'un des somptueux oiseaux de Paradis appartenant à une collection particulière se termine par un magnifique panache de plumes naturelles dans un camaïeu de vert et de bleu-canard. Ornement de séduction et de pouvoir, ces plumes flottantes sont employées comme l'extension de la puissance aérienne du volatile. Il y a quelques années, on a fait semblant de redécouvrir les différentes techniques plumassières pour les cadrans de montres. Certains oiseaux de Paradis sont presque démesurés et leur panache «en trembler» les rend encore plus attractifs. Vers la fin du XVIIIe siècle, les ateliers parisiens montent une ou plusieurs parties du bijou sur des ressorts en spirale pour créer un mouvement. Bulgari produira entre 1950 et 1960 une époustouflante série de broches trembleuses stylisant bouquets, paniers ou gerbes de fleurs.

Oiseaux endiamantés, oiseaux des Iles, colorés, stylisés, célèbres comme le Flamant rose de Cartier ayant été créé pour la Duchesse de Windsor, ou simple petit passereau serti de petits diamants taille rose, ils volent tous dans la volière de l'Ecole des Arts joaillers jusqu'au 13 juillet, à Paris.

Catherine De Vincenti

www.lecolevancleefarpels.com

«Broche ronde Oiseau, Van Cleef & Arpels, 1935, platine, émeraudes, saphirs, rubis, onyx et diamants. Collection Van Cleef & Arpels.» A la fin de la période Art Déco, les compositions géométriques et abstraites priment sur le naturalisme. La puissance des couleurs est relevée par la taille suiffée mise au point pour l'exposition internationale des arts décoratifs de 1925.
Photo: Bertrand Moulin

«Broche Paon, Gustave Baugrand, vers 1865.» Gustave Baugrand (1832-1870) se fait remarquer lors des expositions universelles de 1855 et 1867. Fournisseur de l'Empereur pour qui il contribue au remaniement des joyaux de la couronne, il est installé au 19 rue de la Paix. On connaît plus de sept variantes de ce bijou dont les couleurs sont adaptées au goût du commanditaire. Photo: Laurent Legendre

«Clip Chouette, Van Cleef & Arpels, 1970, platine, or jaune, émeraude et diamants. Collection Van Cleef & Arpels.» Les grands yeux ronds de la chouette sont ici représentés par un gros cabochon d'émeraude. Dans la veine du bestiaire sympathique et rigolo dans le genre du Lion ébouriffé, Van Cleef & Arpels a également beaucoup utilisé les oiseaux.
Photo: Collection Van Cleef & Arpels

«Broche paon, Charles Mellerio, vers 1910, diamants et émail, collection particulière.» Au XIXe siècle, la maison Mellerio jouit d'une grande réputation acquise, entre autre par les nombreux prix remportés aux différentes expositions universelles. Son image de marque est associée au paon dont la fameuse «plume de paon amovible» réalisée pour l'impératrice Eugénie est un bijou qui reste dans l'histoire de l'art de cette époque. Photo: Laurent Legendre.

Belgischer Diamantschmuck-Hersteller mit Ambitionen

Baunat ist 2008 in Antwerpen von Steven Boelens und Stefaan Mouradian gegründet worden. Das Unternehmen stellt Diamantschmuck her und vertreibt diesen vorwiegend online. Daneben besitzt es mittlerweile neun Büros verteilt auf Belgien, Frankreich, die Schweiz, die Niederlande, Deutschland und China. Eine effizient gestaltete Distribution erlaubt es dem Unternehmen, Fixkosten zu minimieren und attraktive Preise anzubieten.

„Baunat", der Name orientiert sich am französischen Ausdruck für „natürliche Schönheit" – „Beauté naturelle". Damit verbinden die beiden Gründer Steven Boelens und Stefaan Mouradian einen klaren Anspruch. Sie wollen Diamantschmuck herstellen und online verkaufen, der qualitativ und ästhetisch mit den grossen Namen der Diamantliga mithalten kann, bei deutlich geringerem Verkaufspreis. „Eine Gegenüberstellung vergleichbarer Schmuckstücke mit jenen grosser Marken macht deutlich, dass Baunat preislich sehr häufig ein Vielfaches tiefer liegt", so Steven Boelens.

Tennis-Armband (4.00 ct) in Weissgold 750 (auch in Gelb- und Rotgold sowie in diversen Längen erhältlich), Diamantqualitäten zwischen H, SI1, VG und G, VS2, VG.

Effizienz als Ziel

Co-Gründer Steven Boelens war vor der Gründung von Baunat im Jahr 2008 während sieben Jahren für die Blue-Star-Gruppe tätig. In dieser Zeit hatte er sich umfangreiche Kenntnisse des Diamantgeschäfts angeeignet. Gleichzeitig wurde ihm aber auch klar, dass viele seiner damaligen Kunden, darunter nahezu alle namhaften Marken, äussert ineffizient arbeiten: Das heisst vor allem mit hohen Lagern, die bisweilen fast das Doppelte ihres Jahresumsatzes ausmachen. Dazu kommen grosse Marketingaufwendungen mit kostspieligen Botschaftern, Events und nicht zuletzt immense Mietkosten für Boutiquen an Top-Lagen.

Steven Boelens, Co-Gründer von Baunat, sowie Gudrun Malik, die den Zürcher Showroom leitet.

Baunats Konzept sieht einen völlig anderen Weg vor. Die Kollektion wird online präsentiert und verkauft. Kunden, die eine Beratung wünschen oder ein Schmuckstück vor dem Kauf begutachten möchten, können dies bei einem der verschiedenen Büros nach Vereinbarung tun. Derzeit besitzt Baunat insgesamt neun Büros verteilt auf die Standorte Antwerpen, Paris, Genf, Amsterdam, Hongkong, Nizza, Mumbai, Düsseldorf und Zürich, und ein Büro in Shanghai soll noch in diesem Jahr folgen. Dass man in der Schweiz mit Genf und Zürich über zwei Standorte verfügt, kommt nicht von ungefähr, immerhin erfolgen von hier nach dem Hauptmarkt Belgien die zweitmeisten Bestellungen, vor Frankreich, Hongkong, China und weit vor Deutschland.

Just in Time

Gleichzeitig setzt Baunat auf die Produktion am Standort in Antwerpen. Die Frage, warum man nicht in Asien produziere, beantwortet Boelens mit plausiblen Worten: Wir produzieren sämtliche Schmuckstücke in Edelmetall vor und nehmen diese an Lager. Erst bei der Bestellung einer Referenz wird der dazugehörige Diamant gekauft und gefasst. „Für diese Produktion in zwei Phasen brauchen wir eine sehr präzise Schmuckproduktion. Gemäss unserer Erfahrung wäre dies in China nicht möglich. Dazu kommt, dass wir nach dem Verkauf eines Schmuckstücks die verkaufte Referenz wieder für das Lager produzieren und innert weniger Tage verfügbar brauchen. Auch solche Einzelbestellungen würden für Asien keinen Sinn machen", so Boelens.

Online, aber betreut

Mit dem aktuellen Online-Konzept ist Baunat zufrieden, gleichzeitig ist man sich aber auch bewusst, dass es einen guten Kundendienst sowie Showbüros braucht, an die sich Kunden wenden können. „Aktuell werden rund 70 Prozent aller Verkäufe online getätigt. Von diesen Kunden hatten aber rund drei Viertel vor dem Kauf mit einem Baunat-Berater Kontakt per Telefon, E-Mail oder Chat. Diese Kontaktformen und die damit verbundene Beratung sind unentbehrlich", betont Gudrun Malik, die für das Büro in Zürich verantwortlich ist. „Die Rücksendequote, die bei nicht einmal einem Prozent liegt, hat sicher viel damit zu tun, dass die Kunden vor dem Kauf genügend beraten worden sind und damit bereits einen langen Überlegungsprozess durchlaufen haben", so Malik.

Dass aber immerhin 25 Prozent der Online-Kunden vor dem Kauf keinen Kontakt mit einem Berater von Baunat hatten, ist ebenfalls bemerkenswert. Für diese hohe Quote zweifellos mitverantwortlich sind die derzeit über 2000 positiven Empfehlungen zufriedener Kunden via das Bewertungstool „Trustpilot", das für Onlinehändler wie Baunat von grosser Wichtigkeit ist.

Ambitionen für die Zukunft

Mit dem derzeitigen Geschäftsverlauf ist Steven Boelens sehr zufrieden. Zuletzt lag der Jahresumsatz bei rund 15 Millionen Euro und dies bei einem jährlichen Wachstum von etwa 40 bis 50 Prozent. Ein logischer nächster Schritt wäre ein Weiterverkauf an eine Luxusgruppe. „Wir wurden diesbezüglich auch schon kontaktiert", betont Steven Boelens. Zudem sei es gut möglich, dass der Moment für eine Übernahme näher liege als auch schon. Boelens betont aber, dass er auch in einem solchen Fall weiterhin für Baunat tätig bleiben wolle. Entscheidend an einem solchen Schritt sei, dass man künftig noch stärker wachsen könnte, denn im Moment sei man für alle Kapitalinvestitionen selber verantwortlich. Seit der Gründung sind etwa 20 Millionen Euro in das Unternehmen geflossen.

Marcel Weder

www.baunat.com

Sommerlust

Schon fast als Trend ausmachen konnten wir in den Schaufenstern und an den Messen Schmuck mit mediterranen und tropischen Motiven. Besonders oft kommen dabei Seesterne vor, aber auch Muscheln und Oktopusse.

Die aussergewöhnliche Kollektion Starfish von **Guess** bringt eine grosse Anzahl tropischer Motive. Diese sind mit goldenen Juwelen gestaltet und werden von Kristallen – kombiniert mit roten oder türkisen Veredelungen – ergänzt. Die gesamte Kollektion ist aus Chirurgenstahl gefertigt, die Steinchen sind von Swarovski und das rote Bracelet im Bild ist aus echter Koralle. In der Schweiz wird Schmuck von Guess von der Heno SA vertrieben.

Auch bei **Ernst Stein** aus Idar-Oberstein, einer Tochterfirma und Schmuckmarke von Ruppenthal, gibt es eine Kollektion mit Seesternen. Die Serie „Sternenglanz“ ist aus silberfarbenem oder rosévergoldetem Edelstahl gefertigt und mit blauem oder grauem Mineralienstaub beschichtet. Die Marke ist für ihre modischen Designs, günstigen Preise und ihr reichhaltiges Lager bekannt.

Bei **Argento Furioso** sind einige der neuen Kollektionen ebenfalls ganz auf Sommer eingestellt. Im Bild ist ein Anhänger aus Silber 925 an einer Silberkette mit kleinen weissen Perlen zu sehen. Das Schmuckunternehmen arbeitet seit über 20 Jahren mit zwei Manufakturen in Indien zusammen. Regelmässige Besuche vor Ort und eine intensive Zusammenarbeit garantieren beste Qualität.

Wer nicht nur nach der Mode gehen will, sondern Seesterne immer gerne hat, ist mit diesen hochwertigen Ketten und Anhänger von **Emil Kraus** bestens bedient. Die Seesterne gibt es in zwei Grössen, jeweils in Rot-, Weiss- und Gelbgold mit weissen und champagnerfarbenen Brillanten von rund 0.80 und 1.31 Carat. In den Ankerketten, die inzwischen ebenfalls von Emil Kraus produziert werden, finden sich sechs Fassungen mit 0.03 Carat W/Si-Diamanten. Die Ketten sind in jeder gewünschten Länge erhältlich. Die Marke Emil Kraus gibt es bei der Leo Marty AG, Bijouterie en gros.

Knauf Jewels steht einerseits für klassische Linien, andererseits für ungewöhnliche Designs. Faszinierende Kombinationen – wie zum Beispiel die Komposition aus zartem Gold und Palmenholz – sowie ungewöhnliche Formen und Motive betonen die Einzigartigkeit dieser Schmuckstücke. Der Ring mit einer Krake ist aus 18-karätigem Weissgold, besetzt mit schwarzen und weissen Diamanten und grünen Tsavoriten als Augen.

Die sommerlichen Jewels by **Leonardo** sowie die neuen „ciao! by Leonardo“-Modelle holen die Urlaubsbrise direkt ans Handgelenk und um den Hals. Ein Seestern pendelt am silbernen Armband Capri und ist mit Glasperlen in den Blautönen des Meeres gefertigt. Die Marke wird hierzulande von der Stephan Etienne GmbH vertrieben.

Who

Richemont, Genf,

erzielte in seinem Geschäftsjahr 2018/19, das am 31. März geendet hat, einen Gesamtumsatz von 13,989 Milliarden Euro, was einem Zuwachs um 27 Prozent entspricht. Dies aber vor allem durch die 2018 erfolgte Übernahme der Online-Abteilungen Yoox Net-a-porter (YNAP) sowie Watchfinder, dessen Zahlen (2,105 Mia. Euro) im Vorjahr noch nicht eingerechnet waren. Ohne YNAP hätte der Zuwachs acht Prozent betragen. Der 2018/19 erzielte Betriebsgewinn belief sich auf 1,943 Milliarden, das sind fünf Prozent mehr als ein Jahr zuvor. Im Schmuckbereich (Cartier und Van Cleef & Arpels) erzielte Richemont einen Umsatz von 7,083 Milliarden Euro, bei den Uhren (Lange, Baume & Mercier, IWC, Jaeger-LeCoultre, Panerai, Piaget, Roger Dubuis, Vacheron Constantin) lag dieser bei 2,980 Milliarden, was für beide Sparten einem Zuwachs von zehn Prozent entspricht.

Richemont, Genève

a réalisé, au terme de son exercice annuel 2018/19 clôturé au 31 mars, un chiffre d'affaires global de 13,989 milliards d'euros et a ainsi enregistré une croissance de 27 pour cent. Cette évolution a surtout été causée par le rachat en 2018 des départements en ligne Yoox Net-a-porter (YNAP) et Watchfinder, dont les chiffres (2,105 milliards d'euros) n'avaient pas été pris en compte l'année précédente. Sans YNAP, le groupe aurait enregistré une évolution positive de huit pour cent. Le bénéfice d'exploitation atteint en 2018/19 s'est monté à 1,943 milliard, soit cinq pour cent de plus qu'une année auparavant. Dans le segment des bijoux (Cartier et Van Cleef & Arpels), Richemont a réalisé un chiffre d'affaires de 7,083 milliards d'euros, alors que le chiffre d'affaires du segment des montres (Lange, Baume & Mercier, IWC, Jaeger-LeCoultre, Panerai, Piaget, Roger Dubuis, Vacheron Constantin) s'est élevé à 2,980 milliards d'euros. La croissance ainsi enregistrée est de dix pour cent dans chacun de ces segments.

Jérôme Biard

ist neuer Geschäftsführer des Uhrenherstellers Roventa-Henex SA. Dies gab das Bieler Unternehmen am 4. Juni bekannt. Roventa-Henex ist Produktionsdienstleister für Drittmarken, sprich auf Design, Produktentwicklung, Produktion und Logistik spezialisiert. Jérôme Biard ist seit April für Roventa-Henex tätig: „Ich freue mich auf die mir anvertraute Aufgabe, das Unternehmen als einen ‚à la carte'-Partner zu positionieren", so Biard, der seit 30 Jahren in der Uhrenbranche tätig ist und zuletzt seit 2017 Geschäftsführer bei den Uhrenmarken Eterna und Corum war.

Jérôme Biard

est le nouveau directeur de la manufacture horlogère Roventa-Henex SA. La société biennoise a publié cette information le 4 juin. Roventa-Henex est un prestataire de services de production pour des marques tierces spécialisé dans le design, le développement de produits, la production et la logistique. Jérôme Biard est actif auprès de Roventa-Henex depuis le mois d'avril: «Je me réjouis d'assumer la mission qui m'a été confiée, à savoir de faire de l'entreprise plus qu'un partenaire à la carte», a déclaré Jérôme Biard, qui travaille depuis 30 ans dans le secteur horloger et a occupé en dernier lieu le poste de directeur des marques horlogères Eterna et Corum depuis 2017.

Les temps du jubilé

Le Concours de l'Institut Horlogerie Cartier (IHC) pour des apprentis en horlogerie fête ses 25 ans. La remise des prix de cette 25e édition a eu lieu le 29 juin à l'Hôtel DuPeyrou à Neuchâtel. Le thème retenu pour l'édition 2019 était la «mise en valeur du jubilé des 25 ans à travers le mouvement 6497-1». Le premier prix (meilleur travail absolu) a été décerné à Léonard Widmer du CFP Lycée Technique à Bienne.

1er Prix / Erster Preis: Léonard Widmer, CFP Lycée technique, Bienne.

2e Prix / Zweiter Preis: Mickael Genoud, CFP Lycée technique, Bienne.

Le Concours IHC – depuis 1995

En 1993, Cartier a créé l'Institut Horlogerie Cartier (IHC), afin de perpétuer l'art de la Haute Horlogerie. L'institution forme des apprentis dans des domaines aussi variés que l'horlogerie, le polissage et la micromécanique. Depuis 1995 l'IHC organise annuellement un Concours d'horlogerie.

Avec une limite d'âge fixée à 25 ans, le Concours IHC est ouvert à tous les apprentis horlogers de 3e année de Suisse, qu'ils effectuent leur apprentissage dans les écoles d'horlogerie, les centres apprentissage de l'industrie horlogère ou dans les ateliers privés. Au-delà des frontières, les élèves de Lange Uhren GmbH (D) et du lycée Edgar Faure (F) sont également invités à présenter leurs projets.

En 2019, 72 élèves (2018: 54) ont participé au Concours IHC, dont 48 élèves d'une école d'horlogerie (en 2019 de six écoles: Cifom, CFP, EMT, ETVJ, Lycée Edgar Faure et Zeitzentrum), 21 élèves d'un centre apprentissage (2019: Audemars Piguet, Chopard et Chopard Manufacture, IWC, Lange Uhren GmbH, Manufactures Cartier Horlogerie et Tag Heuer) et deux élèves des ateliers privés (Beyer Chronometrie et Bucherer). Les participants disposait de 32 heures au total pour réaliser la pièce de concours, y exclus le nettoyage et le remontage du mouvement. *(mw)*

Jubiläumszeiten

Der Uhrmacherwettbewerb für Lernende des Institut Horlogerie Cartier (IHC) stand dieses Jahr ganz im Zeichen seines 25-jährigen Jubiläums. Die Verleihung hat am 29. Juni im Hotel DuPeyrou in Neuenburg stattgefunden. Diesjähriges Wettbewerbsaufgabe war es, dem Jubiläum gestalterisch Rechnung zu tragen, technische Basis bildete wiederum ein Kaliber 6497-1. Der Erste Preis ging an Léonard Widmer vom CFP Lycée Technique in Biel.

3e Prix / Dritter Preis: Amandine Cretenet, Lycée Edgar Faure, Morteau (F).

4e Prix / Vierter Preis: Edouard Haupais, Ecole technique de la Vallée-de-Joux, Le Sentier.

5e Prix / Fünfter Preis: Norian Schmid, Bucherer AG, Luzern.

6e Prix / Sechster Preis: Tom Glauser, Chopard Manufacture SA, Fleurier.

7e Prix / Siebter Preis: Romane Gendre, Lycée Edgar Maure, Morteau (F).

Prix de l'originalité / Originalitätspreis: Benjamin Kaelin, CFP Lycée technique, Bienne.

Der IHC-Wettbewerb

Cartier hat sein Institut Horlogerie Cartier (IHC) 1993 zur Pflege und Förderung der Uhrmacherkunst ins Leben gerufen. Das IHC bildet Lernende in den Fachbereichen Uhrmacherei, Mikromechanik sowie Polissage aus. Seit 1995 führt das Institut jedes Jahr den Uhrmacherwettbewerb IHC durch. Der Wettbewerb steht allen Uhrmacherlernenden des 3. Lehrjahrs offen, die nicht älter als 25 Jahre alt sind und die ihre Ausbildung Vollzeit an einer der sechs Schweizer Uhrmacherschulen oder Teilzeit bei einem Schweizer Ausbildungsbetrieb absolvieren. Darüber hinaus sind auch die Lernenden der Lange Uhren GmbH aus Glashütte (D) sowie die Absolventen des Lycée Edgar Faure in Morteau (F) teilnahmeberechtigt.

2019 haben insgesamt 72 Lernende (2018: 54) am Wettbewerb des IHC teilgenommen. 48 absolvieren ihre Ausbildung bei einer Uhrmacherschule (Lernende dieser Schulen nahmen teil: Cifom, CFP, EMT, ETVJ, Lycée Edgar Faure und Zeitzentrum), 21 bei einem Lehrbetrieb (2019 waren es: Audemars Piguet, Chopard, Chopard Manufacture, IWC, Lange Uhren GmbH, Manufactures Cartier Horlogerie und Tag Heuer) sowie zwei Lernende unabhängiger Uhrmacherateliers (Beyer Chronometrie und Bucherer). Die Teilnehmer hatten insgesamt 32 Stunden Zeit, um das Wettbewerbsstück zu realisieren, Reinigung und Zusammenbau ausgenommen. *(mw)*

Who

MIH, La Chaux-de-Fonds,

das Internationale Uhrenmuseum, zeigt vom 16. Juni bis 16. Oktober die Ausstellung „L'Heure pour tous, une Montre pour Chacun: un siècle de publicité horlogère" („Die Uhrzeit für alle, eine Uhr für Jeden: Uhrenwerbung im 20. Jahrhundert"). Mit über 230 präsentierten Originaldokumenten in Form von Plakaten, Inseraten und Skizzen sowie Kino- und TV-Werbespots aus den Sammlungen des MIH, anderer Institutionen sowie privater Sammlungen versteht sich die Ausstellung auch als Überblick über die Geschichte der Werbung, der Grafik und der Konsumgesellschaft, wobei auch der Übergang von „der Uhrzeit für Alle zur Uhr für Jeden" sichtbar wird. Die Ausstellung bietet einen faszinierenden Blick auf die wirtschaftliche, technische, soziale und kulturelle Geschichte der Uhrenindustrie, von den ersten Armbanduhren bis zur Quarzrevolution. Sie ist durchgehend dreisprachig (frz., dt. engl.) und jeweils Dienstag bis Sonntag von 10 bis 17 Uhr geöffnet.

Die Ausstellung „L'Heure pour tous, une Montre pour Chacun » (16.6.-16.10.) im MIH. / L'exposition «L'heure pour tous, une montre pour chacun» (16.6 - 16.10) au MIH.

Le MIH, La Chaux-de-Fonds,

Musée International d'Horlogerie, propose du 16 juin au 16 octobre une exposition intitulée «L'heure pour tous, une montre pour chacun. Un siècle de publicité horlogère». Avec plus de 230 documents originaux exposés sous forme d'affiches, d'annonces publicitaires, d'esquisses et de spots publicitaires pour le cinéma et la télévision (tous tirés des collections du MIH, d'autres institutions ainsi que de privés), l'exposition est aussi une promenade à travers l'histoire de la publicité, du graphisme et de la société de consommation. Une histoire qui met clairement en évidence le passage de «l'heure pour tous» à «une montre pour chacun»… Les visiteurs partent ainsi dans un voyage fascinant à travers l'histoire économique, technique, sociale et culturelle de l'industrie horlogère, des premières montres-bracelets à la révolution du quartz. L'exposition est proposée en trois langues (français, allemand et anglais) et ses portes sont ouvertes du mardi au dimanche de 10 h à 17 h.

Adamek GmbH, Bern,

hat ihr Ladengeschäft an der Kramgasse 56 per 15. Juni geschlossen und trifft ihre Kundinnen und Kunden in Zukunft nach Terminvereinbarung, zeitlich und örtlich beweglich, für beide Seiten passend, schreibt das Berner Traditionsunternehmen, das 1937 gegründet worden war und seit 1977 von Nicolas Adamek in zweiter Generation geführt wird. Die Postadresse lautet neu: Adamek, Postfach 659, 3000 Bern 8 (Pakete postlagernd). Die weiteren Kontaktdaten bleiben, genauso wie die Webadresse: www.adamek.ch.

Heisse Zeiten, leichtes Leben

„Summertime…and the livin' is easy" heisst es in George Gershwins berühmter Arie. Obwohl man im Sommer die Zeit gern auch einmal vergessen darf, ist es doch nie schöner Uhren zu tragen als bei heller Sonnenpracht, wenn die schönen Stücke auf der Haut erst so richtig zur Geltung kommen. Eine kleine Saisonauswahl für Fruchtsalatbuffets und Tiefseeeskapaden.

Superirdischer Ozean

„Superocean", der Name lässt Uhrennostalgiker schwelgen. **Breitling** hat seine 1957 erstmals lancierte Kollektion mit zahlreichen Modellvarianten überarbeitet: Zu finden sind die übergrosse Superocean 48, die Superocean 46, die Superocean 44 (im Bild), die Superocean 42 und schön gendergerecht „für Frauen entwickelt" – wie Breitling hervorhebt – die Superocean 36. Ob sich am Ende jede Frau für die 36er entscheidet bleibt zu sehen. Männer werden sich eher für die grösseren Varianten interessieren, und seien es wasseraffine Piloten.

Mehr denn je

„Mehr denn je", sagt sich die Bieler Plastikuhrenikone **Swatch** diesen Sommer, „ist es Zeit, stolz zu sein". „Time to be proud" so der englische Slogan des aktuellen Bieler Sommeruhrenkorbs mit frischen Früchten in kecken Farben. Ob „Graftic", „Multiboost" oder „Psycadelic" (im Bild), Swatchs Buntlinge sind eine regelrechte Hommage an die Lebensfreude, mit den 70er Jahren entlehnten Farbkreationen, funkigen Einflüssen für fröhliche Tanzabende, und dem angenehmen Mut zum Schrillen.

Tauchbar

Sechs neue Linien seiner Kollektion „Submersible" hat die italienische Swiss-made-Marke **Panerai** an der SIHH im Januar präsentiert. Trotz Winterzeit war schon absehbar, dass der nächste Sommer vor der Tür steht, oder dank ganzjähriger Tauchdestinationen rund um die Uhr angeflogen werden kann. Die „Submersible 42MM" mit Edelstahlgehäuse ist wasserdicht bis 300 Meter und verfügt über eine Drehlünette. Sie ist in einer schwarzen sowie in einer blau-grauen Version erhältlich. Der Verkaufspreis von 9700 Franken taucht knapp unter der 10'000er Marke.

Rebellischer Tomyboy

Wenn der deutsch-amerikanische Rocketbyz-Künstler Tomyboy die Farben spielen lässt, wirds neonhaft wild. Anlässlich der diesjährigen Austragung des Rennsport-Klassikers „Le Mans“, bei dem die Waadtländer Uhrenmarke **Rebellion** mit einem eigenen Team am Start war, kam es zu einer Zusammenarbeit zwischen Rocketbyz und Rebellion Racing. Kunterbunte Frucht dieser Liaison ist eine auf 20 Exemplare limitierte Version mit „farbig veredeltem“ Titangehäuse. Die Gangreserve des Handaufzugs beträgt 48 Stunden, was auch für zweimal Le Mans reicht.

Wechselnde Blüten

Auf Frühlingswiesen, die auch im Sommer blühen, macht man mit der „Floral 1942“ von **Aerowatch** eine besonders gute Figur. Und auch auf dem Tanzparkett ist man mit der 35-Millimeter-Uhr im Handumdrehen konkurrenzlos. Und sollte einem die Zeit auch im Sommer einmal fad werden, sorgen die Blumen auf dem weissen Perlmutt-Zifferblatt für Abwechslung, indem sie einmal täglich die Farbe wechseln. Die Quarzuhr ist mit Metall- oder rosafarbenem Lederband sowie auch mit roségoldenem PVD-Gehäuse erhältlich.

Schwimmende Reisen

Die Uhrenmarke **Oris** arbeitet seit diesem Jahr mit dem Schweizer Expeditionsschwimmer Ernst Bromeis zusammen. Zu seinen eindrücklichsten Leistungen gehört, dass er die gesamte, mehr als 1200 Kilometer lange Strecke des Rheins von der Bündner Quelle bis zur Nordsee-Mündung durchschwommen hat. Dieses Jahr plant er das „ Blaue Wunder“, bei dem er eine Reihe von Seen, darunter den Baikalsee, durchschwimmen will. Stete Begleiterin ist die neue, bis 300 Meter wasserdichte Aquis Date Relief mit Automatikwerk, die mit Metall-, Kautschuk- und Lederband erhältlich ist.

Bonds Versuchung

Blancpain hat seinen Taucheruhrklassiker „Fifty Fathoms“ mit einem Gehäuse aus satiniertem Titan versehen. Die Kombination des Gehäuses mit der schwarzen Drehlünette aus Saphir, die schillernde Lichteffekte bietet sowie dem ebenso dunklen Zifferblatt mit Sonnenschliff im Innenteil verleihen der Uhr eine majestätische Eleganz. Selbst James Bond würde, wäre er nicht schon bei Omega unter Vertrag, fraglos zur neuen Fathoms greifen. Wasserdicht bis 300 Meter verfügt das Handaufzugskaliber 1315 über eine Gangreserve von fünf Tagen.

Finanzierung *Financement*
Schulung *Formation*
Service *Entretien*
Vertrieb *Vente*
GRS-Generalvertretung für Europa, Russland & Nordafrika *Distributeur général GRS pour Europe, Russie & Afrique du Nord*
Fournituren *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

Adamek GmbH, Berne

a fermé sa boutique de la Kramgasse 56 au 15 juin et rencontrera désormais ses clientes et ses clients sur rendez-vous à différentes heures et à différents endroits convenus. C'est ce qu'a déclaré l'entreprise de tradition bernoise fondée en 1937 et dirigée depuis 1977 par Nicolas Adamek (deuxième génération). L'adresse postale de l'entreprise est désormais la suivante: Adamek, case postale 659, 3000 Berne 8 (paquets poste restante). Les autres coordonnées ne changent pas, tout comme l'adresse Internet de l'entreprise: www.adamek.ch.

Gucci, Florenz (I),

hat im Juli erstmals eine Schmuckkollektion im Hochpreissegment lanciert, wobei es sich um eine sehr kleine Auflage von etwa 200 Stück handelt. Wie ernst es Gucci mit seinem „Haute Joaillerie"-Engagement ist, wird man in ein paar Jahren sehen. Gucci selber ist innerhalb der Kering-Gruppe die absolute „Cashcow", 2018 erzielte das italienische Haus rund 63 Prozent des Gruppenumsatzes, das heisst rund 8,34 Milliarden. Der Anteil von Uhren und Schmuck wiederum lag bei Gucci bei vier Prozent, das heisst bei rund 332 Millionen. Wenn sich dieser Wert mit den geplanten 200 Exemplaren substanziell erhöhen sollte, müssen die Stückpreise die 20'000-Euro-Marke deutlich übersteigen.

Gucci, Florence (I)

a lancé pour la première fois en juillet une collection de bijoux haute de gamme. Cette très petite série comporte environ 200 pièces. La marque Gucci elle-même est le véritable moteur financier du groupe Kering dont elle fait partie: en 2018, la maison italienne a réalisé près de 63 pour cent du chiffre d'affaires du groupe, soit environ 8,34 milliards d'euros. La part de montres et de bijoux évolue toujours chez Gucci à quatre pour cent, soit environ 332 millions d'euros. Pour que cette valeur puisse connaître une augmentation substantielle avec les 200 exemplaires prévus, les prix unitaires devraient largement dépasser le seuil des 20'000 euros.

Brigitte Moser, Baar,

sagt „Auf Wiedersehen": Nach 50 Jahren Selbständigkeit, davon zehn Jahre in Baar, hat die Zuger Goldschmiedin ihr Schmuck-Atelier mit Galerie an der Dorfstrasse 27 in Baar geschlossen und diesen Schritt am 15. Juni mit einem „Schluss-Apéro" festlich besiegelt. Brigitte Moser freut sich sehr, ihre Kundinnen und Kunden auch weiterhin mit ihrem Schmuck im „Atelier 63" an der Hofstrasse 15 in Zug begrüssen zu dürfen. Wer sie dort erreichen will, wird um eine telefonische Voranmeldung gebeten. Am 3. August findet im Atelier 63 von 11 bis 14 Uhr ein Eröffnungsapéro statt. Telefonisch erreichbar ist Brigitte Moser unter der Nummer 079 477 68 20.

Brigitte Moser, Baar,

quitte son atelier. Après 50 ans d'activité en tant qu'indépendante (dont dix ans à Baar), l'orfèvre zougoise Brigitte Moser a fermé les portes de son atelier de bijouterie à la Dorfstrasse 27, à Baar, et a fêté cet événement en organisant un apéritif de clôture le 15 juin. Brigitte Moser se réjouit de continuer à proposer ses bijoux à ses clientes et ses clients à l'Atelier 63 de la Hofstrasse 15 à Zoug. Pour pouvoir l'atteindre, les personnes intéressées devront prendre rendez-vous par téléphone. Un apéritif d'inauguration aura lieu le 3 août à l'Atelier 63 de 11 h à 14 h. Brigitte Moser peut être contactée au 079 477 68 20.

Diamond News

Marktkommentar

Während den letzten Wochen sind die Marktpreise ins Rutschen gekommen. Martin Rapaport hat seine Preisliste im Mai und Juni zumindest für gewisse Grössen und Qualitäten um einige Prozentpunkte nach unten korrigiert. Damit haben die Discounts wieder etwas normalere Werte angenommen. Die attraktiveren Preise bieten auch gute Chancen um Lagerlücken zu schliessen.

Der US-Dollar hat die Parität zum Schweizer Franken leicht unterschritten. Er hält sich aber gut und sorgt von der Währungsfront her für Stabilität. Der Markt in der Schweiz verzeichnete in den Frühlingsmonaten eine erfreuliche Nachfrage nach Diamanten. Diese positive Stimmung bei den geschliffenen Steinen überdeckt damit ein wenig die Entwicklungen bei der Rohware.

De Beers Cycle

Anlässlich des 4. Cycles vom Mai wurden Rohdiamanten im geschätzten Wert von 415 Millionen US-Dollar verkauft. Damit wurde die Schwelle von zwei Milliarden in diesem Jahr erreicht. In Indien beginnt die Saison der Feiertage und die makroökonomischen Aussichten stellen viele Fragen. Deshalb erstaunt das geringe Volumen von verkauften Rohdiamanten kaum. So zumindest lauten die Erklärungen von Bruce Cleaver, CEO der De Beers Gruppe. Offensichtlich schätzen die Schleifer die Aussichten für die kommenden Monate eher defensiv ein.

Vergleich Rap Index in Prozent

Carat	Juni	2018-19
0.30	- 3.5	- 15.7
0.50	- 1.6	- 6.0
1.00	- 0.6	- 3.8
3.00	- 3.8	- 13.8

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

Die Mitglieder des Rapnets haben in einer Konsultativabstimmung eindeutig abgelehnt, dass entsprechende Preislisten für synthetische Diamanten ins System von Martin Rapaport aufgenommen werden. 79 Prozent der 7541 Befragten sorgten für ein klares Ergebnis. Dieser Entscheid ist genauso sinnvoll wie auch erfreulich. Nur richtig ist eben echt rar. Zwar können die Labors künstlich hergestellte Diamanten einwandfrei von natürlichen unterscheiden, aber die einzigartige Aura und die Emotionen gibt es nur bei echten Diamanten. Jede Frau wird früher oder später herausfinden, dass der Stein nicht natürlich ist. Und dann hat Mann aber ein echtes Problem.

Angola

Die australische Minengesellschaft Lucapa hat die Lizenz für den Diamantabbau in Angola bis 2023 verlängert, wie CEO Miles Kennedy mitteilt. Auf dem Lulo-Gebiet wurden teilweise bedeutende Diamanten in Sekundärlagerstätten gefunden. Lucapa ist zuversichtlich, bald auch Spuren der grosse Kimberlit-Pipe auf ihrem Konzessionsgebiet Lulo zu finden. Es wird angenommen, dass dieser Kimberlit-Schlot vor 100 Millionen Jahren eruptiert ist. Indien ist der Vatikan der Diamanten. Gleichzeitig aber auch die weltweit grösste Demokratie mit einem dynamischen Wachstumspotential. Kein anderes Land hat mehr (junge) Ingenieure. Narendra Modi wurde mit seiner hindu-nationalistischen Bharatiya-Janata-Partei als Premierminister bestätigt. 900 Millionen Inder sind über 18-jährig und damit wahlberechtigt.

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

SIE SCHENKT IHNEN DAS BABY DES JAHRTAUSENDS – UND SIE?
fine diamonds are a jeweller's best friends

Gemmologen trafen sich in Idar-Oberstein

Am siebten Europäischen Gemmologischen Symposium (EGS) in Idar-Oberstein trafen sich rund 200 Fachleute um von international renommierten Gemmologen das Neuste aus der Welt der Steine zu erfahren. Gleichzeitig feierte die Deutsche Stiftung Edelsteinforschung ihr 50-jähriges Bestehen.

Die Deutsche Gemmologische Gesellschaft (DGemG) und die Deutsche Stiftung Edelsteinforschung (DSEF) organisierten vom 24. bis 26. Mai das internationale Symposium der Gemmologen in Idar-Oberstein. Dabei haben insbesondere Thomas Lind, Uli Henn, Claudio Milisenda und Martina Bank mit ihren Assistenten hervorragende Arbeit geleistet. Am Freitagabend kamen zahlreiche lokale Exponenten aber auch viele von fern Angereiste zu einer Willkommensparty ins Parkhotel. Am Samstag wurden die Teilnehmer im Stadttheater von Thomas Lind (Präsident der DGemG) sowie von Bürgermeister Frank Frühauf begrüsst. Gaetano Cavalieri, Präsident der Cibjo, unterstrich in seiner Ansprache die Bedeutung gemmologischen Wissens für den Edelsteinhandel.

Professor Henry A. Hänni (Mitte) wurde für seine langjährige Mitarbeit mit dem goldenen Ehrenabzeichen bedacht.

Das Einleitungsreferat hielt Hans-Jürgen Henn, ein international renommierter Edelsteinhändler aus Idar-Oberstein. Er berichtete über spannende Einkaufsreisen zu den wichtigen Fundgebieten auf allen Kontinenten. James Shigley (GIA, USA) eröffnete die Reihe der Fachvorträge mit einer Übersicht zur Bestimmung synthetischer Diamanten. Branko Deljanin (CGL-GRS, Kanada) diskutierte die Merkmale pinkfarbener Diamanten aus Australien und verglich sie mit solchen aus anderen Herkunftsorten. Robert Chodelka (Ziemer, Schweiz) erklärte die Herstellungsmethoden HPHT und CVD für synthetische Diamanten. Emmanuel Frisch (Nantes, Frankreich) ging der Entstehung von zick-zack-förmigen Kanälen in Mineralien auf den Grund. Ihre Bildung geht auf Gitterdefekte bei der Kristallisation und späteren Ätzvorgängen zurück. Andy Shen (Wuhan, China) berichtete über seine Forschungen an Ametrin. Die exakte Position von Fe-Ionen entscheidet, ob Amethyst oder Citrin vorliegt. Der Tag wurde mit einem rauschenden Fest im Schloss Oberstein gekrönt.

Die Redner und Organisatoren des Europäischen Gemmologischen Symposiums in Idar-Oberstein.

Vielseitige Themen

Am Sonntag referierte Daniel Nyfeler (Gübelin, Schweiz) über die Markierung von Edelsteinen mit Nanopartikeln. Dabei soll ihre Herkunft von der Mine bis zum Konsumenten belegt werden können. Tobias Häger (Uni Mainz) legte sein Wissen über die kolumbianischen Smaragde dar. Federico Pezzotta (Milano) schilderte, wie die roten Turmaline in Madagaskar entstanden sind. Mit Claudio Milisenda (DSEF, Idar-Oberstein) tauchten die Teilnehmenden in die Spektroskopie farbiger Edelsteine ein. Michael Krzemnicki (SSEF, Basel) diskutierte die Probleme bei der Abgrenzung von Rubin gegenüber Pink Saphir. Tom Stephan (DGemG) untersuchte die Einflüsse auf die Farbe von Vanadium in Edelsteinen, die vorwiegend durch Chrom gefärbt sind.

In den Pausen hatten die Teilnehmer Zeit, das Gehörte zu diskutieren und sich mit Berufskollegen aus aller Welt auszutauschen. In die Konferenz eingebettet war auch die festliche Übergabe von Diplomen an erfolgreiche Absolventen der Gemmologen-Ausbildung. Zudem wurde der Berichterstatter dieses Artikels für seine langjährige Mitarbeit als Referent an Tagungen und als Autor in der DGemG-Zeitschrift mit dem Goldenen Ehrenzeichen der Gesellschaft geehrt. Kenneth Scarratt (Danat, Bahrain) berichtete über die Funde echter Perlen in wilden Austern aus Nordwest-Australien. Er zeigte auch deren Fundlage in der Auster und die Röntgenstrukturen auf. Ahmadjan Abduriyim (TGS LLC, Japan) gab einen historischen Einblick in die japanische Zuchtperlenproduktion im Süsswasser (Biwa und Kasumigaura).

Angeregter Austausch beim Schlossfest. Bilder: DGemG

Alle Vorträge des vielseitigen Symposiums sind in kurzen Artikeln in der neuesten Zeitschrift „Gemmologie“ (Heft 1/2, Mai 2019) publiziert.

Prof. Dr. Henry A. Hänni

Who

Mark Pieth,

hat Ende Juni sein Buch „Goldwäsche – die schmutzigen Geheimnisse des Goldhandels“ veröffentlicht. Der Basler Strafrechtsprofessur war bei seinen Recherchen auch in Peru und wollte sich Fairmined-Minen ansehen, mit der Frage „Halten die Zertifikate, was sie versprechen?“ Insbesondere bei der Cecomip-Mine in Peru wurde ihm der Zugang verwehrt: „Ob die von Fairmined vorausgesetzten Vorkehrungen bei der Quecksilberamalgation effektiv getroffen wurden, liess sich leider nicht überprüfen“, so Pieth, „aber ich habe da meine Zweifel.“ Generell stellt er in Frage, dass die Minen den Anforderungen von Zertifikaten wie „Fairmined“ im Alltag genügen, schreibt dazu der Tages-Anzeiger.

Mark Pieth,

professeur de droit pénal bâlois, a fin juin publié son livre intitulé «Goldwäsche – die schmutzigen Geheimnisse des Goldhandels». Dans le cadre de ses recherches, l’auteur s’est également rendu au Pérou où il a souhaité visiter des mines Fairmined afin de savoir si les certificats tenaient leurs promesses. L’accès à la mine Cecomip au Pérou lui a en particulier été interdit: «Il n’est malheureusement pas possible de vérifier si les mesures de protection définies par le label Fairmined en matière d’utilisation du mercure sont effectivement respectées, explique Mark Pieth, mais j’ai mes doutes à ce sujet.» Le Tages-Anzeiger ajoute que de manière générale, le professeur remet en question le fait que les mines satisfont aux exigences de certificats tels que le certificat Fairmined au quotidien.

Watches of Switzerland, Leicester (UK)

der nach Bucherer weltweit zweitgrösste Uhrenhändler mit einem Jahresumsatz von zuletzt 773 Millionen britischen Pfund (ca. 980 Millionen Franken) plant gemäss Bloomberg den Schritt an die Börse. Damit verspricht sich das britische Unternehmen mit weltweit mehr als 140 Filialen insbesondere im US-Markt weitere Wachstumschancen, nachdem der globale Umsatz bereits im letzten Jahr um neun Prozent gesteigert werden konnte. Das britische Unternehmen hat nichts mit der gleichnamigen Watches of Switzerland GmbH mit Sitz in Luzern zu tun, die wie der Filialist „Les Ambassadeurs“ zur Excellence Holding AG beziehungsweise zur Centum Prata Gruppe gehört.

Watches of Switzerland, Leicester (UK),

deuxième plus grand commerçant horloger au monde après Bucherer avec un dernier chiffre d’affaires annuel en date de 773 millions de livres britanniques (env. 980 mio. de francs), prévoit selon Bloomberg d’entrer en bourse. L’entreprise britannique qui compte plus de 140 filiales dans le monde entier promet ainsi de nouvelles opportunités de croissance, en particulier sur le marché américain, alors que son chiffre d’affaires global avait déjà connu une croissance de neuf pour cent l’année passée. L’entreprise britannique Watches of Switzerland n’a rien à voir avec la société éponyme Watches of Switzerland GmbH dont le siège se trouve à Lucerne et qui appartient, comme la chaîne de succursales «Les Ambassadeurs», à la société Excellence Holding AG et au groupe Centum Prata.

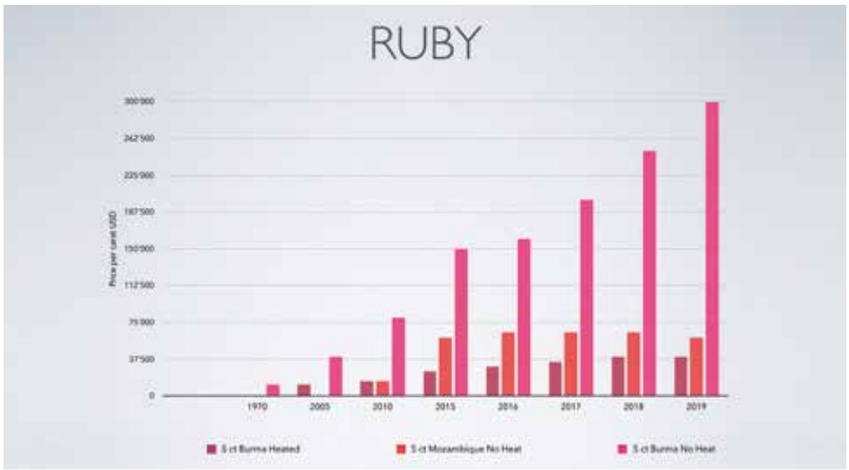
Focus
Pierres & Perles

Rapport de marché Gemstones colorées

Les prix des pierres précieuses et des pierres semi-précieuses sont encore très élevés et ont tendance à augmenter. Il n’y a actuellement aucune fin en vue à cette évolution.

Le prix des émeraudes, rubis et saphirs ne cesse d’augmenter en règle générale, de plus, les ventes aux enchères de pierres exceptionnelles stimulent le marché à la hausse.

Au cours des quarante dernières années, d’importants rubis et saphirs de Birmanie non chauffés ont vu leur prix en carats multiplié par un facteur de vingt et plus. Les émeraudes «minor oil» de Colombie par un facteur de plus de dix.



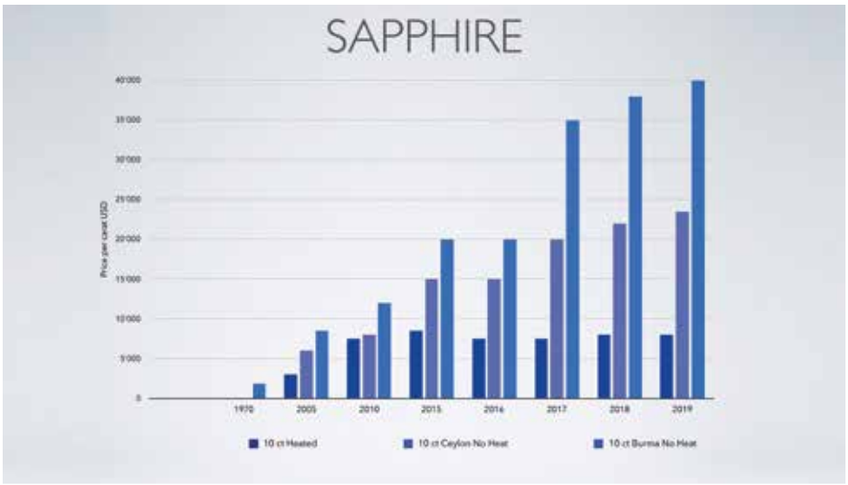
Ces augmentations de prix sont aggravées par le fait que la Tanzanie, le Vietnam, comme la Birmanie, ne produisent pratiquement plus de beaux rubis. Les quelques saphirs birmans, non chauffés, disponibles sont proposés en primauté pour le marché chinois.

Heureusement, les gisements de rubis du Mozambique sont à même de fournir régulièrement de belles gemmes. Le Sri Lanka, lui, est toujours en mesure de produire de beaux saphirs en quantités raisonnables, même si sa production ne représente plus que 15 pour cent de l’offre fournie dans des années 1990.

La vente des émeraudes est devenue de plus en plus difficile du fait que les grandes maisons ne sont plus prêtes à acheter des pierres contenant de la résine (opticon) ou «moderate oil», de sorte que la demande pour des pierres certifiées «minor or insignifiant oil» a considérablement augmenté.

Partout des hausses de prix

Du fait de cette pression continue, le marché s’est tourné vers d’autres options de pierres précieuses, telles que les spinelles roses et rouges intenses, ainsi que les



tourmalines Paraiba de couleurs vives. Cependant, comme on pouvait s'y attendre, la pénurie d'approvisionnement, ainsi que la forte demande pour ces dernières gemmes en à fait exploser les tarifs. En conséquence, les prix des spinelles roses de première qualité ont été multipliés par cinq au cours des dix dernières années et ceux des spinelles rouges par dix au cours de la même période.

Les tourmalines Paraiba devenant de plus en plus rares, particulièrement en provenance du Brésil, amène leur prix vers des sommets, emmenant dans leur sillage les mêmes gemmes d'origine africaine. Comme pour les rubis, nous commençons à voir les mêmes pierres revendues plusieurs fois à des prix sans cesse croissants.

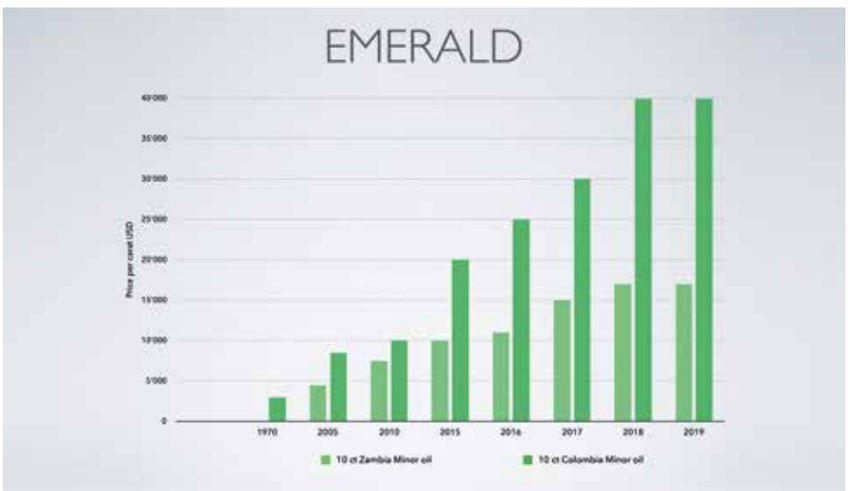
Cependant, l'augmentation des prix ne s'est pas limitée aux pierres susmentionnées, elle a touché le marché des gemmes dans son ensemble. Par exemple, les Tanzanites continuent à être difficiles en matière d'approvisionnement, en raison principalement du fait que le gouvernement tanzanien en a bloqué l'exportation de matériaux bruts, ne permettant que l'exportation de produits taillés.

Un regard en avant

On peut supposer que cette croissance des prix, tant pour les pierres précieuses que pour les pierres semi-précieuses de qualité supérieure, n'est pas sur le point de faiblir, ou au pire, restera stable à des prix élevés.

Peut-être que la demande croissante des clients pour des gemmes naturelles non traitées plus éthiques pourrait ramener à la lumière certaines autres pierres précieuses longtemps oubliées.

Antoinette Starkey
astarkey@bluewin.ch



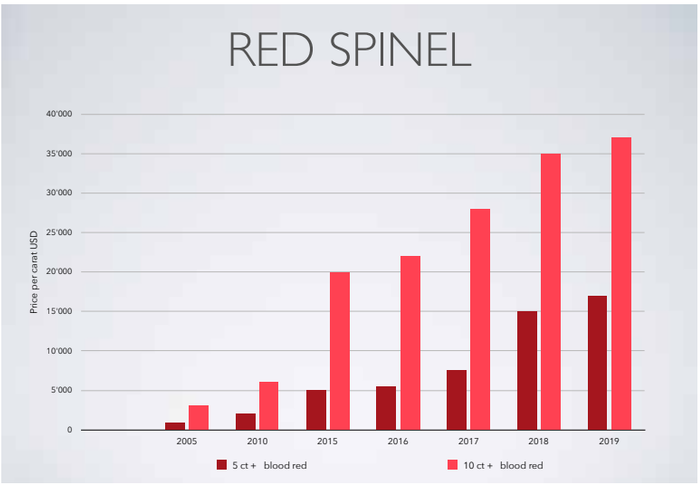
Marktbericht Farbsteine

Die Preise für Edelsteine genauso wie für Farbsteine sind nach wie vor sehr hoch und tendenziell steigend. Ein Ende dieser Entwicklung ist derzeit nicht in Sicht.

Der Preis für Smaragde, Rubine und Saphire steigt im Allgemeinen weiter an, während Versteigerungen aussergewöhnlicher Steine den Markt zusätzlich anheizen.

In den letzten 40 Jahren haben sich die Caratpreise grosser, nicht-erhitzter burmesischer Rubine und Saphire um den Faktor 20 und mehr vervielfacht. Bei „Minor-Oil"-Smaragden aus Kolumbien gab es Steigerungen um mehr als den Faktor 10.

Diese Preiserhöhungen werden noch verschärft durch die Tatsache, dass Tansania und Vietnam, genauso wie Burma, fast keine schönen Rubine mehr produzieren. Die wenigen nicht-erhitzten burmesischen Saphire, die es gibt, werden hauptsächlich auf dem chinesischen Markt angeboten.



Glücklicherweise sind die Rubinvorkommen Mosambiks in der Lage, regelmässig schöne Edelsteine zu liefern. Auch in Sri Lanka werden nach wie vor schöne Saphire in angemessenen Mengen hervorgebracht, obwohl die Produktion heute nur noch 15 Prozent des in den 90er Jahren erzielten Volumens ausmacht.

Der Verkauf von Smaragden wird immer schwieriger, da grosse Häuser nicht mehr bereit sind, Steine mit Harz (Opticon) oder des Typs „moderate oil" zu kaufen, so dass die Nachfrage nach zertifizierten Steinen des Typs „minor" oder „insignificant oil" spürbar gestiegen ist.

Überall Preissteigerungen

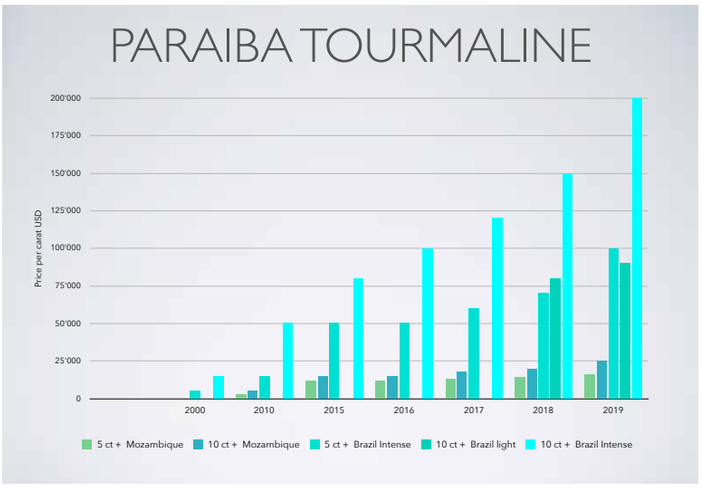
Infolge dieses anhaltenden Drucks hat sich der Markt anderen Edelstein-Varianten zugewandt, wie zum Beispiel intensiv rosafarbenen und roten Spinellen sowie Paraiba-Turmalinen in kräftigen Farben. Wie erwartet, haben jedoch die Angebotsknappheit sowie die hohe Nachfrage nach diesen Edelsteinen zu einer Explosion der Preise geführt. Infolgedessen haben sich die Preise für hochwertige rosa Spinelle in den letzten zehn Jahren verfünffacht, während sich die Preise für rote Spinelle im gleichen Zeitraum verzehnfachten.

Paraiba-Turmaline, vor allem aus Brasilien, werden immer seltener, was ihre Preise in unbekannte Höhen klettern lässt, wodurch auch die Preisniveaus für die gleichen Steine afrikanischer Herkunft kräftig angestiegen sind. Wie bei Rubinen kann hier inzwischen beobachtet werden, dass die gleichen Steine mehrmals zu immer höheren Preisen verkauft werden.

Die Preiserhöhung beschränkte sich jedoch nicht nur auf die oben genannten Steine, sondern betrifft den gesamten Edelsteinmarkt. So sind beispielsweise Tansanite nach wie vor schwer zu besorgen, vor allem weil die Regierung Tansanias den Export von Rohstoffen blockiert hat und nur die Ausfuhr geschliffener Steine erlaubt.

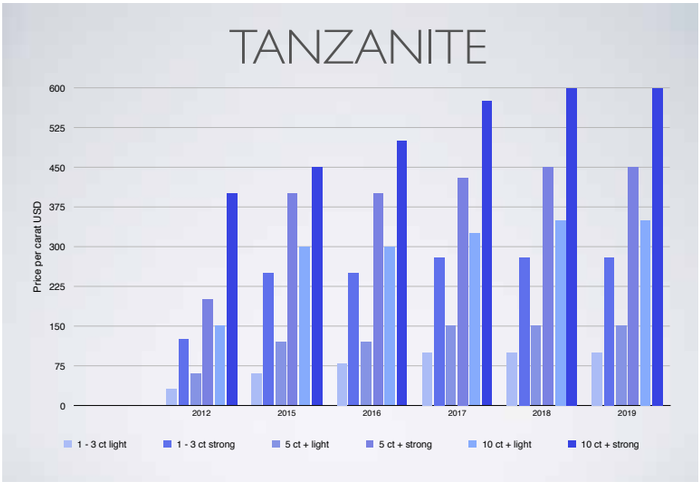
Ein Ausblick

Es ist davon auszugehen, dass dieses Preiswachstum sowohl bei Edelsteinen als auch bei Farbsteinen höchster Qualität kaum nachlassen wird und sich wohl eher auf diesem hohen Niveau halten dürfte.



Nicht auszuschliessen bleibt aber auch, dass die wachsende Nachfrage der Kunden nach ethischeren, unbehandelten Naturschätzen einige während Längerem etwas in Vergessenheit geratene Steine wieder mehr ins Zentrum rücken könnte.

Antoinette Starkey
astarkey@bluewin.ch



Diamantspezialist seit 40 Jahren

Kordiam Jakubowitsch Edelsteine ist seit 1979 spezialisiert auf weisse, naturfarbene und farbbehandelte Diamanten. Ein breitgefächertes Sortiment mit Diamanten in allen Schliffformen bis hin zum opaken Rosenschliff zählt zu den grossen Stärken. Durch den direkten Kontakt zu den grossen Diamantenbörsen kann Kordiam seinen Kunden zudem attraktive Preise anbieten. Priorität hat auch der rege Kundenkontakt. Bestellungen werden innert 24 Stunden geliefert, wobei auch ausgefallene Wünsche wenn möglich erfüllt werden. Online finden die Kunden Lager-Listen mit Detailbeschrieb, Bildern und Links zu den jeweiligen Zertifikaten. Zudem sind alle weissen und farbigen Diamanten im Fantasieschliff mit Foto sichtbar. Darüber hinaus führt Kordiam brillantbesetzte Rondellen in Weiss- und Rotgold in verschiedenen Grössen und Formen.

www.kordiam.ch

Das breite Sortiment – mit Diamanten in allen Schliffformen für alle Ansprüche – zählt zu den Stärken von Kordiam.

La large gamme – avec des diamants dans toutes les formes et tailles pour toutes les exigences – est l'une des forces de Kordiam.

Spécialiste du diamant depuis 40 ans

La maison Kordiam Jakubowitsch s'est spécialisée depuis 1979 dans le négoce de diamants blancs et de diamants de couleurs (naturels et traités). Un large assortiment de diamants dans toutes les formes jusqu'à la taille rose opaque est une des grandes forces de Kordiam. Grace au contact direct avec les grandes bourses diamantaires Kordiam peut également offrir des prix très intéressants. En outre, la société privilégie des contacts étroits et personnalisés avec ses clients. Les commandes sont livrées dans les 24 heures. Sur son site Internet, Kordiam propose à ses clients des listes de stocks accompagnées de descriptions détaillées, de photographies et de certificats. Tous les diamants blancs ainsi que les diamants de couleur taille fantaisie sont également visibles en ligne. En outre, Kordiam propose des rondelles serties de brillants en or rose et gris dans différentes formes et tailles.

Qualität dank gutem Netzwerk

Schöne Steinpaare und herausragende Einzelsteine sind die Spezialität der Gemcolor GmbH aus St. Gallen. David Neuweiler übernahm das Unternehmen 2011 und führt es im Sinne seines Vorgängers weiter. Fast alle handelsüblichen Edel- und Farbsteine sind in bester Qualität und präzisem Schliff erhältlich. Um seine Kollektion zu ergänzen besucht Neuweiler seine Lieferanten mehrmals im Jahr persönlich. Dank seinem zuverlässigen Lieferantennetz kann er die Kunden mit kostbaren Raritäten beliefern.

info@gemcolor.ch

Ausgewählte Paare für Ohrschmuck von Gemcolor.

L'assortiment Gemcolor comprend des paires de pierres pour la confection de boucles d'oreilles.

Qualité garantie grâce un excellent réseau

Des pierres précieuses par paires et de superbes pièces uniques sont les spécialités de la maison Gemcolor GmbH de Saint-Gall. David Neuweiler a repris l'entreprise en 2011 et la dirige dans le même esprit que son prédécesseur. Il propose presque toutes les variétés usuelles de pierres précieuses et de couleur dans la meilleure qualité et avec une taille précise. Pour compléter sa collection, David Neuweiler rend personnellement visite à ses fournisseurs plusieurs fois par année. Grâce à un réseau fondé sur la confiance, il peut offrir à ses clients des gemmes exceptionnelles.

Who

Movado Group, Paramus (USA),

erzielte in ihrem Geschäftsjahr 2018, das jeweils per Ende Januar endet, einen Gesamtumsatz von 679,6 Millionen US-Dollar, was gegenüber dem Vorjahr einem Zuwachs um 19,7 Prozent und gleichzeitig einem Rekordumsatz für die amerikanische Gruppe entspricht. Zu berücksichtigen ist, dass die Übernahme der Marke MVMT erst während des Geschäftsjahrs 2018 abgeschlossen wurde. Der Nettogewinn erreichte mit 61,62 Millionen Dollars ebenfalls einen Rekordwert, nachdem im Vorjahr noch ein Verlust von 15,22 Millionen resultiert hatte. Umsatzsteigerungen gab es sowohl mit den eigenen Marken (Ebel, Movado, Concorde, Olivia Burton, MVMT) als auch mit den Lizenzmarken (Coach, Tommy Hilfiger, Hugo Boss, Lacoste, Scuderia Ferrari, Rebecca Minkoff & Uri Minkoff), bei Umsätzen von 263,9 (+28,8%) beziehungsweise 320,9 Millionen (+15,7%).

Movado Group, Paramus (USA)

a réalisé durant son exercice annuel 2018 (clôture à la fin janvier) un chiffre d'affaires global de 679,6 millions de dollars américains, enregistrant ainsi une croissance de 19,7 pour cent par rapport à l'année précédente et réalisant par là-même, un chiffre d'affaires record pour le groupe américain. Rappelons ici que le rachat de la marque MVMT a été réalisé durant l'exercice 2018. Le bénéfice net du groupe à 61,62 millions de dollars constitue également une valeur record après les pertes de 15,22 millions de dollars enregistrées l'année précédente. Le chiffre d'affaires a augmenté aussi bien au niveau des marques propres du groupe (Ebel, Movado, Concorde, Olivia Burton, MVMT), que dans le segment des marques sous licence (Coach, Tommy Hilfiger, Hugo Boss, Lacoste, Scuderia Ferrari, Rebecca Minkoff & Uri Minkoff), le premier groupe atteignant 263,9 millions de dollars (+28,8%) et le deuxième 320,9 millions de dollars (+15,7%).

Vacheron Constantin, Genf,

ist von Richemont zu einer Blockchain-Testphase auserkoren worden. Uhren der Kollektion „Les Collectionneurs" sollen künftig mittels Blockchain zertifiziert werden. Damit soll im Gegensatz zur Papierform auf digitalem Weg ein fälschungssicheres Echtheitszertifikat erstellt werden. Mit der neuen Blockchain-Zertifizierung wird einem eindeutigen Objekt eine eindeutige Nummer zugeordnet, wodurch die beiden untrennbar miteinander verbunden sind und die Angaben zu Eigentum, Wert, Art und Echtheit des Produkts sicher verwahrt sind, unter gleichzeitiger Einhaltung modernster Datenschutzbestimmungen.

Vacheron Constantin, Genève

a été choisi par Richemont pour lancer une blockchain en phase de test. Les montres de la collection «Les Collectionneurs» devraient désormais être certifiées au moyen de la blockchain. À l'inverse du format papier, cette technologie permet d'établir un certificat d'authenticité infalsifiable par voie numérique. La nouvelle certification par la blockchain attribue un numéro unique à un objet unique. Ces deux éléments sont ainsi indissociables et les indications relatives à son propriétaire, sa valeur, son type et son authenticité sont conservées de manière sécurisée, tout en respectant les dispositions les plus actuelles de protection des données.

Portrait de trois pierres insolites

Ce numéro du magazine étant particulièrement dédié aux pierres et aux perles, nous avons décidé de mettre entre parenthèses nos portraits de femmes («Cherchez la Femme») dans le monde de l'horlogerie et de la bijouterie pour parler de trois autres belles «filles» peu connues: la grandidiérite, les spinelles de Luc Yen au Vietnam et les saphirs de Colombie.

La grandidiérite, rare et chère

Découverte en 1902 à Madagascar, cette pierre qui doit son nom au naturaliste et explorateur français Alfred Grandidier (1836-1921), n'est vraiment mise en valeur qu'à partir de 2016. Borosilicate de magnésium et d'aluminium, la grandidiérite est assez rare et, surtout, très chère. Un cristal très transparent, souvent au-dessous du carat, peut atteindre, dit-on, jusqu'à 10'000 euros par carat. Elle n'est guère souvent de qualité gemme et malgré sa couleur qui peut être vert-bleu ou bleu-vert, elle est généralement semi-transparente à opaque et se taille en cabochon ou éventuellement en taille «émeraude». Sa couleur est parfois d'un vert très foncé, presque noir, et peut aller jusqu'à une teinte très claire. Ses gisements malgaches, au Sud de l'île, restent les plus importants mais elle se trouve également en Afrique du Sud, au Surinam, dans le Wyoming, en Allemagne, Norvège et Australie. Pierre de collectionneur, elle est fortement pléochroïque (vert-bleu, vert-clair et incolore), montre deux indices de réfraction (1.590 à 1.623), clive très facilement dans une direction mais montre une dureté tout-à-fait intéressante de 7à 8. La pierre qui lui ressemblerait le plus serait la chrysocolle transparente.

Jolie pierre vert-bleu, transparente, cette grandidiérite a été achetée par une cliente suisse via internet.
Photo: CdV Consulting

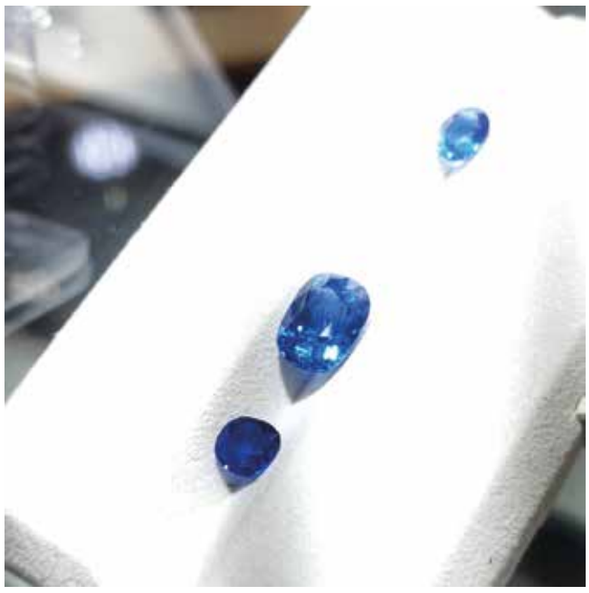
Les spinelles de Luc Yen au Vietnam

Durant des décennies, on a dit que de vrais spinelles bleus n'existaient pratiquement pas. Les pierres étaient toujours plus ou moins «grisées» et peu attractives. Depuis, les géologues ont heureusement découvert des gisements au nord du Vietnam, à Luc Yen. Les spinelles provenant de cette source sont parmi les plus beaux du monde et les bleus sont tout simplement uniques. Depuis le début des années 2000, cette région du

Un saphir provenant de la petite ville de Mercaderes. Ce gisement n'est pas très quantitatif.

Beau spinelle en taille goutte d'un bleu très agréable mais pas totalement «bleu cobalt». Origine Luc Yen.

Vietnam connue pour la qualité de ses spinelles rouges à roses, de ses rubis et saphirs gemmes, est devenue un producteur de spinelles d'un bleu-vif à cobalt époustouflant. Le cobalt (Co2+) est l'élément colorant principal dans cette pierre bien que le fer (Fe2+) soit également présent. L'indice de cette gemme mono réfringente se situe en dessous de 1.72, soit entre 1.711 et 1.718. Cette «nouvelle» pierre bleue sur le marché enchante les acheteurs et les prix grimpent ....



Trois pierres originaires de Luc Yen au Vietnam, bleu de saturations diverses.

Saphirs de Colombie!

La Colombie est essentiellement connue pour ses superbes émeraudes veloutées et ses inclusions tri phrasées qui ne sont, hélas, plus diagnostiques de cette source uniquement. Mais des saphirs .... Hé bien, oui! Il y a environ trente-cinq ans, un gisement a été découvert au Sud de la Colombie dans la Vallée de Cauca, dans une petite ville nommée Mercaderes. Cette région était jusque là plutôt connue pour son instabilité politique et sa dangerosité. Ça n'est pas un vaste gisement et si l'on y trouve toujours des pierres, ça n'est pas en grandes quantités. Les saphirs colombiens existent dans une variété de couleurs: bleu, rose, violet et certains montrent parfois un changement de couleur ou «effet alexandrite». Les caractéristiques gemmologiques sont identiques à celles des autres saphirs: Indices de réfraction 1.762 à 1.770, poids spécifique autour de 4.0. Quant aux caractéristiques internes, rien de nouveau sous le soleil: zonations de couleur, nuages, twinning. En utilisant la spectroscopie Raman, on a pu établir que les inclusions incolores et transparentes ainsi que les cristaux rouges étaient du zircon et du rutile. Bien que ces pierres colombiennes soient rares, elles sont malgré tout sur le marché et les géologues continuent à travailler cette région dans l'espoir de trouver d'autres gisements.

Catherine De Vincenti

Grandidiérite bleu-vert semi-transparente, taille goutte. Les inclusions sont visibles à l'œil nu.

Shanghai Gems S.A
Geneva

Cultured pearls, Natural pearls specialist, Pearl jewellery & Furnitures since 1989.

Shanghai Gems S.A., 5/A Route des Jeunes, CH-1227 Genève-Acacias
Tel. office +41 22 309 09 20 – Fax office +41 22 301 08 64
contact@shanghaigems.com www.shanghaigems.com www.instagram.com/shanghaigems

Majestätisches Blau

Eine Trendfarbe dieses Sommers aus der Pantone-Palette ist „Princess Blue“. Vikar Ahmed Fine Gemstones bietet solch majestätisch wirkende, royalblaue Saphire an. Ein besonderes Highlight aus der Kollektion Princess Blue ist der unbehandelte Burma-Saphir mit sagenhaften 9.52 Carat (im Bild). Dieser Saphir ist eine absolute Rarität und überzeugt mit seiner Grösse, Farbe und Qualität. Ebenfalls in sommerlicher Frische kommen Aquamarine daher. Bei Vikar Ahmed gibt es sie in Blautönen von hell- über mittel- bis tiefdunkelblau. Die Firma ist spezialisiert auf feine Edelsteine made in Idar-Oberstein, die dank ihres perfekten Schliffs und der sorgfältigen Politur mit optimaler Brillanz bestechen.

www.av-gems.com

Ein Aquamarin wird geschliffen. / Taille d’une aigue-marine.

Un bleu majestueux

L’une des couleurs tendance de cet été est le «Princess Blue» de la gamme Pantone. Vikar Ahmed Fine Gemstones propose justement des saphirs dans cette majestueuse nuance bleu royal. L’un des incontournables de la collection «Princess Blue» du commerçant est un saphir birman non traité affichant pas moins de 9,52 carats (illustration). Il s’agit là d’une pierre unique et rare dont la taille, la couleur et la qualité sont tout simplement exceptionnelles. Les aigues-marines donnent elles aussi une belle note de fraîcheur à la saison estivale. Vikar Ahmed propose ces pierres dans toutes les nuances de bleu, du plus clair au plus foncé. L’entreprise est spécialisée dans les pierres précieuses de qualité «made in Idar-Oberstein» qui se distinguent par leur taille parfaite et leur polissage soigné pour une brillance exceptionnelle.

Ein Saphir (9.52 ct) aus Burma von Vikar Ahmed Fine Gemstones. / Un saphir de Birmanie (9,52 ct) de Vikar Ahmed Fine Gemstones.

Der Spezialist für naturfarbene Diamanten

„Seit die Gerüchte kursieren, dass die Argyle Mine in Australien demnächst schliessen wird, sind bei uns die Anfragen für champagnerfarbene und pinkfarbene Diamanten stark gestiegen“, sagt Dominik Kulsen von der gleichnamigen Firma Dominik Kulsen AG in Winterthur. „Dementsprechend haben wir unser Lager aufgestockt.“ Das Unternehmen bietet neben champagnerfarbenen Steinen auch sämtliche naturfarbenen Diamanten an: Gelb, Olive, Orange, Grau und Rosa zählen zu den Favoriten.

www.dominikkulsen.com

Aus dem Angebot von Dominik Kulsen: ein dunkler, champagnerfarbener Diamant von 0.81 Carat.

Le spécialiste des diamants de couleur naturelle

«Depuis que des rumeurs circulent sur la fermeture imminente de la mine d’Argyle en Australie, nous avons enregistré une forte augmentation des demandes de diamants de couleur champagne et rose», explique Dominik Kulsen, de l’entreprise Dominik Kulsen AG à Winterthour. «Nous avons par conséquent complété notre stock.» Outre des pierres de couleur champagne, la société propose également tous les diamants de couleurs naturelles imaginables: les nuances jaune, olive, grise et rose sont parmi les plus demandées.

Tiré de l’assortiment de Dominik Kulsen: un diamant champagne foncé de 0.81 carat.

Das Vertrauen in besten Händen

Familienschmuck und Edelsteine verkaufen, Erbstücke in Geldwerte umtauschen oder deren Preis und Marktchancen eruieren: Kunden des Uhren- und Schmuckfachhandels sind auf gute Beratung angewiesen und für die Fachpersonen ist es wichtig, dabei ebenfalls auf einen verlässlichen Partner zählen zu können. Die Gemmologen von Edigem haben ein präzises Augenmass für den Wert von Vintage- und Antikschmuck. Marktgerechte Angebote, akkurate Schatzungen, Diskretion und Unabhängigkeit sind eine Selbstverständlichkeit.

www.edigem.com

Brosche um 1930 in Platin 950 mit Altschliffdiamanten.

Digne de confiance

Dès qu’il est question de vendre des pierres précieuses ou des bijoux de famille, de transformer des pièces héritées en espèces sonnantes et trébuchantes ou connaître la valeur et les opportunités de commercialisation de diverses réalisations, les clients sont assurés de recevoir de bons conseils auprès d’un magasin spécialisé en horlogerie et en bijouterie. Pour les professionnels, il est tout aussi important de pouvoir compter sur un partenaire digne de confiance. Les gemmologistes de Edigem ont développé des compétences spécifiques pour évaluer des bijoux vintage ou antiques. A cet égard, des offres conformes aux conditions du marché, des estimations précises, une discrétion d’honneur et une parfaite indépendance représentent de simples évidences.

Broche en platine 950 avec diamants de taille ancienne, vers 1930.

Aus Liebe zum Stein

Groh + Ripp bietet eine riesige Auswahl an feinsten Farbedelsteinen. Im Tresorraum des Unternehmens funkeln Paraiba-Turmaline, Rubine, Smaragde, Saphire, Rubellite, Tansanite und viele andere Steine um die Wette. Zudem können durch das reichhaltige Rohsteinlager fast alle Kundenwünsche erfüllt werden. Trotzdem ist Nicole Ripp weltweit immer auf der Suche nach bester Rohware, um die Schmuckträume der Kunden erfüllen zu können.

www.groh-ripp.de

Diese feinen Edelsteine kommen aus der Schatzkammer von Groh + Ripp.

Ces magnifiques pierres précieuses font partie du trésor extraordinaire de Groh + Ripp.

Par amour des pierres

Groh + Ripp propose un énorme choix de superbes pierres précieuses de couleur. Dans la chambre forte de l'entreprise scintillent d'innombrables tourmalines Paraiba, rubis, émeraudes, saphirs, rubellites, tanzanites et autres. Groh + Ripp peut par ailleurs satisfaire à presque tous les souhaits de ses clients grâce à son stock impressionnant de pierres brutes. Malgré cette foison de pierres, Nicole Ripp parcourt toujours le monde à la recherche des meilleurs matériaux bruts pour pouvoir donner forme aux rêves joailliers de ses clients.

Vielfältiges Brillanten-Lager

Die Nat AG besteht seit 1994 und feiert in diesem Jahr ihr 25-jähriges Bestehen. Die beiden Brüder Jean-Pierre und Roger Nat sind seit mehr als 30 Jahren in der Diamantbranche tätig. Ihr Unternehmen ist spezialisiert auf Diamanten aller Art und kann auf ein entsprechend grosses Lager zurückgreifen. Zum Sortiment gehören Brillanten ab 0,8 Millimeter, mehrkarätige Diamanten in verschiedenen Qualitäten und Grössen, genauso wie Einzelsteine mit und ohne Zertifikat. Für Reparaturen, Umschliffe oder besondere Kundenwünsche haben sie eine kleine Schleiferei eingerichtet.

natag@bluewin.ch

Diamanten aus dem Lager der Nat AG.

Diamants des stocks de la maison Nat AG.

Un vaste stock de diamants

La maison Nat AG a été fondée en 1994 et peut célébrer son 25eme anniversaire l'année prochaine. Les frères Jean-Pierre et Roger Nat sont actifs depuis plus de trente ans dans le secteur du diamant. Leur entreprise est spécialisée dans les diamants de toute nature et dispose de ce fait d'un vaste stock. L'assortiment se compose de brillants dès 0,8 millimètre, de diamants de plusieurs carats en diverses qualités et grandeurs ainsi que de pierres uniques, accompagnées ou non d'un certificat. La petite taillerie installée dans l'entreprise réalise les travaux de réparation ou de retaille et répond aux désirs particuliers de la clientèle.

RUPPENTHAL
since 1890

MEMORY RINGE

PAVÉE RINGE

WECHSELSCHLIESSE „RIO"

PAVÉE WECHSELSCHLIESSEN

TURMALIN MULTICOLOUR

PAVÉE OHRHÄNGER

www.ruppenthal.com

Strehlgasse 4
CH-8001 Zürich
zuerich@ruppenthal.com

Who

Die Schweizer Uhrenindustrie

konnte im März ihre Exporte um 4,4 Prozent auf 1,741 Milliarden steigern. Vor allem die Märkte USA, China, Japan und UK waren für das Wachstum verantwortlich, wobei in Grossbritannien die Brexit-Angst die Bestellungen nach oben schnellen liess. Der April war dafür seit Längerem wieder einmal für einen wenn auch leichten Rückgang besorgt (-0,4%). Vor allem Hongkong und China waren rückläufig, wobei China sogar erstmals seit Juni 2018 in der Monatsstatistik nur auf Rang Vier lag, während Japan auf den dritten Platz kletterte. Die Exporte des ersten Trimesters (Januar bis April) präsentierten sich mit 6,885 Milliarden Franken beziehungsweise einem Plus von 2,1 Prozent leicht über dem Vorjahr.

L'industrie horlogère suisse

a enregistré une augmentation de ses exportations de 4,4 pour cent à 1,741 milliard au mois de mars. Cette évolution positive a principalement été ressentie sur les marchés américain, chinois, japonais et britannique, la crainte du Brexit ayant fait monter en flèche les commandes en Grande-Bretagne. Le mois d'avril a ensuite connu un premier recul depuis longtemps, bien qu'il reste léger (-0,4%). Les baisses ont surtout été enregistrées à Hong Kong et en Chine. La Chine a d'ailleurs été reléguée pour la première fois depuis le mois de juin 2018 à la quatrième place des statistiques mensuelles, alors que le Japon se hissait à la troisième place. Les exportations du premier trimestre (janvier à avril) ont ainsi affiché un total de 6,885 milliards de francs, soit une augmentation de 2,1 pour cent par rapport à l'année précédente.

GPHG,

der Genfer Uhren-Grandprix, der jeweils im November verliehen wird, hat neue Kategorien eingeführt. Gänzlich neu ist die Kategorie „Iconic". Hier werden Uhrenneuheiten geehrt, die Teil einer ikonischen Kollektion sind, die die Uhrengeschichte seit mindestens 25 Jahren begleitet und prägt. Neu ist auch die Kategorie „Diver's Watch", bei der sowohl professionelle Geräte als auch Hobbytaucheruhren berücksichtigt werden. Dieser Preis ersetzt die bisherige Kategorie „Sport". Wieder neu eingeführt worden ist die Kategorie „Calendar and Astronomy", für Uhren mit mindestens einer kalendarischen oder astronomischen Komplikation. Ebenfalls neu belebt wird der Preis „Horological Revelation", mit dem Kreationen junger Marken ausgezeichnet werden. Dieses Jahr werden Uhren in insgesamt 14 Kategorien ausgezeichnet und insgesamt 19 Preise vergeben. Die Verleihung findet am 7. November im Théâtre du Léman in Genf statt.

Le GPHG,

le Grand Prix d'Horlogerie de Genève attribué au mois de novembre de chaque année compte désormais de nouvelles catégories. On mentionnera notamment la catégorie «Iconic», qui distingue les nouveautés horlogères issues d'une collection qui a marqué durablement l'histoire horlogère pendant au moins 25 ans. Autre nouveauté, la catégorie «Diver's Watch» accueille aussi bien les modèles professionnels que les montres de plongée pour amateurs. Ce prix vient remplacer l'ancienne catégorie «Sport». La catégorie «Calendar and Astronomy», qui distingue les montres comportant au moins une complication calendaire ou astronomique, a quant à elle été réintroduite. Le prix «Horological Revelation» est lui aussi à nouveau au programme et distingue les créations des jeunes marques. Cette année, 19 prix seront distribués au total à des montres réparties dans 14 catégories. La remise des prix aura lieu le 7 novembre au Théâtre du Léman à Genève.

„Das Bohrloch muss stimmen"

Stefan Amacher ist Goldschmied und betreibt seit zehn Jahren an der St. Alban-Vorstadt in Basel ein Goldschmiedeatelier. Neben seinen Unikaten verkauft er seit längerem auch Diamantcolliers mit grossem Erfolg.

Stefan Amacher

Gold'Or: Stefan Amacher, neben Ihren eigenen Kreationen verkaufen Sie eine breite Palette an Diamantcolliers. Was macht diese noch nicht sehr bekannten Ketten attraktiv?
Stefan Amacher: Die feinen Steinketten haben eine starke Ausstrahlung oder Aura, wenn man so will. Sie wirken dezent, aber sie fallen gleichzeitig auch auf. Zudem können sie zu einem sportlichen Outfit genauso getragen werden, wie zu eleganter Kleidung.

Für viele Kundinnen sind Diamantcolliers nach wie vor etwas Neues. Wie reagiert Frau, wenn sie ein solches in Ihrem Geschäft entdeckt und anprobiert?
Es ist tatsächlich oft so, dass die meisten Kundinnen nicht wissen, dass es sich bei diesen Ketten um Diamanten handelt. Wenn sie es dann erfahren, sind sie meistens erstaunt. Und wenn sie die Kette bewegen und das einmalige Funkeln beobachten, dann beginnen ihre Augen genauso zu leuchten. Es handelt sich hier eher um „Understatement"-Schmuck, der auch Leute anspricht, die sonst nicht unbedingt Diamanten kaufen würden.

Was zeichnet eine qualitativ hochwertige Diamantkette aus?
Das ist klar das Bohrloch. Dieses muss so gross sein, dass das richtige Stahlkabel hindurch passt. Mein Lieferant ist der einzige, der die Diamanten mit genug grossen Löchern anbietet. Sie müssen einen Durchmesser von mindestens 0,4 Millimeter aufweisen. So kann ich der Kundin eine Garantie von fünf Jahren geben. Ich überprüfe die Ketten oft nach zwei bis drei Jahren, aber da passiert fast nie etwas. Ich habe es bisher kaum erlebt, dass eine Kette gerissen ist.

Wer ist denn Ihr Lieferant?
Das ist die Firma Schweizer Edelsteine AG in St. Peterzell, Kanton St. Gallen. Mit der arbeite ich schon zehn Jahre zusammen – sehr erfolgreich.

Wie müssen solche Colliers präsentiert werden, damit ihr Funkeln bemerkt wird?
Das faszinierende Funkeln kommt mit der Bewegung. Aber auch wenn sie hängen, fällt es einer Person auf, die daran vorbeiläuft. Ich empfehle, die Ketten möglichst schlicht zu präsentieren, ohne viel Dekoration rundherum. Wenn sie liegen, sollte die Unterlage unifarben sein. Schwarze Diamanten beispielsweise, heben sich mit ihrer Leuchtkraft auf einem schwarzen Hintergrund sehr gut ab. Es ist zudem wichtig, dass man eine gute Auswahl von verschiedenen Farben und Grössen (Carat) in unterschiedlichen Preislagen hat. Ich führe Diamantcolliers in einer Preisspanne von 1500 bis 10'000 Franken. *(db)*

Neu geschliffen

Die Hermann Grimm KG präsentiert neu geschliffene Bernsteine in verschiedenen Grüntönen. Die glatten und facettierten Pampel-Paare gibt es von 16 bis 50 Millimeter. Formen wie Kristalle, Herze oder Kreuze sind ebenfalls an Lager. Das weitere Angebot umfasst rund 70 verschiedene Edel- und Farbsteine. Das Familienunternehmen aus Idar-Oberstein ist spezialisiert auf Glattschliff, Gravuren und facettierte Edelsteine.

www.h-grimm.com

Bernsteine von Hermann Grimm sind mit oder ohne Einschlüsse erhältlich.

Une nouvelle taille

Hermann Grimm KG présente des ambres dans de nouvelles tailles et différentes nuances de vert. Ces pierres de taille poire lisses ou à facettes sont disponibles dans des dimensions de 16 à 50 millimètres. Le commerçant propose également des formes de cristaux, de cœurs et de trèfles. Son assortiment complet comprend près de 70 différentes pierres précieuses et de couleurs. L'entreprise familiale d'Idar-Oberstein est spécialisée dans les tailles lisses, les gravures et les pierres précieuses avec tailles à facettes.

Les ambres de Hermann Grimm sont disponibles avec ou sans inclusions.

Seltener Larimar

Der Larimar ist eine blau-weisse Varietät des Pektoliths. Die Farbgebung erhält der Larimar durch das Spurenelement Vanadium. Die frischen hellblauen bis helltürkisfarbenen Tönen sind sehr beliebt. Erstmals entdeckt wurde er 1974. Die Härte beträgt ungefähr 6 nach Mohs. Das Rohmaterial stammt aus der Dominikanischen Republik. Rohe Steine werden immer weniger angeboten. Ruppenthal hat aktuell aus einem neuen Lot Rohsteine tolle Pampeln, Cabochons und Stränge geschliffen.

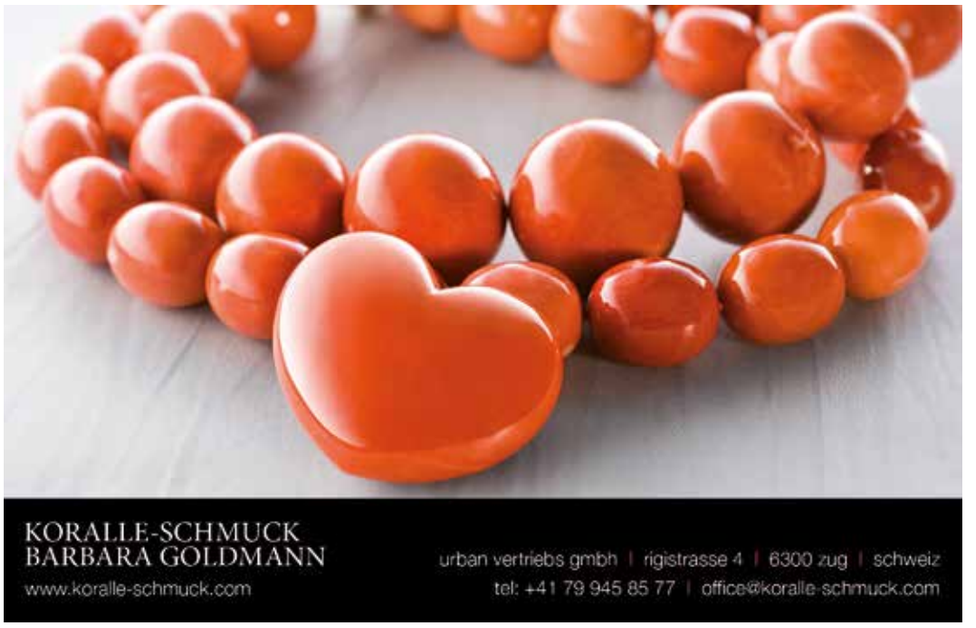
www.ruppenthal.com

Bei Ruppenthal gibt es neue, geschliffene Larimar-Steine aus der Karibik.

Un rare larimar

Le larimar est une variété bleue et blanche de la pectolite. Sa couleur, cette pierre la doit à un oligo-élément, le vanadium. Ses nuances fraîches oscillant entre le bleu clair et le turquoise clair rencontrent beaucoup de succès. Le larimar a été découvert en 1974. Sa dureté est de près de 6 sur l'échelle de Mohs et le matériau brut provient de République dominicaine. Ces pierres brutes sont de moins en moins disponibles sur le marché. Correction: Ruppenthal propose actuellement des gouttes, des cabochons et des colliers réalisés à partir d'un nouveau lot de pierres brutes.

On trouve chez Ruppenthal de nouveaux larimars taillés des Caraïbes.



Grosses Edelsteinangebot im Herbst

Rund 450 Aussteller der Munich Show – Mineralientage München bieten rohe oder geschliffene Edelsteine an, Schmuckmarken und -Designer präsentieren im Bereich Gemworld Munich ihre Kreationen. Die Herbstmesse, die mit ihrem umfassenden Rahmenprogramm längst zu den wichtigen Plattformen für Goldschmiede zählt, findet wiederum am letzten Wochenende im Oktober statt.

Die Organisatoren der Mineralientage München, zu der auch die Gemworld Munich gehört, sind guter Dinge, was den Stand der Anmeldungen anbelangt. „Viele Aussteller haben bereits nach der letzten Messe oder kurz vor Weihnachten zugesagt“, so der Marketingverantwortliche Jens Rödel. Die Hallenpläne für die Messe Ende Oktober würden bereits zu 95 Prozent bestehen. Nun gehe es darum, sich in den verbleibenden Monaten um die letzten Verhandlungen mit bisherigen und neuen Ausstellern sowie um das Rahmenprogramm zu kümmern.

Die Veranstaltung rund um Mineralien, Steine und Perlen findet Ende Oktober in den Hallen der Neuen Messe München statt.

Neues Forum für Edelsteine

Das Rahmenprogramm der Munich Show ist vielfältig. Neben einem Forum zu Mineralien und Steinen aller Art sowie einer Sonderschau zum Thema „Wer sammelt schreibt Geschichte“, wartet die Messe dieses Jahr auch mit Neuerungen im Teilbereich Gemworld Munich auf. So beherbergt die Halle B6 erstmals ein eigenes Forum für Themen rund um den Edelstein. Experten halten Vorträge sowohl für die Fachleute wie auch fürs Publikum, zudem werden Workshops, zum Beispiel im Bereich Analyse, angeboten. Weiter findet dort neben den Nachwuchsplattformen „Young Designer’s Corner“ und „New Design Forum“ erstmals der traditionsreiche Anlass „European Open für Facettierer“ statt (S. 6).

Im Teilbereich Gemworld Munich sind auch hochpreisige Farbedelsteine rennomierter Anbieter erhältlich.

Verkaufsgespräch am Stand des Perlenspezialisten Hesse im Fachhändlerbereich Gemworld Professional.

Nach der erfolgreichen Präsentation der „Juwelen der Wittelsbacher“ 2018 ist die Halle B6 dieses Jahr Austragungsort einer Sonderausstellung über „Juwelen versunkener Dynastien Europas“. Dort werden Exponate der Wettiner, Wittelsbacher, Habsburger und der Romanovs sowohl aus Museen wie auch aus privaten Sammlungen zu sehen sein.

Grosses Edelstein-Angebot

Von den insgesamt 1250 Ausstellern der Munich Show bieten 450 Edelsteine in roher oder geschliffener Form an – es ist das grösste Angebot dieser Art in Europa. Schmuckschaffende finden Produkte in allen Segmenten von der unteren Preislage bis hin zu hochwertigen geschliffenen Farbedelsteinen von langjährigen Anbietern wie Hermann Grimm, Karl Faller, Paul Wild oder Claudia Hamman. Nach einer fast achtjährigen Pause kehrt die Edelsteinschleiferei Ekkehard F. Schneider an die Gemworld Munich zurück.

Neben europäischen Anbietern haben zahlreiche internationale Händler aus allen wichtigen Gebieten des Edelstein-Abbaus ihre Teilnahme an der Herbstmesse zugesagt. Im Perlenbereich sind Namen wie Hesse GmbH oder CHQ vertreten. Weiter präsentieren vier Institute im Edelsteinbereich ihre Dienstleistungen: Die Deutsche Gemmologische Gesellschaft, das Edelstein-Prüf-Institut, das „Gemological Institute of America“ (GIA) sowie „The Gemmological Association of Great Britain“ (GEM-A). Das Deutsche Diamant Institut wird ebenfalls mit einem Stand vertreten sein.

Speziell für Fachbesucher

Die Gemworld Munich findet vom 25. bis 27. Oktober in der neuen Messe München statt. Der Freitag ist jeweils Fachbesuchertag, Samstag und Sonntag sind für das Publikum geöffnet. Für Lieferanten, die während der ganzen Messe nur Wiederverkäufer bedienen wollen, bietet die Messe wiederum den Sonderbereich „Gemworld Professional“ an, zu dem ausschliesslich registrierte Fachhändler Zutritt erhalten.

Tanja Wenger

www.gemworldmunich.com

Perlenspezialist seit 1989

Das Genfer Unternehmen Shanghai Gems ist 1989 von der Familie Tedeschi gegründet worden. Seit den Anfängen ist das Unternehmen auf den Perlenhandel spezialisiert und pflegt enge Beziehungen zu den Züchtern. In den letzten Jahren war Shanghai Gems hauptsächlich ausserhalb des Schweizer Marktes aktiv. Luciano Policicchio, der seit Anfang Jahr neuer Geschäftsführer ist, will künftig auch den Schweizer Markt direkt bedienen. Das Sortiment umfasst Zuchtperlen aller Art sowie erlesene Naturperlen aller Herkunft, nicht zuletzt auch Conch-Perlen. Darüber hinaus hat das Genfer Unternehmen die Perlenschmuck-Marke „Evidence-Genève“ lanciert. Alle Naturperlen von Shanghai Gems verfügen über ein Zertifikat des GGTL oder des SSEF.

Naturperlen-Lots „Queen Conchs“ (ab 2 mm aufwärts).

Lots de perles naturelles «Queen Conchs» (dès 2 mm).

L'amour des perles fines

La société genevoise Shanghai Gems a été fondée en 1989 par la famille Tedeschi. Depuis sa fondation la maison est spécialisée dans les perles et soigne d'étroites relations avec les producteurs de perles. Les dernières années Shanghai Gems travaillait principalement hors de Suisse. Depuis l'arrivée du nouveau directeur Luciano Policicchio elle s'occupe également du marché suisse. Shanghai Gems offre des perles de cultures et des perles fines très exclusives, notamment des perles de Conchs. En outre, elle a également lancer une nouvelle marque de bijoux perles «Evidence-Genève». Toutes les perles fines bénéficient d'un certificat du GGTL ou du SSEF.

www.shanghaigems.com

Spiel aus Licht und Lüster

Perlen von begeisternder Schönheit in einer zeitgemässen Lässigkeit: Dafür steht die Hesse GmbH aus Winterthur, die ihren Hauptsitz in Lippstadt, Deutschland hat. Perlen können niemals langweilig sein, denn zu vielseitig sind die Möglichkeiten, um schöne Schmuckdesigns zu gestalten. Gekrönt vom Spiel aus Licht und Lüster bieten die Variationen des Materials, der Farbe, Form und Grösse viel Freiheit für Kreativität und die Umsetzung von zündenden Ideen. Im Bereich Akoya-, Süsswasser-, Ming-, Tahiti- und Südsee-Perlen gibt es bei Hesse ein vielfältiges Angebot.

Hesse bietet Perlen in unzähligen Formen und Farben an. / Hesse propose des perles dans d'innombrables formes et couleurs.

Jeux de lumière et de brillance

Des perles d'une beauté envoûtante avec une nonchalance très actuelle: voilà ce que propose Hesse GmbH (Winterthour) dont le siège principal se trouve à Lippstadt en Allemagne. Les perles ne riment jamais avec ennui, puisqu'elles offrent des possibilités d'arrangement incroyablement variées. Grâce à leurs jeux de lumière et de brillance, leurs couleurs, leurs formes et leurs dimensions ainsi qu'aux variations du matériau, elles donnent une large marge de manœuvre créative aux artisans qui pourront concrétiser leurs idées les plus originales. Hesse propose une palette très variée de perles Akoya, Ming, d'eau douce, de Tahiti et des Mers du Sud.

www.hesse-co.com

Grimm
Hermann Grimm

Die Firma Hermann Grimm stellt sich in der Schweiz vor!

Das Familienunternehmen in der 6. Generation verarbeitet über 70 verschiedene Edelsteinarten.

Tansanit

Tansanit, ein junger Edelstein in feinster blauer Farbe.

In unserem Lager haben wir eine grosse Auswahl an Einzelsteinen und Paaren in gehobener bis Spitzenqualität.

Hermann Grimm KG
Richard-Wagner-Straße 16
55743 Idar-Oberstein, Deutschland

Telefon +49 6781 - 4 23 23
Fax +49 6781 - 4 76 34
info@h-grimm.com / www.h-grimm.com

Intergem: 3.-6. Oktober, Stand H1.106
Gemworld Professional: 25.-27. Oktober, Stand B6 550

Un partenaire local pour les pierres précieuses

La Maison Abouchar fête cette année ses 40 ans d'activité en tant que marchands de pierres précieuses. Leur bureau, situé au cœur de Genève, se met au service de l'ensemble de la profession helvétique et internationale en s'efforçant d'être réactif et compétitif tout en gardant une identité familiale.

Présence suisse et internationale

La société plurigénérationnelle suisse, forte de nombreux partenariats dans différents pays producteurs, est toujours très au fait des nouveautés et des différentes demandes à un niveau local et international. Elle participe notamment à des salons aux Etats-Unis, en Europe et en Asie.

Son directeur, Charles Abouchar, est actuellement président de la commission des pierres de couleurs à la CIBJO (Confédération Internationale pour la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie) et directeur suisse de l'ASNP (association suisse des négociants de pierres précieuses).

La Maison Abouchar taille des ronds calibrés à partir de 0.6 millimètres dans toutes les matières qui s'y prêtent bien. / Abouchar schleift runde kalibrierte Steine ab 0,6 mm in allen geeigneten Materialien.

Précieux service dans toute la Suisse

A une époque où le service au client final devient de plus en plus pointu et les délais de plus en plus restreints, c'est une arme incontestable que d'avoir un fournisseur local capable de vous confier des pierres en 24 heures. C'est d'ailleurs un service que la Maison Abouchar s'efforce d'assurer tout au long de l'année.

Il est également possible d'y obtenir des devis pour différents projets, en diamants et en pierres de couleurs, mais également de faire évaluer d'anciennes pierres.

Un échantillon des possibilités de couleurs en saphirs non-chauffés. / Eine Farbauswahl nicht-erhitzter Saphire.

Diversité

A travers le large choix de pierres que la Maison Abouchar propose, c'est l'occasion d'essayer quelque chose de nouveau. Elle travaille bien entendu avec le diamant, le rubis, le saphir et l'émeraude mais s'est aussi spécialisée dans les plus belles pierres fines comme le spinelle, le grenat, la tourmaline, l'aigue-marine et bien d'autres. *(réd.)*

www.aboucharsa.ch

Der lokale Edelstein-Partner

In diesem Jahr feiert das Unternehmen Abouchar sein 40-jähriges Jubiläum. Von seinem Hauptsitz in Genf bedient der Edelsteinhändler die gesamte schweizerische und internationale Fachbranche. An erster Stelle steht seit den Anfängen das Bestreben, reaktionsschnell und wettbewerbsfähig zu sein und gleichzeitig eine familiäre Identität zu wahren.

Schweizer und internationale Präsenz

Das Schweizer Mehrgenerationen-Unternehmen Abouchar verfügt über zahlreiche Partnerschaften in verschiedenen Produktionsländern. Es ist sich den neuen Entwicklungen und unterschiedlichen Anforderungen auf lokaler und internationaler Ebene fortlaufend bewusst und nimmt insbesondere auch an verschiedenen Messen in den USA, Europa und Asien teil.

Firmengründer und Geschäftsführer Charles Abouchar ist derzeit auch Präsident der Kommission für Farbsteine beim CIBJO (dem Internationalen Verband für Schmuck, Juwelen, Goldschmiedekunst) sowie Schweizer Geschäftsführer der ASNP (des Schweizerischen Verbandes der Edelsteinhändler).

Hochwertiger Service in der ganzen Schweiz

Wenn der Endkunden-Service immer anspruchsvoller wird und Termine und Fristen immer knapper ausfallen, ist es ein wichtiger Vorteil, seine Kunden als lokaler Lieferant innerhalb von 24 Stunden mit Edelsteinen beliefern zu können. Dies ist ein Service, den die Abouchar SA das ganze Jahr über anbietet.

Eine erlesene Farbstein-Auswahl zwischen 10 und 30 Carat, von oben links bis unten rechts: Tansanit, Spinell, Sphen, Rhodolit, Heliodor, Spinell, Tansanit, Indigolit. / Une incroyable sélection de pierres fines entre 10 et 30 carats, d'en haut à gauche à en bas à droite: Tanzanite, Spinelle, Sphene, Rhodolite, Heliodor, Spinelle, Tanzanite, Indigolite.

Selbstverständlich ist es jederzeit möglich, Angebote für verschiedene Projekte, sei es für Diamanten oder Farbsteine einzuholen, oder auch alte Edelsteine bewerten zu lassen.

Vielfalt

Durch die grosse Auswahl an Steinen, über die das Unternehmen Abouchar verfügt, bietet sich den Kunden immer wieder auch die Gelegenheit, etwas Neues auszuprobieren. Abouchar arbeitet mit Diamanten, Rubinen, Saphiren und Smaragden, hat sich aber genauso auch auf exquisite Farbsteine wie Spinell, Granat, Turmalin, Aquamarin und viele andere spezialisiert. *(red.)*

Korallen aus der Tiefsee

„Living Coral“ ist die Pantone-Farbe 2019 – eine Hommage an die Schönheit von Flora und Fauna, aber auch ein Hinweis auf die Verschmutzung der Meere und das Sterben der Korallenriffe. Edelkorallen, die für Schmuckzwecke verwendet werden, sind im Gegensatz zu den Riffkorallen derzeit nicht gefährdet, da sie in Tiefen von 300 bis 1000 Metern wachsen, wo die Ökokultur der Meere noch besser intakt ist. Der Abbau der Edelkoralle wird heutzutage streng kontrolliert, die Abbaumethoden sind umweltschonend und daher sehr teuer. Dies führte auch bei Korallenschmuck zu einem Preisanstieg. Eine grosse Auswahl an Schmuckstücken aus dem beliebten Material, sowie lose Cabochons und Stränge gibt es bei Korallenschmuck Barbara Goldmann in Zug.

www.koralle-schmuck.com

Der Korallenschmuck von Barbara Goldmann lässt jede Frau erstrahlen.

Coraux d’eau profonde

«Living Coral» est la couleur Pantone 2019: un hommage à la beauté de la flore et de la faune, mais aussi un rappel du problème de la pollution des mers et de la mort des récifs coralliens. Contrairement à ces récifs coralliens, les coraux rouges utilisés pour réaliser des bijoux ne sont actuellement pas menacés, car ils grandissent à des profondeurs de 300 m à 1000 m, où l’équilibre écologique des mers est encore intact. L’exploitation des coraux rouges est aujourd’hui strictement contrôlée. Les méthodes d’exploitation préservent l’environnement et sont par conséquent très coûteuses. Ceci entraîne également une augmentation des prix des bijoux en coraux. Korallenschmuck Barbara Goldmann à Zoug propose un grand choix de bijoux réalisés avec ce matériau si apprécié ainsi que des cabochons et des brins à l’unité.

La splendeur des bijoux en coraux de Barbara Goldmann.

Emotionale Welt der Edelsteine

Die Intergem in Idar-Oberstein präsentiert sich vom 3. bis 6. Oktober mit zahlreichen Neuerungen und einem erweiterten Rahmenprogramm. Dieses umfasst unter anderem Seminare in den Bereichen Verkauf und Coaching. Höhepunkt des Branchentreffens mit circa 120 Ausstellern und erwarteten 3500 Besuchern aus aller Welt, ist eine grosse Messeparty am Samstagabend auf Schloss Idar-Oberstein. Das Ziel sei, die Welt der Edelsteine noch stärker mit Emotionen aufzuladen als zuvor, so Messegeschäftsführer Kai-Uwe Hille.

www.intergem.de

L’univers émotionnel des pierres précieuses

Le salon Intergem qui se tiendra à Idar-Oberstein du 3 au 6 octobre propose de nombreuses nouveautés et un programme-cadre élargi, avec notamment des séminaires dans les domaines de la vente et du coaching. Le point culminant de ce rendez-vous de la branche rassemblant environ 120 exposants et 3500 visiteurs du monde entier est la grande fête du salon qui aura lieu le samedi soir dans le château d’Idar-Oberstein. Selon le directeur du salon Kai-Uwe Hille, l’objectif est de renforcer la dimension émotionnelle de l’univers des pierres précieuses.

Who

Die Zuger Polizei

führt eine Untersuchung gegen einen 28-jährigen Litauer. Dem Beschuldigten wird vorgeworfen, am 4. November 2014 am Raubüberfall auf die Bijouterie Rösselet in Zug beteiligt gewesen zu sein. Dabei soll er den Verkäufer mit einer Faustfeuerwaffe bedroht haben, während seine Komplizen Uhren im Wert von mehreren Hunderttausend Franken erbeuteten. Anschliessend liessen sie den Verkäufer gefesselt im Geschäft zurück. Im Januar 2017 wurde der Beschuldigte in Deutschland bei einem weiteren Raubüberfall auf frischer Tat ertappt und zu einer Haftstrafe von acht Jahren verurteilt. In der Folge kamen die Zuger Behörden auf dessen Spur und eröffneten ihrerseits ein Strafverfahren. Ende März wurde er zur Befragung nach Zug ausgeliefert, bevor er bis zur Gerichtsverhandlung vorläufig wieder nach Deutschland zurückgeführt wurde.

La police zougoise

mène une enquête sur un Lituanien de 28 ans. Il est reproché au suspect d'être impliqué dans le braquage de la bijouterie Rösselet à Zoug le 4 novembre 2014. Celui-ci aurait menacé le vendeur avec une arme de poing, pendant que ses complices subtilisaient des montres d'une valeur totale de plusieurs centaines de milliers de francs. Les voleurs auraient ensuite enchaîné et abandonné le vendeur dans la boutique. En janvier 2017, le suspect a été appréhendé lors d'un autre braquage en Allemagne et condamné à une peine d'emprisonnement de huit ans. Suite à ces événements, les autorités zougoises ont retrouvé sa trace et ont ouvert une procédure pénale de leur côté. Il a été livré à Zoug à la fin mars afin d'y être interrogé et a été renvoyé provisoirement en Allemagne jusqu'au procès.

Tele M1, Aarau,

strahlte am 7. Mai unter dem Titel „Bei Favre-Leuba gibt nun ein Inder den Takt an" einen dreiminütigen Beitrag zur Traditionsmarke Favre-Leuba aus. Die Marke mit Sitz in Solothurn gehört seit 2011 zur indischen Tata-Gruppe. Ende 2018 gab Thomas Morf die Geschäftsführung an den Inder Vijesh Rajan weiter. Rajan, der seinen Wohnsitz nach Solothurn verlegt hat, hatte im Filmbeitrag einen sympathischen Auftritt und verleiht der Marke ein authentisches Gesicht. Denkt man an vergleichbare Deutschschweizer Marken in fernöstlichen Händen, deren Entscheider phantomhaft im Hintergrund wirken, liegen hier Welten dazwischen.

Tele M1, Aarau,

a diffusé le 7 mai un reportage de trois minutes sur la marque de tradition Favre-Leuba intitulé «Bei Favre-Leuba gibt nun ein Inder den Takt an» («Un Indien donne désormais la cadence chez Favre-Leuba»). La marque, dont le siège se trouve à Soleure, fait partie du groupe indien Tata depuis 2011. À la fin 2018, Thomas Morf a cédé sa place à Vijesh Rajan à la tête de l'entreprise. Vijesh Rajan, dont le domicile est désormais à Soleure, est présenté sous son meilleur jour dans ce reportage et confère à la marque un visage authentique. Rien à voir avec certaines marques suisses alémaniques similaires en mains d'entreprises d'Extrême-Orient et dont les décideurs tirent les ficelles en arrière-plan, tels de véritables fantômes.

Ein Besuch im Mogoktal, Teil 1

Auf den Spuren meines Rubins

Martin Julier ist Leiter des Edelsteinlabors der Bucherer AG in Luzern. Von schönen Steinen kann der Gemmologe nie genug bekommen. So verbringt er auch seine Ferien oft in den Ländern, aus denen viele Farb- und Edelsteine stammen. Im Februar war er zum x-ten Mal in Burma und berichtet in zwei Teilen, wie es ihm ergangen ist.

Das neue Wahrzeichen von Mogok.

Obwohl in Burma der Tourismus und die Wirtschaft seit 2013 wesentlich mehr Spielraum bekommen haben, ist der Zugang zum legendären Mogoktal weiterhin keine Selbstverständlichkeit. Noch immer ist er für Ausländer in nicht vorhersehbaren Abständen und Zeiträumen verboten. Wenn dann wieder eine Phase der Öffnung da ist, benötigt man zusätzlich zum Touristenvisum eine Spezialbewilligung, die vor dem geplanten Besuch über lokale Agenten beantragt werden muss. Dazu kommt, dass man die berühmte Edelsteingegend nur in Begleitung eines autorisierten „Local Guides" bereisen darf.

Während meines Besuches der Hong Kong Jewellery & Gem Fair vor zwei Jahren, erfüllte ich mir mit dem Kauf eines Rubins aus dem Mogoktal einen lang gehegten Wunsch. Den edlen Stein entdeckte ich am bescheidenen Stand einer burmesischen Familie. Der Besitzer und seine Frau sprachen kein Englisch, aber die Tochter unterstützte die Beiden als Dolmetscherin. Während den mehrtägigen Preisverhandlungen erfuhr ich viel Wissenswertes über ihrer Mine und wurde eingeladen, diese zu besichtigen. Diese Chance, mit einer persönlichen Einladung des Minenbesitzers eine Rubinmine zu erkunden, wollte ich mir nicht entgehen lassen. Im vergangenen Jahr war die Gegend um Mogok zum Zeitpunkt meines Burma-Aufenthaltes für Ausländer leider gesperrt.

Verunsicherung der Besitzer

Kurz darauf, als ich im September die Messe in Hongkong besuchte, erfuhr ich, dass einschneidende Veränderungen bezüglich der Minentätigkeiten geplant seien. Dies machte mich neugierig. Im Gespräch mit burmesischen Edelsteinhändlern und Minenbesitzern bekam ich die überraschende Information, dass in Mogok bis Ende 2019 alle Minenlizenzen vom Staat annulliert werden und ab 2020 neue Regulierungen über die Vergabe der Bewilligungen eingeführt werden sollen. Grund dafür sei die Bekämpfung von Korruption. Dies hat viele Minenbetreiber verunsichert, da zum Zeitpunkt der Hongkong-Messe niemand wusste, wer in Zukunft welche Lizenzen zu welchen Bedingungen bekommen wird.

Da ich meine persönliche Einladung zur Besichtigung einer Rubinmine unbedingt wahrnehmen wollte, musste ich den Besuch noch vor Inkrafttreten der neuen Regulierungen

Ein Übersichtsplan der Rubinmine.

machen. Die spannenden Minenbesuche im Mogoktal sind nur sehr eingeschränkt möglich. Man braucht dazu eine persönliche Einladung oder eine spezielle Bewilligungen des Staates.

Anfang dieses Jahres wurde die Besuchersperre für Touristen wieder aufgehoben, worauf ich schnellstmöglich damit begann, die Reise zum Ursprung meines Rubins zu organisieren. Schon am 3. Februar traf ich in Mandalay ein um mich mit meinen lokalen Freunden und einem Reiseführer zu treffen. Tags darauf waren wir schon unterwegs nach Mogok, es war mein dritter Besuch in dieser faszinierenden Gegend. Die Strasse war zum grössten Teil noch genau so, wie ich sie bei meinem ersten Besuch vor sieben Jahren angetroffen habe. Eingangs Mogok wurden wir erwartet. Noch bevor wir im Hotel angekommen waren, begrüsste uns der Minenmanager persönlich und führte uns direkt zur Rubinmine.

Marmorstollen in der Rubinmine.

Eine Waschanlage.

Viel Marmorstaub

Ein teilweise bewaldeter Hügel mit mehreren Stollen und einer grossen Waschanlage präsentierte sich uns in einem offenen Tal. Der leuchtend weisse Marmorschutt, der an mehreren Stellen des Hügels abgelagert war, machte die Minentätigkeiten sichtbar. Einer der Hauptstollen war sogar mit kleinen Lastwagen befahrbar. Auf diesem gelangten wir bequem zu Fuss bis zu den unterirdischen Marmorsteinbrüchen. Weiss wie Schnee leuchteten die Felswände und widerspiegelten das Scheinwerferlicht. Sehr beeindruckt vom Höhlengewirr und dem Abbau mit Dynamit, Presslufthämmern und viel Handarbeit, verliessen wir nach einer Stunde die Mine wieder. Zurück am Tageslicht sahen wir aus, als hätten wir eine Bäckerei besucht: Viel weisser Marmorstaub, fein wie Mehl, hatte sich auf uns gelegt.

Von der Mine bis auf den Markt.

Rubinkristall in weissem Marmor.

Nach einer kühlen Erfrischung im Bürogebäude konnten wir noch die Waschanlagen besichtigen und einen Blick auf die kleine Tagesausbeute werfen. Wer sieht, wie selten grosse Rubinkristalle in Edelsteinqualität vorkommen und wieviel Arbeit und Aufwand nötig sind, bis der Edelstein im Schmuckstück gefasst ist, bekommt Ehrfurcht und begegnet den involvierten Menschen mit grossem Respekt. Das Tragen eines vollkommenen „Mine to Market“-Produktes wird damit wirklich zu etwas sehr Speziellem.

Martin Julier

Who

René Beyer, Zürich,

wurde von der Online-Seite „Persönlich.com“ Mitte Juni mit einem lesenswerten Interview bedacht. Befragt nach der Wichtigkeit chinesischer Kunden gibt Beyer an: „Die Schweizer Kundschaft ist immer noch unser wichtigster Markt. Wir sind ein Zürcher Traditionsunternehmen und setzen vor allem auf einheimische Kunden. (…) Selbstverständlich ist China für uns ein sehr wichtiger Markt, aber als Unternehmen unserer Grösse müssen wir von der Heimkundschaft leben können.“ Damit zu tun habe auch, dass es bereits heute Firmen gebe, die ihnen das Kontingent der Uhren, die sie an Chinesen verkaufen dürfen, vorschreiben. Wer sich nicht daran halte, bekomme von den Firmen weniger Exemplare. Auch bei seltenen Exemplaren ist Beyers Meinung deutlich: „Warum soll ich eine Uhr, bei der die Wartefrist drei bis vier Jahre beträgt, einem Chinesen verkaufen, wenn ich zuerst einen Schweizer Kunden glücklich machen kann?“ Und auch punkto Online ist seine Meinung deutlich. Obwohl er bei einzelnen Marken eine „Click and Collect“-Strategie fährt, sieht er vom reinen Onlinehandel ab: „Ich glaube, dass wir etwas falsch machen würden, wenn es uns an der Zürcher Bahnhofstrasse nicht mehr gelänge, das beste Einkaufserlebnis zu garantieren.“

René Beyer, Zurich,

a donné une interview très intéressante à la mi-juin sur le site «Persönlich.com». Interrogé sur l’importance des clients chinois, René Beyer déclare: «Les clients suisses sont toujours notre marché le plus important. Nous sommes une entreprise de tradition zurichoise et misons surtout sur les clients du pays. (…) La Chine est bien évidemment un marché très important, mais une entreprise de notre taille doit pouvoir vivre en s’adressant à la clientèle locale.» Il ajoute qu’il existe déjà aujourd’hui des entreprises qui déterminent le volume de montres autorisé à la vente à des clients chinois. Les vendeurs qui ne s’en tiennent pas à ces quotas reçoivent moins de modèles de ces entreprises. René Beyer a aussi une opinion claire sur les exemplaires plus rares: «Pourquoi devrais-je vendre une montre pour laquelle il y a un délai d’attente de trois à quatre ans à un client chinois, si je peux rendre d’abord un client suisse heureux?» Il est tout aussi sûr de lui au sujet du commerce en ligne. Bien qu’il suive une stratégie «click and collect» pour certaines marques, il ne s’approche pas beaucoup du pur commerce en ligne: «Je pense que nous ferions quelque chose de faux en ne réussissant pas à garantir la meilleure expérience d’achat à la Bahnhofstrasse de Zurich.»

Siber+Siber AG

Alle Rekorde gebrochen

Vom 18. bis 26. Mai fand im Mineraliengeschäft der Siber+Siber AG in Aathal/ZH die Sonderschau „Argyle Diamond Mine“ statt. Der traditionelle Anlass für die Stammkundschaft des Unternehmens widmete sich dieses Mal der australischen Diamantmine, die voraussichtlich nächstes Jahr ihren Betrieb einstellen wird.

Der Eingang zur Sondernschau.

Sie ist mit Abstand die wichtigste Quelle für rosafarbene Diamanten. Schnell war die Woche vorbei, das Thema schien einen Nerv zu treffen, denn die Ausstellung Argyle Diamond Mine wurde zu einem der erfolgreichsten Anlässe seit Firmenbestehen.

Eine Vielfalt von farbigen Diamanten gab es an der Ausstellung zu bewundern.

Besonders das Eröffnungswochenende brach sämtliche Rekorde. Grund dafür waren fast ausschliesslich die rosa Diamanten, obwohl auch zahlreiche erlesene Champagner-Diamanten von derselben Mine zum Angebot gehörten. Von den rosafarbenen Stücken waren die schönsten Rohsteine, die geschliffenen, losen Steine und die in Schmuckstücke verarbeiteten Diamanten nach zwei Tagen bereits verkauft.

Der nächste Anlass

Das Thema Diamant wurde durch einige spektakuläre Goldfunde und weitere Schmucksteine aus dem australischen Outback bereichert. Ruhe kehrt bei der Siber+Siber AG nach dieser Sonderschau nun aber nicht ein. Mit dem Besuch der Junimesse in Hongkong wurden bereits die ersten Weichen für den nächsten Kundenanlass im Oktober gestellt.

An den „Edelsteintagen“ werden die neusten Highlights, die in den vergangenen Monaten bei der Firma eingetroffen sind, vorgestellt. Sie finden vom 31. Oktober bis 3. November in Aathal und vom 6. bis 9. November in Zürich statt. *(pd)*

www.siber-siber.ch

Ein Blick in die Ausstellung „Argyle Diamond Mine“ während des Aufbaus.

KETTENVIELFALT

Wählen Sie aus insgesamt 12 Kettentypen in Gelb-/Rot-/Weissgold und Silber: Rundanker, Anker diamantiert, Anker Figaro Barock, Erbs, Fuchsschwanz, Kugel, Panda, Panzer diamantiert, Schlange, Venezianer diamantiert oder Inka und Zopf!

DAVANTAGE DE DIVERSITÉ

Choisissez parmi un total de 12 types de chaînes en or jaune/rouge/gris et argent: Forçat ronde, forçat diamantée, forçat figaro baroque, petit pois, colonne, boules, panda, gourmette diamantée, serpent, vénitienne diamantée ou inka et tresse!

GYR EDELMETALLE AG • POSTFACH 1348 • 6341 BAAR • SCHWEIZ
Telefon: +41 41 766 00 44 • Telefax: +41 41 766 00 55 • info@gyr.ch

OEKOGOLD®

Messing – die Kupferlegierung der Mossynoiken

Schon die Römer der Antike produzierten grössere Mengen Messing, ohne zu wissen, dass sie das noch nicht entdeckte Zink dem gut bekannten Kupfer zulegierten. Messing ist heute noch die wichtigste Kupferlegierung. Es ist unter anderem im Uhren- und Schmucksektor unentbehrlich, wird dann aber vernickelt, verchromt oder vergoldet.

Über die Herkunft des eigentümlichen Wortes „Messing“ gibt es mehrere Hypothesen; am wahrscheinlichsten ist, dass die Mossynoiken der Legierung ihren Namen gaben. Es handelt sich um ein Volk, das in prähistorischer Zeit an der Ostküste des Schwarzen Meeres und am Südabhang des Kaukasus angesiedelt war.

Die Mossynoiken schürften nachweislich schon im vierten vorchristlichen Jahrtausend Kupfererz, darunter auch Kupfer-Zink-Mischerz. Es fiel bald auf, dass man daraus einen dem unlegierten Kupfer deutlich überlegenen Werkstoff erhielt. Das Ursprungsland gab ihm logischerweise seinen Namen. Das englische “brass“ andererseits ist etymologisch leicht als Verballhornung von „bronze“ zu deuten, während das französische „laiton“ von „latun“ abgeleitet ist, dem arabischen Wort für Kupfer.

Messing wird gerne in Metallen für Blasinstrumente eingesetzt.

Gewissenlose Händler

In die Geschichte trat Messing mit dem griechischen Gelehrten Aristoteles (384-322 v.Chr.) ein. Zwei Jahrhunderte später ärgerte sich der römische Politiker, Redner und Schriftsteller Markus Tullius Cicero (106-43 v.Chr.) über gewissenlose Händler, die Messing anstelle von Gold verkauften. In den Schriften des Naturwissenschafters Plinius d.Ä. (23-79 n.Chr.) findet man genaue Anleitungen zur Herstellung von Messing.

Doch erst im zwölften Jahrhundert wurde klar, dass man Messing aus Kupfer gezielt durch Zugabe des Zinkcarbonat-Minerals Galmei erhalten konnte. Die wallonisch-belgische Stadt Dinand, in deren Nähe eine Galmei-Lagerstätte lag, entwickelte sich zum wichtigsten europäischen Zentrum des Messinghandwerks. Das benötigte Kupfer wurde aus Schweden und der Harzregion Deutschlands importiert. Der Metallurge Georg Agricola (1494-1555) nannte Zink „Conterfei“, weil man damit Messing herstellt, das in Bezug auf die Farbe niederkarätigem Gold gleicht.

Vielfältige Anwendungen

Im industriellen Massstab wurde Messing ab dem 17. Jahrhundert auch in Frankreich produziert und verarbeitet. Nach der Aufhebung der Toleranzedikte von Nantes flohen Tausende von Hugenotten in die protestantischen Teile Deutschlands und brachten die Messingtechnologie in die neue Heimat. Die wichtigsten Anwendungen des gegossenen Messings waren damals Leuchter, Beschläge, Mörser, Zapfhähne und Grabplatten. Aus getriebenem Messingblech fertigte man eine breite Palette von Haushaltgeräten wie Kessel, Bettpfannen, Schüsseln und Dosen.

Die heutigen Messingsorten bestehen aus Kupfer mit bis zu 40 Prozent Zink. Die Farbe der Legierung hängt stark vom Zinkgehalt ab. Messing mit nur 20 Prozent Zink ist rötlich-braun; mit steigendem Zinkgehalt wird die Legierung goldgelb, hellgelb, schliesslich weissgelb. Messing mit 30 Prozent Zink ist besonders gut plastisch formbar. Bei höherem Zinkgehalt muss die Legierung bei mindestens 600 Grad Celsius warm verformt werden.

Das spanabhebende Bearbeiten von Messing geht sehr glatt. Darum werden Prototypen neuer Maschinen und Geräte aller Art oft aus Messing gefertigt, fertig entwickelt und erst dann in den wesentlich anspruchsvolleren aber auch viel festeren Stahl oder Edelstahl umgesetzt. Der sogenannte Zerspanungsmessing oder Automatenmessing enthält knapp 39 Prozent Zink sowie 0,5 bis 3,5 Prozent Blei in der Form fein verteilter Partikeln, die als Spanbrecher wirken. Darum kann das Material mit hoher Geschwindigkeit verarbeitet werden, die Späne sind winzig klein. Auch Armaturenmessing für Sanitärinstallationen enthält zwei Prozent Blei. Aus Messing mit 37 Prozent Zink bestehen die Pins von Steckern für Elektrogeräte.

Messing für Blasinstrumente, Uhrwerke und Munition

Messingsorten mit über 67 Prozent Kupfer werden als Tombak bezeichnet. Aus dem Goldtombak mit 72 Prozent Kupfer werden Blasinstrumente gefertigt. Billiger Schmuck besteht aus sogenannten Talmigold, das heisst Messing mit Zusätzen von Zinn und Blei. Aus Messingblech mit 70 Prozent Kupfer werden durch Stanzen und Fräsen Zahnräder und Platinen für Uhrwerke produziert.

Um das unansehnliche Anlaufen an der Luft zu verhindern, werden Uhrenbestandteile vernickelt, vergoldet oder sogar rhodiniert. Aus einer Kupfer-Zinklegierung mit 70 Prozent Kupfer bestehen auch die Patronenhülsen von Gewehr- und Pistolenmunition. Die früher weit verbreiteten Uhrgehäuse aus vernickeltem und verchromtem Messing werden kaum noch produziert, denn sie können Nickelallergien auslösen.

Siliciumtombak mit vier Prozent Silicium weist eine hohe Festigkeit auf und wird für den Druckguss bevorzugt. Sondermessinge können auch Eisen, Nickel, Mangan und/oder Aluminium enthalten. Messing mit 40 Prozent Zink und zwei Prozent Aluminium wird als Lagermetall eingesetzt. Neusilber ist ein nickelhaltiges Messing.

Lucien F. Trueb

Phi (Φ) – der Goldene Schnitt

Wie π und e ist auch Φ = 1,61803… eine irrationale Zahl: Sie lässt sich nicht durch einen Bruch ganzer Zahlen darstellen und ist auch nicht die Lösung einer algebraischen Gleichung. Sie hat unendlich viele Dezimalstellen ohne Regelmässigkeit und Periodizität.

Man erhält Φ durch Teilung einer Strecke in zwei ungleiche Teile. Dabei muss das Verhältnis der Gesamtlänge zum längeren Teil auch dem Verhältnis des längeren zum kürzeren Teil entsprechen. Aus diesem Verhältnis ergibt sich, dass eine Gerade mit der Länge 1 durch die Teillängen 0,618 und 0,382 der Regel des Goldenen Schnitts folgt. Ein Rechteck mit diesen Abmessungen oder einem Vielfachen davon gilt als Goldenes Rechteck. Es gibt zahlreiche Verfahren, um Φ mit Zirkel und Lineal zu konstruieren. Besonders einfach geht es mit einem gleichschenkligen Dreieck, aus dessen Zentrum ein alle drei Eckpunkte berührender Kreis gezogen wird. Eine der Seiten des Dreiecks wird zweigeteilt; von diesem Punkt aus zieht man eine Gerade durch die Mitte einer der weiteren Seiten bis zum Kreis. Die so definierte Strecke besteht aus zwei Teillängen, die im Verhältnis des Goldenen Schnitts stehen.

Die Goldene Zahl Φ wurde vom klassisch-griechischen Mathematiker Euklid erwähnt, der im dritten vorchristlichen Jahrhundert im ägyptischen Alexandria lebte. Sein Hauptverdienst war die Darstellung des gesamten damaligen mathematischen Wissens auf einheitliche Weise und mit einer strengen Beweisführung. Es ist sehr wahrscheinlich, dass der Goldene Schnitt nicht von Euklid selbst, sondern bereits 300 Jahre vor seiner Lebenszeit entdeckt wurde. Vom Mittelalter an wurde der Goldene Schnitt in alle möglichen theologischen, philosophischen, physiologischen und ästhetischen Theorien integriert. Er fand damals schon bewusst Eingang in die Architektur. Eine als „schön“ empfundene Proportionierung sollte danach stets dem Goldenen Schnitt entsprechen. Allerdings konnten dabei kulturelle und subjektive Kriterien wie auch der jeweilige Kontext eine wichtige Rolle spielen.

Blattrosette von Aeonium tabuliforme, ein Dickblattgewächs das von den Kanarischen Inseln über Nordafrika bis nach Vorderasien verbreitet ist. Die konzentrisch angeordneten Blätter bilden eine spiralige Parkettierung, in der man den Goldenen Winkel und die Goldene Spirale findet. Diese Geometrie gewährleistet eine minimale Überdeckung und darum eine optimale Sonnenexposition.

Darwinsche Selektion

Die Empfindung des „Schönen“ kann durchaus rational begründet werden. Vermutlich wurde die Vorliebe des Menschen für bestimmte Proportionen und sein Vermögen, Muster aus kleinen Bruchstücken zu erkennen aus ganz trivialen Gründen genetisch verankert. Denn solche Eigenschaften hatten einen positiven Einfluss auf das Finden von Nahrung und den Jagderfolg unserer fernen Vorfahren und wurden darum nach Darwins Kriterien selektioniert. Es ging also ums Essen, wie fast immer bei der Selektion.

Wenn man lange genug sucht, findet man von antiken Bauwerken wie dem Athener Parthenon, den Plastiken von Phidias über die Mona Lisa von Leonardo da Vinci bis zu Picasso fast immer irgendwo mehr oder weniger genau das Verhältnis 1,6 : 1. Dasselbe gilt für Schreibpapier, Banknoten, Briefmarken sowie Fernseh- und Computerbildschirme. Man nennt dies selektive Perzeption. Durchaus real ist der Zusammenhang von Φ mit der vom italienischen Mathematiker Leonardo Fibonacci (1170-1240) gefundenen Zahlenfolge, die das Wachstum einer Kaninchenpopulation beschreibt. Jede Zahl in dieser Folge dividiert durch die vorhergehende Zahl ergibt bei grösser werdenden Zahlen eine immer besser werdende Näherung an Φ.

Magische Symbole

Im regelmässigen Fünfeck und im fünfzackigen Stern (Pentagramm), findet man das dem Goldenen Schnitt entsprechende Verhältnis gleich mehrmals. Aus diesem Grund wurden diese beiden Figuren schon im Mittelalter als magische Symbole betrachtet. Dasselbe gilt in der dritten Dimension für den Ikosaeder, den Platonischen Körper mit zwölf Flächen. Es gibt sogar einen Goldenen Winkel: Man erhält ihn durch Teilen des Umfangs eines Kreises in der Proportion des Goldenen Schnitts. Er beträgt 137,5 Grad. In Schmuckstücken und rechteckigen Uhren findet man den Goldenen Schnitt und den Goldenen Winkel relativ häufig.

Keineswegs zufällig ist der Goldene Winkel auch in der Pflanzenwelt weit verbreitet. Bei der wiederholten Drehung um diesen Winkel ergeben sich nämlich immer wieder neue Positionen, ohne Überdeckungen. Dies erklärt sich dadurch, dass Φ eine irrationale Zahl ist. Gibt es keine Überdeckungen, so erhalten dicht gepackte Blätter die höchstmögliche Besonnung. Dadurch wird die nur einen geringen Wirkungsgrad aufweisende Fotosynthese optimal genutzt, was der Pflanze einen signifikanten Überlebensvorteil bringt. Goldener Schnitt und Goldener Winkel wurden somit von der Natur nach streng Darwinistischen Kriterien zufällig gefunden und dann aufgrund ihres Nutzens selektioniert, sodass sie heute weit verbreitet sind.

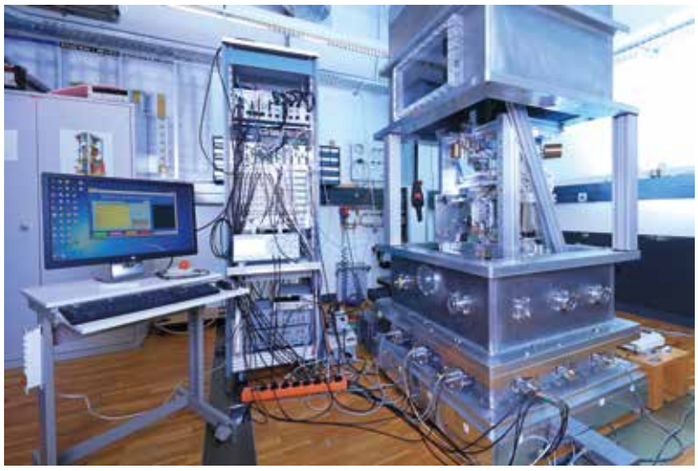
Teilt man ein beliebiges Goldenes Rechteck in ein Quadrat und ein kleineres Goldenes Rechteck, das wiederum in ein Quadrat und ein noch kleineres Goldenes Rechteck aufgeteilt wird und so weiter, so bilden die in den angrenzenden Quadraten eingezeichneten Viertelkreise die sogenannte Goldene Spirale, deren Radius sich alle 90 Grad um den Faktor Φ verkleinert. Diese Spirale ist in der Natur aus durchaus rationalen Gründen weit verbreitet, von den Blumenblüten bis zu den als Spiralnebel bezeichneten Galaxien. Dazu gehört auch unsere Milchstrasse.

Lucien F. Trueb

Das immaterielle Kilogramm

Aufgrund eines im November 2018 gefassten Beschlusses der Generalkonferenz für Mass und Gewicht in Paris, werden seit dem 20. Mai das Kilogramm und das damit verbundene Mol als letzte Basiseinheiten des metrischen Systems nur noch durch Naturkonstanten definiert. An die Stelle des sogenannten Urkilogramms treten die Avogadro-Konstante und das Plancksche Wirkungsquantum.

Am 1. August 1793 beschloss die französische Assemblée Nationale das metrische System einzuführen. Damit wurden für Länge, Masse und Zeit verbindliche, nationale Standards gesetzlich vorgeschrieben, verbunden mit einer vollständigen Dezimalisierung. Bis dann hatte in dieser Hinsicht totales Chaos geherrscht: Jede Region, jede grössere Stadt hatte ihre eigene Version der meist auf menschliche Gliedmassen bezogenen Grundeinheiten und ihrer Unterteilungen. So gab es im Frankreich des 18. Jahrhunderts etwa 25'000 verschiedene Grundeinheiten; in anderen europäischen Ländern verhielt es sich ähnlich. Für die Angabe der Länge einer Strecke galt fortan das Meter. Es wurde als zehnmillionsten Teil des Pariser Meridianquadranten definiert, das heisst, die Entfernung des Nordpols vom Äquator via Paris.



Watt-Waage vom Metas zur Definition des Kilogramms auf der Basis des Planck-Wirkungsquantums. Bild: Metas

Das Kilogramm wurde auf der Basis eines Kubikdezimeters Wasser bei 4 Grad Celsius und 760 Millimeter Quecksilbersäule definiert. Als Grundeinheit der Zeit galt die dezimale Sekunde, das heisst, der einhunderttausendste Teil des mittleren Sonnentags. Gegen die neuen Grundeinheiten gab es erbitterte Opposition, die Dezimalisierung des Kalenders und der Uhrzeit erwies sich sogar als absolut undurchsetzbar.

Messung der Pariser Meridianquadranten

Die Definition des Meters (vom griechischen *métron* für Länge) begann schon 1735, als die französische Akademie der Wissenschaften Expeditionen nach Lappland und Ecuador schickte, um durch Triangulation zwischen Orientierungspunkten auf genau bekannten Längengraden den Umfang der Erde zu messen. Aufgrund dieser Daten wurde eine provisorische Definition des Meters erarbeitet. Doch dann versandete das Projekt bis zum Dekret von 1793.

Nach der Revolution beschloss die Akademie, dass die Länge des Meters viel genauer als bisher bestimmt werden sollte. Dazu erhielten Pierre-François Méchain (1744-1805) und Jean-Baptiste Delambre (1749-1822) den Auftrag, den Pariser Meridian von Dünkirchen bis Barcelona zu vermessen. Das Unternehmen dauerte ganze sieben Jahre und stand immer wieder vor nicht voraussehbaren Schwierigkeiten. Als die Expedition endlich in Spanien ankam, befand sich dieses mit Frankreich im Kriegszustand (Erster Koalitionskrieg). Dennoch leisteten die beiden Astronomen bemerkenswert gute Arbeit. Dank GPS wissen wir heute, dass die Länge des Pariser Meridianquadranten nicht wie geplant 10'000 sondern 10'001,966 Kilometer beträgt – ein Fehler von knapp 0,02 Prozent.

Sieben Grundeinheiten

Naturwissenschaften und Technik brauchen heute nicht nur drei, sondern sieben Grundeinheiten: Meter (m für die Länge), Kilogramm (kg für die Masse), Sekunde (s für die Zeit), Ampere (A für die Stromstärke), Kelvin (K für die absolute Temperatur), Mol (mol für die Stoffmenge bei chemischen Reaktionen) und Candela (cd für die Lichtstärke). Fast alle diese Einheiten wurden im Lauf der letzten Jahrzehnte auf der Basis universell gültiger Naturkonstanten neu definiert und so von materiellen Standards vollständig entkoppelt. Nur das Kilogramm (und indirekt das damit verbundene Mol) war bis am 20. Mai weiterhin durch einen materiellen Körper definiert. Dieses in Sèvres bei Paris aufbewahrte Urkilogramm ist ein 39 Millimeter hoher Zylinder mit einem Durchmesser von ebenfalls 39 Millimeter aus einer korrosions- und kratzfesten Platinlegierung mit 10 Prozent Iridium.

Der periodisch durchgeführte Vergleich mit den nationalen Kopien ergab, dass das Urkilogramm im Lauf von 100 Jahren um 50 Mikrogramm leichter wurde. Nicht zuletzt wegen dieser Unsicherheit wurde beschlossen, auch das Kilogramm und das damit zusammenhängende Mol anhand von Naturkonstanten festzulegen. Beim Mol wäre dies die Avogadro-Konstante N_A, beim Kilogramm das Plancksche Wirkungsquantum *h*. Ganz eindeutig wird das Kilogramm durch die *molare* Planck-Konstante $h \cdot N_A$ definiert.

Siliciumkugel und Watt-Waage

Zur Neudefinition des Kilogramms wurden ab Beginn dieses Jahrzehnts zwei sehr kostspielige, sich gegenseitig ergänzende Experimente durchgeführt. Einerseits das Avogadro-Projekt, das die Herstellung und Charakterisierung von hochgenauen, monokristallinen Kugeln aus nahezu isotopenreinem Silicium-28 (99,994% ^{28}Si) mit einem Durchmesser von 93,7 Millimeter zum Ziel hatte. Die Abweichungen lagen bei 30 Nanometer bei einer Unsicherheit von weniger als 1 Nanometer.

Beim Avogadro-Projekt war die Physikalisch-Technische Bundesanstalt PTB in Braunschweig federführend, sie arbeitete mit acht weiteren metrologischen Instituten zusammen. Aufgrund äusserst präziser, interferometrischer Messungen der Kugelabmessungen und der durch Röntgenbeugung bestimmten Grösse der Elementarzelle des Siliciums, konnte die Zahl der Atome in der Kugel ermittelt und daraus die Avogadro-Konstante abgeleitet werden.

Zur Messung der Planckschen Konstante h, die in Kilogramm mal Quadratmeter pro Sekunde (kg m^2 s^{-1}) ausgedrückt wird, liessen die zuständigen metrologischen Behörden mehrere Watt-Waagen bauen, unter anderem am Schweizerischen Institut für Metrologie Metas. Die Watt-Waage liefert aufgrund zweistufiger Experimente mit einer Wägung und einer Bewegung exakt messbare elektrische Parameter. Mit dem Abschluss beider Projekte – die tolerierten Fehlergrenzen waren schon im Juni 2018 deutlich unterboten worden – bedarf nun auch das Kilogramm keiner materiellen Basis mehr: Es ist fast paradoxerweise immateriell geworden.

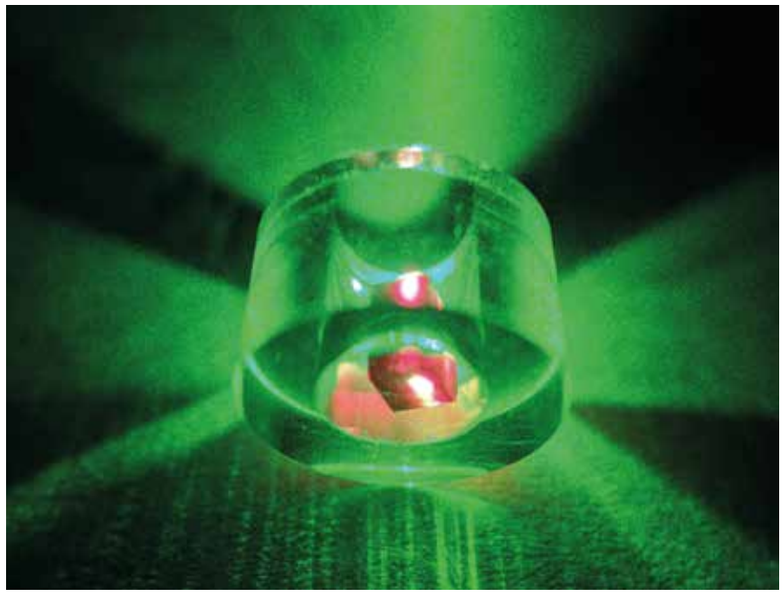
Lucien F. Trueb

Fortschritt in der Masertechnik

Weil er im Gegensatz zum Laser nur hochspezialisierte Anwendungen hat, ist der Maser etwas in Vergessenheit geraten. Dabei waren ihm die ersten Atomuhren sowie enorme Fortschritte in der Mikrowellen-Kommunikation zu verdanken. Dank stickstoffhaltigen, synthetischen Diamanten können Maser nun bei Raumtemperatur kontinuierlich betrieben werden.

„Maser“ ist die Abkürzung für „Microwave Amplification by Stimulated Emission of Radiation”. Er wurde 1951 vom amerikanischen Physiker Charles M. Townes erfunden, der dafür 1964 den Nobelpreis erhielt. Maser werden vor allem als rauscharme Verstärker und als Strahlungsquellen für den Mikrowellenbereich eingesetzt. Der erste Maser verwendete als aktive Substanz das Ammoniakmolekül (NH_3), das man sich als Pyramide oder Tetraeder vorstellen kann. An den Ecken der dreieckigen Grundfläche befindet sich je ein Wasserstoffatom, während die Spitze der Pyramide vom Stickstoffatom besetzt ist. Wird dieses auf seine Resonanzfrequenz angeregt, so kann es durch die Grundfläche hindurch schwingen. Die Pyramide kehrt sich immer wieder um, und zwar 23,87 Milliarden Mal pro Sekunde.

Diese Schwingungsfrequenz ist äusserst stabil und wird durch externe Faktoren kaum beeinflusst. Normalerweise ist immer ein Teil der Ammoniakmoleküle angeregt, während sich der Rest im Grundzustand befindet. Schickt man einen Strahl von Ammoniakmolekülen durch ein elektrisches Feld, so kann man die angeregten Moleküle von denjenigen im Grundzustand abtrennen. Die angeregten Ammoniakmoleküle werden in einen Hohlraumresonator geleitet, dessen Abmessungen auf die Maserwellenlänge abgestimmt sind. Den ursprünglichen Zweck des Masers, die Verstärkung von Mikrowellen, erzielt man durch Einspeisen des zu verstärkenden Signals in den Hohlraumresonator. Damit stimuliert man die angeregten Moleküle dazu, in den Grundzustand zurückzufallen, unter Emission der entsprechenden Mikrowellenstrahlung. Ihre Frequenz entspricht genau dem eingespeisten Signal, doch ist die Intensität ist viel höher.



Ein mit grünem Laserlicht angeregter, stickstoffhaltiger Diamant emittiert in einem starken Magnetfeld kontinuierlich Mikrowellen, auch ohne Kühlung. Bild: Jonathan Breeze

Ammoniak-Uhren

Um die sehr scharf definierte und kohärente 23,87-GHz-Strahlung des Ammoniak-Masers für die Zeitmessung zu nutzen, speist man in den Hohlraum auf konventionelle Weise erzeugte und nicht sehr frequenzstabile Mikrowellen mit der Frequenz von 23,87 GHz ein. Man erhält ein Absorptionsmaximum bei der scharfen Anregungsfrequenz des Ammoniakmoleküls: Auf diesen Wert wird der quarzgesteuerte elektronische Oszillator ständig nachgeregelt und stabilisiert.

Im Lauf der 1950er Jahre wurden vielerorts Ammoniakuhren in Betrieb genommen, unter anderem am Neuenburger Uhrenforschungslaboratorium (LSRH). Damit konnte man Quarzgrossuhren stabilisieren und so ihre Präzision wesentlich verbessern. Konkurrenz erhielt der Ammoniakmaser vom Wasserstoffmaser, der 1960 von Norman Ramsey (Nobelpreis 1989) an der Harvard-Universität entwickelt wurde.

Dank seiner extremen Langzeitstabilität ist der Wasserstoffmaser heute noch für die Radioastronomie von zentraler Bedeutung. Auch beim Satellitennavigationssystem Galileo (das europäische Pendant des amerikanischen GPS) werden Wasserstoffmaser an Bord der Satelliten wie auch an den Bodenstationen eingesetzt. Diese Anwendungen sind zwar wichtig, aber doch sehr spezialisiert und darum wenig bekannt.

Anorganische Festkörpermaser

Nach ersten Erfolgen im Bereich der Gasmaser, verlagerte sich die Forschung auf die einfacheren Festkörpermaser. Allerdings müssen sie auf die Temperatur des kostspieligen, flüssigen Heliums gekühlt werden, um einen rauscharmen und kontinuierlichen Betrieb zu gewährleisten. Besonders spektakulär war der Einsatz von Rubinmasern zum Empfang der Signale der beiden Voyager-Raumsonden. Sie übermittelten zwischen 1977 und 1989 hochauflösende Bilder der Planeten Jupiter, Saturn, Uranus und Neptun. Voyager 2 ist übrigens heute noch aktiv und hat sich bis auf 17 Milliarden Kilometer von der Erde entfernt; seine Signale werden dank Maserverstärkung weiterhin empfangen.

Die mit konventionellen Bausteinen erzielten Fortschritte in der Mikrowellentechnik machten aber den Festkörpermaser zunehmend obsolet. Dies könnte sich nun durch einen selbst bei Raumtemperatur rauscharm und kontinuierlich arbeitenden Maser ändern. Er wurde an der Universität des Saarlandes in Zusammenarbeit mit britischen Wissenschaftlern in London entwickelt. Sein Herzstück ist ein synthetischer Diamant der eine genau dosierte Menge Stickstoffatome enthält. Aufgrund der unterschiedlichen Grösse der Kohlenstoff- und Stickstoffatome bleibt neben jedem Stickstoffatom eine Leerstelle. Die Kombination Stickstoffatom-Leerstelle wird als NV-Zentrum bezeichnet; sie verleiht dem Diamanten eine violette Farbe.

Um den Masereffekt auszulösen muss ein solcher Diamant in einen Kupfer-Hohlraum eingebaut und in ein starkes Magnetfeld gebracht werden. Mikrowellen entstehen, wenn er mit grünem Laserlicht bestrahlt wird, das die NV-Zentren anregt. Ein solcher Maser wurde im Laboratorium zehn Stunden lang ununterbrochen in Betrieb gehalten, ohne dass er sich ungebührlich erhitzte. Dies ist der hohen Wärmeleitfähigkeit von Diamant zu verdanken. Praktische Anwendungen sind in der Medizin, Kommunikationstechnik, Sensorik und Quantentechnologie absehbar.

Lucien F. Trueb

Quelle: D. Breeze et al., Nature 555, 493 (2018)

Who

Degussa Goldhandel GmbH, München (D),

hat sich Anfang März in aller Heimlichkeit von seinem Geschäftsführer Wolfgang Wrzesniok-Rossbach getrennt. Degussa kommentierte, dass man die Trennung bedauere, wobei sich Wrzesniok-Rossback neuen Aufgaben ausserhalb des Unternehmens widmen wolle. Wie die Handelszeitung mit Bezug auf verschiedene Branchenkenner schreibt, seien aber sicher auch wirtschaftliche Gründe für die Trennung verantwortlich. So habe man zwischen 2012 und 2016 den Umsatz zwar von 0,5 auf 1,6 Milliarden Euro verdreifacht, gleichzeitig seien aber auch die Kosten proportional angestiegen, was wiederholt Jahresfehlbeträge nach sich zog. Degussa-Inhaber August von Finck junior, der das Unternehmen 2010 für rund zwei Milliarden Euro übernommen hatte, habe in den letzten Jahren zudem wiederholt Millionenbeträge investiert, die Rede ist von knapp 17 Millionen Euro. Aktuell wird Degussa von bisherigen Mitgliedern der Geschäftsleitung geführt, namentlich von Arnd Gollan, Werner Schätzler, Raphael Scherer und Markus Weiss.

Degussa Goldhandel GmbH, Munich (D)

s'est très discrètement séparé de son directeur Wolfgang Wrzesniok-Rossbach au début du mois de mars. La société a déclaré qu'elle regrettait ce départ et que Wolfgang Wrzesniok-Rossbach souhaitait se consacrer à de nouvelles activités à l'extérieur de l'entreprise. Selon la Handelszeitung qui a consulté différents experts de la branche à ce sujet, il est très vraisemblable que cette séparation ait aussi des causes économiques. Entre 2012 et 2016, le chiffre d'affaires de la société aurait triplé, passant de 0,5 à 1,6 milliard d'euros, mais ses frais auraient connu une augmentation proportionnelle, entraînant ainsi à nouveau des déficits annuels. August von Finck junior, le propriétaire de la société qui l'avait rachetée en 2010 pour près de deux milliards d'euros, y aurait par ailleurs à nouveau investi plusieurs millions ces dernières années. Le total s'élèverait même à près de 17 millions d'euros. Aujourd'hui, la société Degussa est dirigée par les membres de la direction en poste, à savoir Arnd Gollan, Werner Schätzler, Raphael Scherer et Markus Weiss.

Das Strafgericht, Renens,

hat am 7. Mai drei Täter serbischer Herkunft zu Haftstrafen von sechs, fünfeinhalb sowie drei Jahren verurteilt. Die Angeklagten hatten im September 2017 die Bijouterie Schaller in Montreux ausgeraubt und waren dabei mit einer Millionenbeute im Gepäck an Ort und Stelle gestellt und verhaftet worden. Ungeklärt blieb die Frage, ob die Täter in Verbindung mit der Verbrechergruppe „Pink Panther" stehen oder auf eigene Faust aktiv gewesen sind.

Le tribunal de Renens

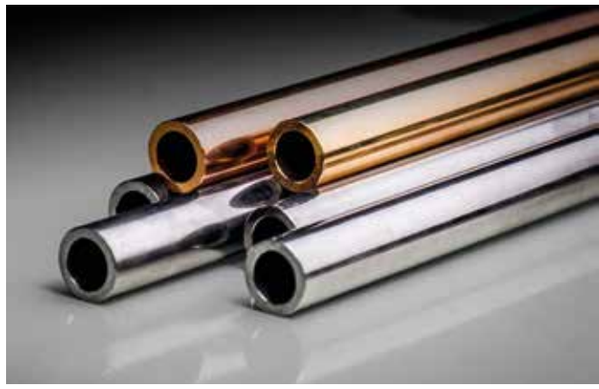
a condamné le 7 mai trois criminels d'origine serbe à des peines d'emprisonnement de six ans, cinq ans et demi et trois ans. Les accusés avaient dévalisé la Bijouterie Schaller à Montreux au mois de septembre 2017. Ils avaient été surpris et appréhendés sur place avec un butin de plusieurs millions dans leurs sacs. Une question reste cependant en suspens, à savoir si ces malfaiteurs ont un lien avec le groupe criminel «Pink Panther» ou s'ils ont agi de manière indépendante.

Gyr Edelmetalle AG

Geschäftsjahr war zufriedenstellend

Die Gyr Edelmetalle AG kann auf ein ausgewogenes Geschäftsjahr zurückblicken. Das Resultat hat sich als besser erwiesen, als im Voraus angenommen.

Im per Ende März abgeschlossenen Geschäftsjahr konnte die Gyr Edelmetalle AG einen Anstieg der Bruttoerträge von 5,3 auf 5,8 Millionen Schweizer Franken verzeichnen, was dem Bruttoertrag vor zwei Jahren entspricht. Die Anzahl Auftragspositionen stieg um 1,3 Prozent auf 42'688. Das leichte Wachstum wurde wesentlich durch die Einführung des Alliance-Ring-Programms, positive Veränderungen in der Kundenstruktur und den Anstieg bei den Ring-Rohling-Lieferungen beeinflusst. Andere Bereiche waren hingegen rückläufig.



Goldrohre für die Ringproduktion.

Die Anzahl gelieferter Halbzeug-Artikel stieg marginal um ein Prozent auf 39'339. Dies ergab einen Bruttoertrag von 2,15 Millionen Franken. Im Vorjahr waren es 2,08 Millionen. Der Anstieg der Rechnungsbeträge ist bei konstanten Halbzeugerträgen (+ 0,8%) und schwachen Guss-Abrechnungen (-7,1%) auf das starke Wachstum bei den individuellen Ringrohling-Bestellungen zurückzuführen.

Stagnierende Recycling- und Handelserträge

Trotz geringerer Scheidgutmenge konnte der daraus erzielte Bruttoertrag in etwa auf dem Vorjahresniveau von 0,6 Millionen Franken gehalten werden. Der aus dem An- und Verkauf der Edelmetalle resultierende Bruttoertrag erlebte eine leichte Steigerung auf 1,26 gegenüber 1,18 Millionen Franken.

Im vergangenen Geschäftsjahr investierte die Gyr Edelmetalle AG fast vier Millionen Franken in den Aufbau des Alliance-Ring-Programmes, das im laufenden Jahr auf 279 Modelle ausgebaut wird. Daraus resultierten in den letzten fünf Monaten erste Verkaufserfolge, die einen zusätzlichen Bruttoertrag von 0,15 Millionen Franken generierten. Die Firma hofft, dass sie den Ertrag aus diesem Bereich in den nächsten Jahren sukzessiv steigern und das Programm längerfristig unter dem Label „Swiss Jewels" im Ausland verkaufen kann.

Aussichten für das kommende Jahr

Die Gyr Edelmetalle AG verfügt über eine solide Bilanz und Ertragslage. Dank dieser Konstellation und den substanziellen Eigenmitteln geniesst das Unternehmen bei der Aargauer Kantonalbank einen hohen Kreditrahmen, was ihm ermöglicht, allen Verpflichtungen sofort nachzukommen.

Obwohl die Geschäftsleitung für das vergangene Geschäftsjahr wenig optimistisch war und dieses besser abgeschnitten hat als zuvor angenommen, hoffen die Verantwortlichen, das erreichte Niveau der Bruttoerträge im angelaufenen Jahr halten zu können. Die altersbedingten Schliessungen von Bijouterien und Goldschmiede-Ateliers werden sich in den nächsten Jahren weiter verschärfen. Mit den ab Lager lieferbaren Alliance-Ringen hofft die Gyr Edelmetalle AG, durch Verkäufe im In- und Ausland, einen Teil des Rückgangs abzufedern. Die getätigten Investitionen in die Infrastruktur, die Produktion in Keltern und das Marketing sollten bald Früchte tragen. Die Ringe sollen nicht nur dem Unternehmen allein dienen, sondern auch seinen Kunden zu neuem Absatz verhelfen. *(jcg)*

Gyr Métaux Précieux SA

Un exercice satisfaisant

Gyr Métaux Précieux SA a connu un exercice équilibré, avec un résultat supérieur aux prévisions.

Durant l'exercice clôturé à la fin mars, Gyr Métaux Précieux SA a pu enregistrer une augmentation des revenus bruts de 5,3 à 5,8 millions de francs suisses et retrouver ainsi le niveau atteint deux ans auparavant. Le nombre de commandes a affiché une croissance de 1,3 pour cent à 42'688. Cette légère amélioration a essentiellement été alimentée par le lancement de la gamme d'alliances de la marque, les modifications positives de sa structure de clients et l'augmentation de ses livraisons d'ébauches de bagues. Les autres segments ont cependant connu une évolution négative.

Les livraisons de produits semi-finis ont augmenté de manière marginale d'un pour cent à 39'339, pour atteindre des revenus bruts de 2,15 millions de francs. Ce montant était de 2,08 millions l'année précédente. La croissance des sommes facturées est due à l'augmentation importante des commandes individuelles d'ébauches de bagues, alors que les revenus des produits semi-finis restaient constants (+ 0,8%) et les factures des moules reculaient (-7,1%).

Stagnation du recyclage et du commerce

Malgré un volume moindre de métaux précieux de récupération, les revenus bruts réalisés dans ce segment se sont maintenus au niveau de l'année précédente, soit 0,6 million de francs. Les revenus bruts résultant de l'acquisition et de la vente de métaux précieux ont connu une légère croissance à 1,26 million de francs, contre 1,18 million de francs l'année précédente.

Durant cet exercice, Gyr Métaux Précieux SA a investi près de quatre millions de francs dans le développement de sa gamme d'alliances qui comptera cette année 279 modèles. Ce développement a connu le succès durant les cinq derniers mois puisque les ventes ainsi réalisées ont généré des revenus bruts supplémentaires à hauteur de 0,15 million de francs. L'entreprise espère que les revenus enregistrés dans ce segment augmenteront aux cours des années à venir et qu'elle pourra commercialiser la gamme à l'étranger sous le label «Swiss Jewels» à long terme.

Perspectives pour l'année à venir

Gyr Métaux Précieux SA peut compter sur un bilan et un résultat solides. Grâce à cette situation et ses moyens propres substantiels, l'entreprise bénéficie d'une ligne de crédits confortable auprès de la banque cantonale d'Argovie et peut ainsi répondre immédiatement à toutes ses obligations.

Bien que la direction se soit montrée moins optimiste pour l'exercice précédent et que ce dernier se soit révélé meilleur que prévu, les responsables espèrent maintenir le niveau des revenus bruts atteint durant l'année écoulée. Les fermetures des bijouteries et des ateliers d'orfèvres pour cause de départ à la retraite devraient continuer à augmenter ces prochaines années. Avec ses alliances livrables du stock, Gyr Métaux Précieux SA espère freiner une partie du recul attendu grâce à des ventes en Suisse et à l'étranger. Les investissements réalisés dans l'infrastructure, la production à Keltern et le marketing devraient bientôt porter leurs fruits. Ces alliances ne devraient pas seulement servir à l'entreprise, mais aussi permettre à ses clients de réaliser des ventes supplémentaires. *(jcg)*

www.gyr.ch

Who

Chronext, Zug,
hat sein Umsatzziel 2018 deutlich verpasst, so das Onlineportal „deutsche-startups.de“. Statt der anvisierten 75 Millionen Euro, waren es am Ende etwa 55 bis 60 Millionen. Aus diesem Grund sei der Onlineuhrenhändler wieder auf der Suche nach 20 bis 25 Millionen Euro. Noch Mitte 2017 hatte Chronext sogar von einer Verdopplung des Umsatzes als Ziel für 2018 geredet. Das wären zum damaligen Stand etwa 90 bis 100 Millionen Euro gewesen. Auch bei Chronext wachsen die Bäume derzeit nicht in den Himmel. Man darf gespannt sein, wohin deren weitere Reise geht.

Chronext, Zoug,
est clairement passé à côté de ses prévisions de chiffre d’affaires pour 2018 selon le portail en ligne «deutsche-startups.de». Au lieu des 75 millions d’euros prévus, l’entreprise a dû se contenter de 55 à 60 millions d’euros. Le commerçant de montres en ligne souhaite par conséquent retrouver 20 à 25 millions d’euros. À la mi-2017, Chronext avait même parlé de doubler son chiffre d’affaires pour 2018. Cela représentait à l’époque entre 90 et 100 millions d’euros. On n’atteint pas vraiment des sommets à l’heure actuelle chez Chronext. Reste à savoir vers quelles eaux l’entreprise voguera.

Apple, Cupertino (USA),
publizierte Ende April für das erste Quartal 2019 einen Umsatzrückgang um fünf Prozent auf 58 Milliarden US-Dollar (gegenüber dem 1. Quartal 2018). Damit lag das kalifornische IT-Unternehmen aber dennoch 5,5 Prozent über dem im Vorfeld prognostizierten Quartalsumsatz von 55 Millionen. Umsatzrückgänge waren vor allem bei iPhones und Mac-Computern zu verzeichnen, während es bei iPads, Apple Watches sowie Online-Dienstleistungen zu Umsatzzuwächsen gekommen sei. Im Segment „Wearables, Home and Accessoires“ kommunizierte Apple für das erste Quartal eine Umsatzsteigerung von 3,94 auf 5,12 Milliarden US-Dollar (bzw. um 30%). Dieses massive Wachstum ist einerseits auf die Lancierung neuer „Airpods“ (Kopfhörer) zurückzuführen, andererseits zeigten auch die Verkäufe der Apple Watch nach oben. So sei das erste Quartal 2019 das bislang beste „Nicht-Feiertags“-Quartal für die Apple-Uhr gewesen.

Apple, Cupertino (USA)
a annoncé à la fin avril un recul de son chiffre d’affaires lors du premier trimestre 2019 de cinq pour cent à 58 milliards de dollars (par rapport au premier trimestre 2018). L’entreprise californienne réalise ainsi malgré tout une performance supérieure de 5,5 pour cent aux prévisions trimestrielles qui s’élevaient à 55 milliards. Les chiffres d’affaires ont surtout reculé dans le segment des iPhone et des ordinateurs, alors que les chiffres d’affaires des iPad, des Apple Watch et des services en ligne ont enregistré des augmentations. Dans le segment «Wearables, Home and Accessories», Apple a annoncé une augmentation du chiffre d’affaires de 3,94 à 5,12 milliards de dollars pour le premier trimestre (soit 30%). Cette croissance importante s’explique d’un côté par le lancement des nouveaux AirPods (écouteurs) et de l’autre, par les meilleures ventes d’Apple Watch. Ainsi, le premier trimestre 2019 s’est révélé être le meilleur trimestre «sans fêtes» pour la montre d’Apple.

Serie Mein Stil: Muriel Mangold

„Veränderungen inspirieren mich“

Die Vorbereitungsarbeiten für die Ornaris in Bern laufen auf Hochtouren. Das heisst, dass auch Muriel Mangold momentan alle Hände voll zu tun hat. Sie ist nämlich seit Mai 2018 als Bereichsleiterin Fachmessen – Interior & Design bei der Bernexpo AG für die Weiterentwicklung und den reibungslosen Ablauf der Ornaris zuständig.

Stil
Mein Outfit muss modisch sein. Die Materialien und das Design müssen gute Qualität aufweisen. Ich verzichte lieber einmal auf ein Stück und gebe dafür für ein anderes, das ich länger tragen werde, mehr Geld aus. Zwischendurch ziehe ich mich auch ganz gerne mal auffällig an. Ich liebe kräftige Farben. Abwechslung ist mir wichtig. Ich würde auch gewisse Bereiche in unsere Wohnung am liebsten jedes Jahr frisch einrichten. Veränderungen inspirieren mich, halten mich beweglich und innovativ.

Lieblingsstück
Das ist mein Ehering in Roségold, den ich seit 2013 trage. Dabei spielt der emotionale Wert die Hauptrolle. Mir gefällt die Schlichtheit meines Rings und dass er sich mit anderen Ringen wunderbar kombinieren lässt.

Ein Must-have
Ich könnte nie auf ein schönes Zuhause verzichten. Bei uns steht der über 20-jährige Esstisch im Zentrum des Familienlebens und der Pflege unseres Freundeskreises. Wenn der Tisch reden könnte, hätte er unzählige schöne Geschichten zu erzählen. Auch Blumen sind für mich ein Must-have. Ich kaufe mir jede Woche einen schönen Strauss und erfreue mich immer daran, wenn ich nach Hause komme und als erstes den Tisch mit den Blumen sehe.

Reisen
Ich bin viel gereist, habe auch schon im Ausland gelebt und liebe es, in fremden Ländern andere Kulturen, Sprachen, die Architektur, die Kunst oder exotische Gerichte entdecken zu dürfen. Ich muss jedoch nicht immer weit weg gehen. Unser Land bietet so viel Schönes. Seit ein paar Jahren wohne ich in Basel. Besonders gerne gehe ich in meine alte Heimat, nach Biel. Ich liebe das Dreiseenland mit der Sprachgrenze und der üppigen Natur. Alles ist klein und überschaubar. Zudem leben meine Familie und einige Freunde noch dort.

Leidenschaft
Ich bin gerne kreativ und liebe es, neue Ideen zu entwickeln und umzusetzen. Dafür braucht es aber immer ein gutes Team im Rücken, was ich in meinem jetzigen Job absolut habe. Er erfüllt mich sehr. Dabei ist der Austausch mit meinen Mitarbeitenden, Kunden und Spezialisten immer sehr bereichernd und von gegenseitiger Offenheit und Transparenz geprägt. *(db)*

DIAMONDGROUP
FINE JEWELRY

MIT EINEM **UNKOMPLIZIERTEN** EINTRITT INS **ONLINEGESCHÄFT** MÖCHTEN WIR IHNEN DEN **VERKAUF** UNSERER EDLEN SCHMUCKSTÜCKE **ERLEICHTERN.**

B2B | SHOP

IHRE VORTEILE DER B2B E-COMMERCE PLATTFORM FÜR GESCHÄFTSKUNDEN ONLINE. B2B STEHT FÜR ALLE PARTNERJUWELIERE DER DIAMONDGROUP ZUR VERFÜGUNG, MELDEN SIE SICH UNTER **SHOP.DIAMONDGROUP.DE** AN.

w w w . d i a m o n d g r o u p . d e
DiamondGroup GmbH · Kastorbachstraße 14 · 56330 Kobern-Gondorf · Telefon: +49 26 07 97 37 80 · info@diamondgroup.de

ZIGERLI + IFF

Zeit für Emotionen

PATEK PHILIPPE GENEVE · ROLEX · JAEGER-LECOULTRE · LONGINES · CERTINA · Wellendorff · MEISTER · OLE LYNGGAARD COPENHAGEN · GELLNER

Bei uns wartet eine vielfältige und interessante Tätigkeit auf eine/n motivierte/n und erfahrene/n

Verkaufsberater/in (80 bis 100%)

Wir sind ein renommiertes Uhren- und Schmuckfachgeschäft mit eigenen Uhren- und Goldschmiede-Ateliers im Zentrum von Bern.

Sie sind eine aufgeschlossene und flexible Persönlichkeit, sorgfältiges und qualitätsbewusstes Arbeiten ist für Sie selbstverständlich. Sie sind es gewohnt, anspruchsvolle Kundschaft für hochwertige Uhren und Schmuckstücke individuell und fachkompetent zu beraten. Weiterbildung im kaufmännischen Bereich und Fremdsprachenkenntnisse sind von Vorteil.

In unserem Familienunternehmen bieten wir Ihnen abwechslungsreiche Aufgaben mit viel Selbständigkeit und ein angenehmes Arbeitsklima.

Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto senden Sie bitte an:

Gerd Hilbich, Zigerli+Iff AG
Spitalgasse 14, 3011 Bern, T 031 311 23 67
gerd.hilbich@zigerli-iff.ch

ADAM
UHREN BIJOUTERIE OLTEN

Zur selbständigen Führung unseres Goldschmiedeateliers im Zentrum von Olten suchen wir einen motivierten und erfahrenen Goldschmied / Goldschmiedin EFZ

Goldschmied / Designer m/w

- Sie verfügen über eine abgeschlossene Ausbildung als Goldschmied EFZ
- Sie haben ein sympathisches und gepflegtes Auftreten
- Sie lieben den Kontakt mit anspruchsvoller Kundschaft
- Sie sind präzises, selbständiges und effizientes Arbeiten gewohnt
- Sie haben einen hohen Qualitätsanspruch an Ihre Arbeit

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche und spannende Stelle, bei der auch Sie sich als fantasievoller und qualifizierter Fachmann/Frau einbringen können.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann freuen wir uns über Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inkl. Foto.

Adam Uhren und Bijouterie
Hübelistrasse 19
4600 Olten
062 212 10 20
adam@adam.ch

Les Millionnaires

Zur Ergänzung unseres Teams sucht «Les Millionnaires» per sofort oder nach Vereinbarung eine

angestellte Verkaufspersönlichkeit (w) 80 – 100%

Ihre Hauptaufgaben

- Kompetente und persönliche Beratung und Betreuung unserer anspruchsvollen Kundschaft
- Verkauf von handgemachtem, hochwertigen Schmuck, sowie Uhren.
- Dekoration und Warenpräsentation
- Administrative Unterstützung

Ihr Qualifikationsprofil

- Abgeschlossene Lehre als Goldschmiedin, EFZ
- Gutes Vorstellungsvermögen und Materialkenntnisse
- Begeisterung für handgefertigten und hochwertigen Schmuck, sowie Uhren
- Gepflegtes Erscheinungsbild
- Freude an Kundenkontakt
- Fliessendes Deutsch
- Fremdsprachenkenntnisse von Vorteil
- Aufgestellte, teamfähige und proaktive Persönlichkeit

Es erwartet Sie eine herausfordernde und spannende Tätigkeit in einem lebhaften, kreativen und etwas verrückten Unternehmen und Team.

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung per E-Mail an contact@millionnaires.ch.

Bei Fragen können Sie sich auch per Telefon 044 210 40 50 melden.

GOLDSCHMIED
80-100% (m/w)

Profil
Goldschmied EFZ
mehrere Jahre Berufserfahrung
Sprache: Schweizerdeutsch

Aufgaben
Neuanfertigungen | Eheringe
individuelle Schmuckstücke
Reparaturen | Umänderungen
Verkauf | Beratung

Arbeiten mit Edelmetallen
Stahl | Titan | Edelsteinen
Carbon | Holz ect.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung per Post oder persönlich im Atelier.

ALIVE-STYLE GmbH
Bernstrasse 2 | 3665 Wattenwil
033 356 02 25 | www.alive-style.ch

helen kirchhofer
uhren schmuck

Bern
Shoppyland
Biel
Brügg
Langnau
Thun
www.helenkirchhofer.ch

Filialleiter/in Filiale Bern Loeb (Vollzeit)

Helen Kirchhofer steht seit 25 Jahren für Leidenschaft, Tradition und Innovation. Möchten Sie unsere Werte mit uns gestalten?

Nutzen Sie Ihre Chance und werden Sie Teil unseres Teams. Für unsere frisch renovierte Filiale mit einzigartigem Ambiente im Bern Loeb suchen wir eine motivierte und pflichtbewusste Filialleitung (m/w).

Ihre Hauptaufgaben:
- Kunden mit Herzlichkeit und Fachkompetenz bezaubern
- Mitarbeiter führen, motivieren und inspirieren
- Wareneinkauf nach Budgetvorgabe
- Verkaufsfördernde Massnahmen entwickeln und mit dem Team umsetzen
- Einsatzplan erstellen für das Personal

Was wir von Ihnen erwarten:
- Persönlichkeit, welche mit Herz und Verstand führt
- Starkes Durchsetzungsvermögen
- Berufserfahrung in einer ähnlichen Position
- Fachwissen (Uhren- und Schmuck) von Vorteil
- Sehr gute Deutschkenntnisse (Französischkenntnisse von Vorteil)

Sind Sie auf der Suche nach einer Herausforderung und möchten uns mit Ihrer Persönlichkeit bereichern? Dann sollten wir uns kennenlernen und freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung!

Helen Kirchhofer AG
Herr Fritz Ming
Distelweg 6
3604 Thun
ming@helenkirchhofer.ch

BUCHERER
1888

Bucherer ist europaweit die führende Marke im Handel von hochwertigen Uhren und Schmuck. Permanente Inspiration unserer Kundschaft, perfekte Gastfreundschaft und gelebte Leidenschaft stehen dabei im Zentrum der Bucherer Philosophie.

Edelsteinfasser /Juwelenfasser (m/w)

in unserem Goldschmiedeatelier am Hauptsitz in Luzern

Ihre Aufgaben

- Erledigung von Fasserarbeiten im Rahmen von Kunden-, Lager- und Reparaturaufträgen
- Mitarbeit bei der Erstellung von Prototypen und der Entwicklung von neuen Techniken

Ihre Kompetenzen

- Abgeschlossene Ausbildung als Edelsteinfasser sowie mehrjährige Berufserfahrung
- Fundiertes Fachwissen und Praxiserfahrung mit Binokular
- Effiziente und selbstständige Arbeitsweise
- Hohe Belastbarkeit und Zuverlässigkeit

Unsere Stärken - Ihre Vorteile

Wir bieten Ihnen ausgesprochen vielseitige Aufgaben in einem anspruchsvollen internationalen Umfeld. Wir fördern das Learning-on-the-job und entwickeln Fähigkeiten durch gezielte Weiterbildungen. Unsere führende Position wollen wir weiter entwickeln und suchen überdurchschnittlich leistungsbereite Personen, die ihre Qualitäten in einem dynamischen Unternehmen einsetzen wollen.

Ihr Kontakt

Bucherer AG
Frau Monika Solyom, HR Business Partner
+41 41 369 70 00

Wir freuen uns auf Ihre Online-Bewerbung über www.bucherer.com/jobs

---

Pomellato

Verkaufspersönlichkeit

Zett Meyer ist ein Familienunternehmen, welches sich auf den Betrieb von Markenboutiquen von Luxusgütern spezialisiert hat.

Mit der Pomellato Boutique am schönen Weinplatz haben wir ein Bjioux geschaffen. Wir suchen eine junge, begeisterungsfähige und professionelle Mitarbeiterin, die sich mit der italienischen Schmuckmarke identifizieren kann.

Sind Sie bereit für eine neue Herausforderung? Dann senden Sie uns ihren Lebenslauf und ein kurzes Motivationsschreiben an michele.gschwend@zett-meyer.ch.

Zu Ihren Aufgaben gehören:
- Beratungsgespräche und Verkauf
- Kundenpflege
- Administrative Arbeiten und SAV

Was Sie mitbringen müssen:
- Sie haben Freude am Verkauf und können Emotionen übermitteln
- Erfahrung im Verkauf mit Schmuck (abgeschlossene Lehre)
- fliessend Deutsch inkl. Mundart
- gute Englischkenntnisse
- eine schnelle Auffassungsgabe und selbstständiges Arbeiten
- Verantwortungsbewusstsein
- Team Spirit

Wir freuen uns darauf, Sie persönlich kennen zu lernen!

Barbara Bühler

Boutique Pomellato
Weinplatz 10
8001 Zürich
https://www.zett-meyer.ch

MEISTER
SWISS MADE

Willkommen in der MEISTER-Welt. Das **Trauring- und Schmuckgeschäft in Zürich** sucht zwei engagierte und innovative Verkaufspersönlichkeiten.

GESCHÄFTSFÜHRER/IN
VERKAUFSBERATER/IN mit Stv.-Funktion

Voll- oder Teilzeit in Absprache

Ihr Profil
- Sie haben ein sympathisch und gepflegtes Auftreten
- Englischkenntnisse werden vorausgesetzt
- Sie haben Freude am Verkaufen und können Emotionen vermitteln
- Sie bringen Ihren Einsatz und sind vertrauenswürdig

Ihre Aufgaben
- Markenverantwortung für die MEISTER-Welt
- Verkauf, Kundenpflege und Betreuung
- Kollektionsverantwortung und Pflege
- Administrative Aufgaben

Wir bieten eine zeitgemässe Anstellung und attraktives Arbeitsumfeld. Wir freuen uns auf Sie! Senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto an:

MEISTER + CO. AG, Hauptstrasse 66, 8832 Wollerau
www.meisterschmuck.ch, gabrielle.steiner@meisterschmuck.ch

Inserenten

A. Ruppenthal KG, DE - Idar-Oberstein, **49**
Altmann Casting AG, Ipsach, **28, 29**
Artsupport GmbH, Rümlang, **39**
Bernexpo AG, Bern, **U2**
Blue Peacock Diamonds, Zürich, **U1**
Dept. Of International Trade Promotion, Thailand - Nonthaburi, **5**
Diamond Group GmbH, DE - Kobern-Gondorf, **66**
Diamond Services GmbH, Zürich, **11**
Edigem Ltd., Luzern, **33**
Gemcolor GmbH, St. Gallen, **9**
Groh & Ripp, DE - Idar-Oberstein, **43**
Gyr Edelmetalle AG, Baar, **U3, 59**
Hermann Grimm KG, DE - Idar - Oberstein, **53**
Hesse GmbH & Co. KG, DE - Lippstadt, **55**
Intergem GmbH, DE - Idar-Oberstein, **9**
Karl Fischer GmbH, DE - Pforzheim, **65**
Munich Brand Consulting, DE - München, **45**
Muveo GmbH, DE - Frankfurt am Main, **7**
Oehrli F.H. AG, Buchs, **9**
Otto Ebersberger GmbH & Co KG, DE - Schonstett, **13**
Perlen-Fischer, Yverdon, **65**
Schule für Gestaltung, Zürich, **27**
Schweizer Edelsteine, St. Peterzell, **U4**
Shanghai Gems, Genève, **47**
Steinbach Martin Peter, DE-Idar-Oberstein, **65**
Urban Vetriebs GmbH, Zug, **51**
Zanella Fashion & Design GmbH, Cham, **15**

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 spécialiséesen Horlogerie et Bijouterie (ASHB)
info@vsgu-ashb.ch, www.vsgu-ashb.ch

Fachautoren / Auteurs specialisés
Forschung und Technik:
Dr. Lucien Trueb, lucien.trueb@bluewin.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.

Die nächste
GOLD'OR
erscheint am 27. August 2019

Bolli
GOLDSCHMIED

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

Verkaufsberater/in 100%
(Verkauf und Administration)

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

Sie bringen eine solide Ausbildung in der Schmuckbranche mit und/oder können auf mehrere Jahre Verkaufserfahrung für Schmuck und Uhren zurückgreifen. Sie zeichnen sich als initiative, motivierte Persönlichkeit aus und empfangen Kundschaft im Sinne eines Gastgebers. Sie verkaufen gekonnt und stilsicher und schrecken auch vor erhöhten Preislagen nicht zurück. Nach erfolgreichem Verkauf erledigen Sie die administrativen Folgearbeiten verlässlich und selbständig und sind routiniert in der Korrespondenz. Auch die Artikelstamm-Verwaltung und die Schaufensterpflege gehören zu Ihren Aufgaben.

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

Wir freuen uns auf Ihren Anruf, bzw. Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen, um Sie diskret und 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

Diamanthandelsfirma in Zürich sucht infolge Pensionierung der bisherigen Stelleninhaberin eine/n

Sachbearbeiter/in 80 - 100%

Ihr Profil:
- Kaufmännische Berufsausbildung
- Gemmologische Grundkenntnisse erwünscht
- Gute Sprachkenntnisse in Deutsch, Englisch und Französisch

Es erwartet Sie eine herausfordernde und spannende Tätigkeit.

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre vollständige Bewerbung an:

Gold'Or
Chiffre 6167
Postfach 1348
6341 Baar

Exklusives Ladenlokal in Zürich 1 zu übernehmen

Hell, 39m², grosszügige Fensterfronten, inkl. Atelier 32m², in der 1. Etage.

Gerne erwarten wir bei Interesse Ihre Nachricht unter:

Gold'Or
Chiffre 6168
Postfach 1348
6341 Baar

NEUE RINGGRÖSSEN
NOUVELLES TAILLES

GYR
EDELMETALLE AG

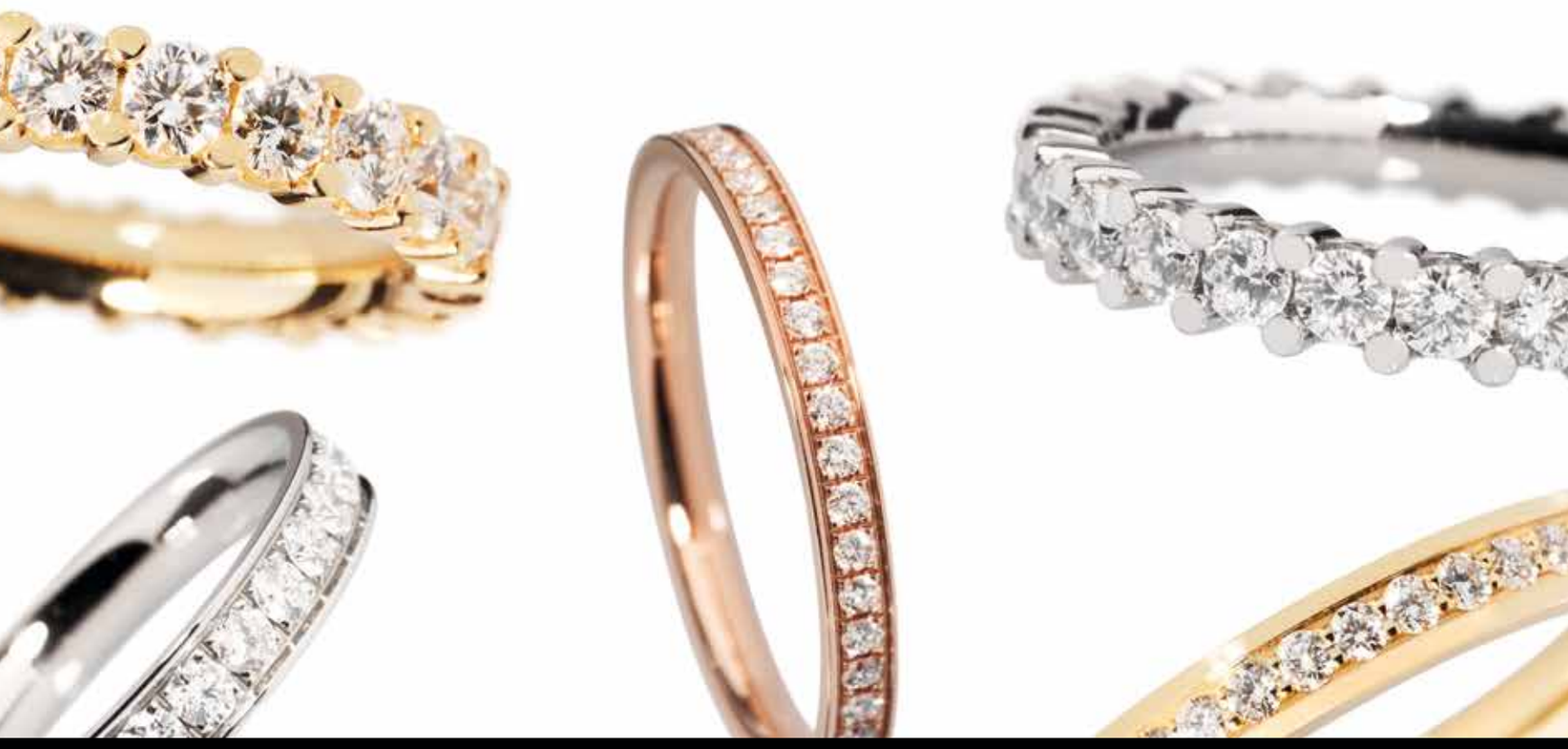
HEUTE BESTELLT - **MORGEN GELIEFERT**

Jetzt auch in Farbgold in den
Grössen 50, 51 und 57 verfügbar!

COMMANDÉ AUJOURD'HUI - **LIVRÉ DEMAIN**

Maintenant aussi disponible dans
les tailles 50, 51 et 57 en or coloré !

gyrboard.gyr.ch



GYR EDELMETALLE AG • POSTFACH 1348 • 6341 BAAR • SCHWEIZ
Telefon: +41 41 766 00 44 • Telefax: +41 41 766 00 55 • info@gyr.ch

OEKOGOLD®

SCHWEIZER EDELSTEINE AG

Lucas Schweizer
Dorf 24
9127 St. Peterzell

Tel: 071 377 19 44
info@schweizer-stein.ch
www.schweizer-stein.ch

Diamantcolliers

Breitgefächerte Auswahl an geschliffenen Diamantcolliers in Topqualität.

Diverse Naturfarben
Verschiedene Schliffformen

Service

Auf Wunsch montieren wir Ihre Colliers auf solide Stahlkabel mit den Verschlüssen Ihrer Wahl.

Edelsteinketten

Erlesene Kollektion: Korunde, Spinell, Tansanit, Tsavorit, Turmalin und mehr.

Edelsteine

Unsere umfangreiche Kollektion an Edelsteinen wird von unserem Partner, David Adi, Gemo AG, geschliffen.
Unser Service umfasst auch das Ein- und Umschleifen in jede gewünschte Form.

Gerne besuchen wir Sie mit unserer Kollektion.