

# GOLD'OR

No. 3

Mai 2024

CHF 15.00



## ***Messerer Juwelier***

Am Münsterhof wird gefeiert

Une bijouterie zurichoise en fête

***Trade*** Kryptogeld in der Schmuckbranche

***Watches*** Les énigmes de la montre

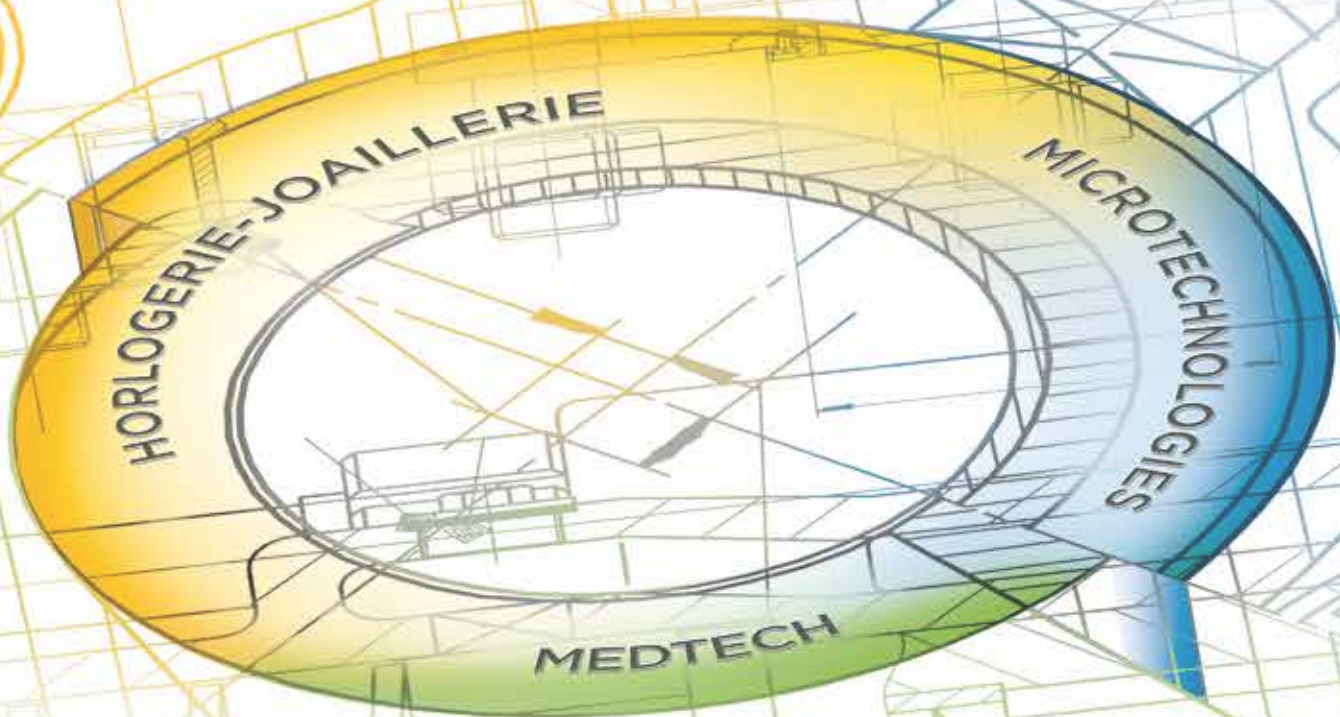
***Stones*** Die achte Ausgabe der GemGenève



# EPHJ

LE MONDE DE LA  
HAUTE PRÉCISION 

11-14 JUIN 2024  
PALEXPO GENÈVE



SCANNEZ-MOI POUR  
PRENDRE VOS BILLETS

SALON PROFESSIONNEL  
INTERNATIONAL



[WWW.EPHJ.CH](http://WWW.EPHJ.CH)



# UNE VUE D'ENSEMBLE DE L'EPHJ

## L'avenir de la haute précision se construit à Genève

Chaque année, les exposants présents au Salon EPHJ rivalisent d'ingéniosité. Ils présentent à un public exclusivement professionnel des technologies et des services innovants et révolutionnaires. La haute précision se décline sans frontières entre l'horlogerie, les microtechnologies et les technologies médicales. Chaque stand est une découverte, une opportunité et une visite bien réelle dans la haute précision du 21<sup>e</sup> siècle.



## Succès du Pôle européen des start-up

L'innovation est souvent au cœur des métiers des PME et des très petites entreprises. En 2023, plusieurs dizaines de start-up très prometteuses ont participé au Pôle européen des start-up du Salon EPHJ pour profiter de la visibilité mondiale que leur procure cet événement. Cette pépinière de talents bénéficie de conditions très avantageuses pour se présenter aux visiteurs. Ainsi, le Salon EPHJ contribue activement à la mise en lumière de nouvelles technologies innovantes et à leur diffusion dans les industries de la haute précision.

## Le Grand Prix des Exposants : la meilleure innovation récompensée !

Beaucoup d'entreprises attendent le Salon EPHJ pour présenter au monde leurs innovations. Parmi celles-ci, la plus remarquable est élue par les exposants et devient la lauréate du Grand Prix. Le vainqueur a l'assurance de bénéficier d'une importante exposition médiatique. Les anciens lauréats du Grand Prix sont unanimes sur ce point et débordent de sollicitations. En 2023, c'est la société MPS Watch qui a été récompensée par ses pairs pour le développement de Oscrew; un nouveau système de fixation des masses oscillantes sur les roulements destiné aux rotors au design épuré, démontables et sans composant additionnel. La fiabilité de cette innovation a été démontrée par des tests de vibrations et de chocs réalisés en laboratoire. Qui lui succèdera en 2024?



## Les Tables Rondes apportent des réponses

Les fameuses Tables Rondes du Salon EPHJ sont appréciées lors de chaque édition pour leur pertinence, l'intérêt des débats et la qualité des orateurs présents ! Tous les sujets d'actualité sont abordés afin que le Salon EPHJ soit aussi un lieu de réflexion et d'anticipation.

*En 4 jours, nous faisons l'équivalent de plusieurs mois de travail si nous devons visiter les mêmes sociétés une à une.*

Crevoisier

*Les clients qui viennent visiter le salon sont des décideurs qui veulent se tenir au courant des dernières évolutions technologiques et inciteront ensuite leurs fournisseurs à utiliser ces produits de pointe afin d'optimiser leurs processus de production.*

Beckhoff Automation AG

*Ce salon impressionne par la diversité des milieux professionnels présents en visiteurs.*

BEMRC

*L'EPHJ c'est un accès à des personnes chez qui nous ne pourrions pas en avoir par prospection. Là, ce sont elles qui viennent à nous!*

Createch AG

*Nous ressentons une bonne synergie avec de nombreux exposants et faisons souvent de nouvelles affaires avec d'autres participants. La quantité et la qualité des visiteurs étaient au rendez-vous cette année. Nous avons pu conclure certains projets directement sur notre stand et avons des perspectives très positives pour les mois à venir.*

DSC SA

*4<sup>e</sup> fois que nous participons et nous pensons continuer autant que possible.*

*De nouveaux projets à chaque édition, des rencontres avec nos clients ainsi que la possibilité de se faire connaître à des entreprises du secteur.*

*Le salon est visité aussi bien par des grands comptes que leurs sous-traitants ce qui est très pertinent pour nous.*

NEO-FUGU®

# Editorial

## Schmucke Piraten

Die Watches & Wonders will die neue Baselworld sein. Dies bestätigen auch die zwei Herren, die das Messeschiff steuern. Anfang April gaben Jean-Frédéric Dufour, Rolex-Generaldirektor und Präsident der Watches-and-Wonders-Stiftung, und Messeleiter Mathieu Humair der NZZ ein Interview. Im einführenden Text wird der Uhrensalon als „wichtigster Anlass für die Branche“ bezeichnet, der die frühere Messe in Basel ersetzen soll. Im Interview wird unter anderem über die Preispolitik oder über die Swatch Group diskutiert, die man mit an Bord haben möchte (Who, S. 10).

Ein weiteres Thema ist die Auswahl der Aussteller, wobei das Ziel beider Herren durchaus als ehrenhaft bezeichnet werden kann: Die Uhrenindustrie soll an der Watches & Wonders als Einheit auftreten, Grosse sollen Kleine quersubventionieren. Wer zu diesem „Ganzen“ gehört, das entscheiden die grossen Aussteller gleich selbst – im Stiftungsrat sitzen Rolex, Patek Philippe, Richemont und Cartier. Dieses Jahr zählte die Watches & Wonders 54 Marken, also weit weniger als damals in Basel und auch weniger, als sich für einen Stand im Palexpo beworben haben. Einen Teil der abgewiesenen Marken bezeichnet der Rolex-Chef, der sonst für seine Diskretion bekannt ist, als „Opportunisten“, wer seine Produkte ausserhalb der Hauptmesse in einem Hotel präsentiert, sei sogar ein „Pirat“. Wir staunen, denn zumindest im deutschen Sprachgebrauch – und wir gehen davon aus, dass das Rolex-PR-Team auch Übersetzungen prüft – ist das die

Bezeichnung für eine Person, die (auf hoher See) kriminelle Handlungen begeht.

Neben fragwürdigen Antworten ist auch das, was nicht gesagt wird, von Bedeutung. So werden die Branchenzweige Schmuck, Uhren und Technik, die in Basel immerhin ganze Hallen gefüllt haben, schlichtweg ignoriert. Das Baselworld-Gesamtkonzept scheint weder vorhanden noch gewollt zu sein, „Genevaworld“ bedeutet nur Uhren. Während sich die Edelsteinwelt heute an der GemGenève formiert (S. 52) und sich Technik-Unternehmen an der EPHJ wohlfühlen (Hauptthema der nächsten Gold’Or), hat der Schmuck in der Schweiz bisher keine neue Plattform gefunden.

Für die der Genfer Messewoche haben sich insgesamt 48 internationale Schmuckmarken in zwei Piratenschiffen, pardon Hotels, niedergelassen. Meine Kollegin Sophie Wanzenried hat die Haute Jewels Geneva und die Jewellery Geneva besucht und viele schöne Stücke entdeckt, die wir in der kommenden Ausgabe präsentieren. Einen Vorgeschmack gibt die Neuheit von Marco Bicego (S. 9). Neue Uhren finden Sie in der Bildstrecke von Marcel Weder, der ebenfalls für Gold’Or in Genf unterwegs war (S. 36).  
**Tanja Wenger**



## Des vins et des montres

C’est avec beaucoup de passion que sont donnés les cours de la formation en horlogerie de la Watch Sales Academy au Locle. Sylvain Varone, directeur de l’école, accorde dans ce cadre une grande valeur à la transmission de l’art de la présentation horlogère en bonne et due forme avec, en ligne de mire, les clients potentiels amateurs ou connaisseurs afin

qu’ils en profitent au maximum (p. 16). Les vendeuses et les vendeurs doivent également avoir l’embarras du choix lorsqu’il s’agit de décrire le design et la conception des montres. Sylvain Varone utilise parfois la comparaison avec la description élégante d’un bon vin, son caractère, sa couleur, son goût, son cépage, son terroir, sa vinification et tout ce que peut contenir l’hymne à un bon nectar. Cette approche pittoresque peut également rendre les montres encore plus attrayantes pour la clientèle.

La comparaison entre l’univers du vin et de l’horlogerie est extraordinairement fructueuse et devrait faire l’objet d’une présentation détaillée, puisqu’elle met également en évidence les racines artisanales de l’industrie horlogère. La viticulture présente cependant des différences fondamentales avec l’industrie horlogère. Ainsi, la production de vin est directement impactée par les conditions météorologiques. Les

vignes peuvent par exemple subir des dégâts importants en cas de gelées nocturnes au début du printemps. En Bourgogne, par exemple, les vendanges de 2021 ont affiché un rendement moyen 40 pour cent inférieur à la normale et certains viticulteurs ont même déclaré des pertes atteignant 80 pour cent.

L’industrie horlogère ne doit pas faire face aux affres de la météo: qu’il pleuve, qu’il vente ou qu’il neige, la production d’une montre ne change pas. La notion de terroir, un mot universel presque magique en viticulture, pourrait très bien aussi être utilisée dans le monde de l’horlogerie. Le site de production qu’est la Suisse bénéficie encore et toujours d’une excellente réputation et les manufactures telles qu’Audemars Piguet misent volontairement sur le monde mystique de la Vallée de Joux dans leur communication, afin de donner encore plus de poids au secret de leur art horloger.

Le vin cher et les montres chères, deux produits de luxe, sans nécessité existentielle. Dans le domaine des montres, l’affichage du temps peut parfois être utile, mais la précision elle-même n’est pas une caractéristique clé des mécanismes, puisque les produits numériques asiatiques ou américains surpassent les produits suisses de plusieurs centièmes de seconde. Personne ne sait ce que donneront les vendanges de l’année 2024. Mais, malgré l’atmosphère optimiste qui a régné à Genève en particulier dans le segment supérieur de prix, il est d’ores et déjà possible d’affirmer que le millésime horloger 2024 ne sera pas le cru du siècle.  
**Marcel Weder**

# Inhalt / Sommaire

## 04 Editorial

## 06 News

## 14 Trade

- 14 Kryptogeld in der Schmuckbranche
- 16 La Watch Sales Academy a 20 ans
- 18 20 Jahre Watch Sales Academy
- 20 Patentanmeldungen nehmen zu
- 22 Das Inova-Feeling soll wiederaufleben

## 24 Coverstory

- 24 40 Jahre Messerer: Vom Hinterhof ins Stadtzentrum
- 26 De l'arrière-cour au centre-ville

## 28 Jewellery

- 28 Blühende Schönheiten
- 30 Wanderausstellung „Der letzte Ring“
- 32 La Fondation Eric Horovitz

## 34 Watches

- 34 Uhren- und Schmuckauktionen am Scheideweg
- 36 Genfer Uhren-Neuheiten
- 38 «Rolex, une société financière qui fabrique aussi des montres»
- 40 Les traces du temps: les énigmes de la montre
- 42 Die Spuren der Zeit: Die Uhren-Rätsel
- 44 Altair Consulting se réjouit d'une succession réussie
- 45 Erfolgreiche Übergabe bei Altair Consulting



**Coverstory**  
Messerer Juwelier

24

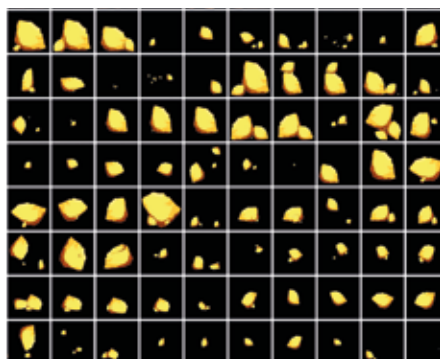
## 46 Stones

- 46 Diamond News
- 48 Die Gemmologen treffen sich in Nottwil
- 50 Nouvelles étincelles pour la 8e édition de GemGenève
- 52 Focus GemGenève
- 60 Fabian Blasers Reise zu den Saphir-Minen in Vietnam

## 62 Special

- 62 Die Schätze der Goldschmiede: Corina Decorvet

## 64 Jobs und Marktplatz



## Trade

Kryptogeld in der Schmuckbranche

14



## Watches

Les énigmes de la montre

40



## Stones

Die achte Ausgabe der GemGenève

52

# Who

## Die Schweizer Uhrenindustrie

exportierte im Februar Uhren und Bestandteile im Wert von 2,154 Milliarden Franken. Das waren 3,8 Prozent weniger als im entsprechenden Vorjahresmonat. Nach den Jahren 2022 und 2023, sowie auch nach dem Startmonat 2024, als die Entwicklung stets nach oben ging, zeigte sich damit erstmals die seit Langem prognostizierte Abschwächung der Exporte. Während der grösste Absatzmarkt, die USA, mit einem Plus von 5,5 Prozent nach wie vor zulegen, waren vor allem die asiatischen Hauptmärkte China und Hongkong mit einem Minus von 25,4 beziehungsweise -19,0 Prozent wesentlich für die Abschwächung der Exportentwicklung verantwortlich. In Europa zeigte sich ein gemischtes Bild, Frankreich wuchs um 6,1 Prozent, während Deutschland (-6,5%) und Italien (-17,7%) rückläufig waren.

## L'industrie horlogère suisse

a exporté au mois de février des montres et des composants pour une valeur totale de 2,154 milliards de francs, soit 3,8 pour cent de moins que le même mois l'année précédente. Après des années 2022 et 2023 ainsi qu'un premier mois de 2024 avec une tendance constante à la hausse, c'est donc la première fois que se manifeste l'affaiblissement des exportations prévu depuis si longtemps. Alors que les États-Unis, soit le plus grand marché de vente, poursuivait sur sa courbe haussière avec une augmentation de 5,5 pour cent, les principaux marchés asiatiques de Chine et de Hong Kong ont été les premiers responsables de cet affaiblissement des exportations avec une baisse de 25,4 et 19,0 pour cent. L'Europe a quant à elle présenté un visage mitigé avec une croissance de 6,1 pour cent pour la France et des reculs de 6,5 pour cent pour l'Allemagne et 17,7 pour cent pour l'Italie.

## Chronext, Zug

hat sich nach nur zehn Monaten vom amtierenden Geschäftsführer Philippe Roten getrennt. Chronext, ehemals als neuer Star des sekundären Uhrenhandels gefeiert, fällt inzwischen vornehmlich durch Negativmeldungen auf. Nachdem man 2020 noch kurz vor dem Gang an die Börse gestanden hatte, scheint die Luft endgültig draussen, nachdem Gründer Philip Man das Schiff bereits 2023 verlassen hatte. Verwaltungsratspräsident Till Spillmann spricht zwar davon, dass für den Posten des Geschäftsführers bereits eine erfolgsversprechende Lösung in Sicht sei. So richtig glauben will dies dem deutschen Unternehmen, das im Kanton Zug seine Steuerheimat hat, aber niemand. Tatsache ist, dass man im Preowned-Bereich wohl nur mit wenigen Marken gutes Geld verdient, während sich diese besagten Marken den Kuchen mehr und mehr selber einverleiben möchten.

## Chronext, Zoug

s'est séparé de son directeur actuel Philippe Roten après dix mois d'activité à peine. Nouvelle star acclamée du commerce horloger secondaire à ses débuts, Chronext se distingue surtout aujourd'hui par des commentaires négatifs. Après être passée tout près d'une entrée en bourse en 2020, la situation semble enfin se clarifier pour la société alors que son fondateur Philip Man avait déjà quitté le bateau en 2023. Till Spillmann, président du conseil d'administration, a ainsi affirmé qu'une solution prometteuse était déjà envisagée pour le poste de directeur. Mais personne ne croit réellement l'entreprise allemande dont le siège fiscal se trouve dans le canton de Zoug. Le fait est que seules quelques rares marques permettent réellement de gagner de l'argent dans le segment Preowned et que les marques en question souhaitent de plus en plus avoir leur part du gâteau.

# Nachhaltigkeit im ganzen Sortiment

Die Wassner AG hält mit dem steigenden Bedürfnis nach Nachhaltigkeit Schritt. Praktisch das gesamte Standardsortiment ist in COC-zertifiziertem „Green Gold by Wassner“ erhältlich: Anhänger-Colliers, Bracelets, Fusskettchen, Meterketten, aber auch handgearbeitete, massive Colliers und Bracelets. Des Weiteren finden sich Bébé-Bracelets, Herzanhänger, Gravurplättchen, Vreneli-Fassungen, Medaillons, Anhänger mit religiösen Motiven, Schutzengel, Sternzeichen, Kreolen sowie Kinderschmuck im nachhaltigen Angebot des Schmuckunternehmens aus Thalwil. Das POS-Material wurde ebenfalls aktualisiert. Schmuck- und Marken-Displays sind auf Deutsch oder Französisch erhältlich; Flyer und Türkleber können von Wassner-Kunden kostenlos bestellt werden. *red.*

wassner.ch

Marken-Displays von Wassner.



# Die Meisterschaftsstücke zeigen

Am 13. Mai findet im Hotel Schweizerhof in Luzern die Preisverleihung der diesjährigen Schweizer Goldschmiede-Meisterschaft (SGM) statt. Anschliessend werden alle Schmuckstücke auf eine Wanderausstellung an verschiedene Schulen und Ateliers geschickt. Damit soll den frisch gebackenen Goldschmiedinnen und Goldschmiede die Möglichkeit geboten werden, ihre Werke einem breiten Publikum zu präsentieren. Geschäfte können ihre Schaufenster damit gestalten und die ganze Branche wird unterstützt. Eine Kurzbeschreibung des Wettbewerbs und die Beschilderung der Arbeiten werden mitgeliefert. Zeitpunkt und Dauer der einzelnen Ausstellungsorte werden individuell organisiert. Schulen und Betriebe mit Teilnehmerinnen haben Priorität. Die Stücke sind zum Materialwert versichert.

Interessierte melden sich bei Joshua Ritler vom Organisationskomitee per E-Mail: [j.ritler@smgold.ch](mailto:j.ritler@smgold.ch) oder per Telefon: 079 812 41 50. *db*



Szene der letztjährigen Preisverleihung.



GERHARD HAHN  
SINCE 1901



5ct Fancy Vivid Yellow  
From Namibias Namdeb Mines  
Traceable through "Provenance Proof"  
Pioneering market transparency

Gerhard Hahn GmbH  
Supplying the Finest Jewellers since 1901

Ihr Partner für naturfarbene Edelsteine und Diamanten  
Folgen Sie uns auf Instagram: @GerhardHahnGems  
info@GerhardHahn.com - www.GerhardHahn.com  
Tel. +49 211 67 00 11

## Der Ansturm blieb aus

In der Spezialausgabe „Nachfolge“, die Mitte Januar erschienen ist, wurden 21 Goldschmiedeateliers und Bijouterien porträtiert, die in den nächsten Jahren ihre Tore schliessen werden und jemanden suchen, der übernimmt. Eine Nachfrage hat ergeben, dass der grosse Ansturm bisher ausgeblieben ist. Wer fleissig war und die Porträtierten kontaktiert hatte, waren ein Auktionshaus und ein Edelsteinfasser, die ihre Dienste anbieten wollten. Auf Interesse an einer Geschäftsübernahme warteten fast alle vergebens. Konkrete Anfragen haben drei Teilnehmerinnen erhalten. Am meisten Echo löste die Fillner AG mit Ladenlokal in der Altstadt von Luzern aus. „Als ich den Leuten erzählte, wie viel Mietzins bezahlt werden muss, ist das Interesse schnell wieder geschmolzen“, sagt Cornelia Burri-Fillner. Mit einer Partei sei sie noch in Verhandlung.

Zu einem „seriösen“ Kontakt kam es auch bei Achermann Schmuck in Stans. „Wir haben nicht wirklich daran geglaubt und waren selbst überrascht“, sagt Mitinhaberin Franziska Achermann. Ob es zu einer Übernahme kommen wird, sei noch offen. An zwei weiteren Orten haben sich Bekannte oder ehemalige Mitarbeiter gemeldet. Auch da sind bis jetzt keine Entscheidungen gefallen. Einige erhoffen sich, dass diese Nachfolge-Ausgabe als Nachschlagewerk aufbewahrt wird und es vielleicht später noch zur einen oder anderen Anfrage kommen könnte. Auch wenn das Resultat bis jetzt ernüchternd ist, schätzen alle, die mitgemacht haben, die Idee und Umsetzung der



Auch das kleine, hübsche Atelier von Raphael Meyer in der Zuger Altstadt ist noch nicht auf Interesse für eine Nachfolge gestossen. „Es ist schade, dass die Aktion nicht viel gebracht hat, denn renommierte Geschäfte wären wohl nie günstiger zu haben“, bedauert der Goldschmied.

Sonderausgabe. Man ist sich einig, dass der Versuch richtig war, aber dass die Zeiten für unsere Branche mit Gewissheit schon rosiger gewesen sind. **db**

## Daniel Locher ist der neue Präsident

Mitte März traf sich der Vorstand der Interessensgemeinschaft Goldschmiede-Ausbildung (IGG) zur jährlichen Generalversammlung. Dabei hat Peter Loosli das Amt des Präsidenten, das er seit dem Gründungsjahr 2007 innehatte, an Daniel Locher von der Locherschmuck GmbH in Ostermundigen übergeben. Der 40-Jährige engagiert sich „weil die Branche dringend Nachwuchs braucht und weil diejenigen, die noch ausbilden, unterstützt werden sollen“, wie er sagt. Möglich wird das mit dem sogenannten Façonrappen.

Die IGG formiert sich aus Zulieferern und Dienstleistern der Goldschmiedebbranche. Ihr Ziel ist es, Ausbildungsbetriebe zu unterstützen und damit die Qualität der Ausbildung zu fördern. Oberste Priorität hat die Finanzierung der überbetrieblichen Kurse (üK). Hierzu berechnen die Mitglieder für erbrachte



Der bisherige IGG-Präsident, Peter Loosli (links), und der neue, Daniel Locher.

Leistungen bei jedem Kunden eine marginale Gebühr von 70 Rappen pro 100 Franken, die „Façonrappen / Ausbildungsbeitrag“ genannt wird. Weitere Beiträge an die IGG werden von der Gyr Edelmetalle AG mit dem Feingolderlös aus vergoldeter Ware geleistet. Ermöglicht wird dies, indem vergoldete Ware von den Kunden ohne Gegenvergütung angenommen wird. Die Kosten für die aufwändige Naturscheidung werden von Gyr übernommen. Der Erlös wird vollumfänglich der IGG gutgeschrieben. Seit Beginn sind auf diesem Weg rund 920'000 Franken in die üK zurückgeflossen. **db**

[igg-cifab.ch](http://igg-cifab.ch)

## Unterstützung im digitalen Bereich

Eine wichtige Änderung im Bildungsplan für Gold- und Silberschmiede sowie Edelsteinfasser ist die Ausbildung im digitalen Verfahren. In der Gold'Or 2/24 wies Andrea von Allmen, Co-Präsidentin der OdA des Berufsfelds Schmuck- und Objektgestaltung, in einem Interview auf die Herausforderungen hin. In der Zwischenzeit wurde das Konzept „Coaching in digitalen Verfahren“ entwickelt und fertiggestellt. Ziel ist es, die Lehrbetriebe und ihre Lernenden ab dem dritten Lehrjahr

in Konstruktion, digitaler Produktion und Gestaltung zu unterstützen und zu begleiten. Unter der Leitung erfahrener Betreuer können individuelle Projekte umgesetzt werden, sei es mit Übungsstücken oder Objekten für den Verkauf. Die OdA beteiligt sich mit einem Drittel an den Kosten. **red.**

[oda-schmuckobjekte.ch/downloads](http://oda-schmuckobjekte.ch/downloads)



## In Genf entdeckt

Anlässlich der Haute Jewels Geneva, der internationalen Ausstellung für Haute Joaillerie, die vom 8. bis 15. April im Fairmont Grand Hotel in Genf stattfand, präsentierte Marco Bicego eine Vorschau auf die neusten Kreationen der vor drei Jahren lancierten Haute-Joaillerie-Linie Alta. In dieser Kollektion teilt die Marke ihre einzigartige Vision des Handwerks. Das Ergebnis ist eine Linie voller Licht, Volumen und strahlenden Farben, inspiriert von der Natur, die sich in 35 aussergewöhnlichen Schmuckstücken widerspiegeln. Alle Stücke werden im Atelier in Trissino, Italien, gefertigt. *sw*



Set aus der Kollektion Africa Alta von Marco Bicego.

## Individuell und flexibel

Die neue Victorinox Dive Pro ist die perfekte Uhr für alle, denen Leistung, Präzision und Exzellenz im Alltag wichtig sind. Jede dieser nach ISO 6425 zertifizierten Taucheruhren ist auf eine Wasserdichtigkeit von 300 Metern getestet und trotz Sand, Schmutz, Stößen und Vibrationen. Alle Premium-Uhren von Victorinox werden in der Schweiz entwickelt und hergestellt. Die neue Kollektion besteht aus acht Modellen in verschiedenen Material- und Farbkombinationen. Der Kunde kann aus zwei Arten von Uhrwerken auswählen: dem Ronda-715-Quarzwerk und dem Automatikwerk Sellita SW 220-1. Es gibt die Uhren mit Gehäusen aus Stahl oder Titan. Beide werden im eigenen Watch Competence Center in Delémont hergestellt. *red.*

[victorinox.com](http://victorinox.com)



Ein Modell mit Kautschukband aus der neuen Kollektion Dive Pro von Victorinox.



HYPOALLERGEN

be'joux

skin friendly jewelry

Zeige wie smart und cool sich be'joux Ohrschmuck anfühlt.



Erfahre mehr über die attraktiven POS-Displays:

041 781 10 00

Zanella Fashion + Design GmbH  
[www.zanellagmbh.ch](http://www.zanellagmbh.ch)

# Who

## RJC, London (UK),

der Responsible Jewellery Council, hat am 4. März die Ernennung von Dave Meleski zum neuen Vorsitzenden bekannt gegeben. Meleski ist Geschäftsführer des amerikanischen Schmuckunternehmens Richline Group. Er folgt auf David Bouffard, der seit 2018 Vorsitzender des RJC war. Die operative Geschäftsführung verbleibt bei Melanie Grant, die seit Januar 2023 im Amt ist.

## Le RJC, Londres (UK),

Responsible Jewellery Council, a indiqué le 14 mars que Dave Meleski avait été élu nouveau président du conseil. M. Meleski est actuellement directeur de l'entreprise joaillière américaine Richline Group. Il succède ainsi à David Bouffard, président du RJC depuis 2018. La direction opérationnelle reste entre les mains de Melanie Grant, en fonction depuis janvier 2023.

## Die NZZ

publizierte am 8. April ein Interview mit Rolex-CEO Jean-Frédéric Dufour und Watches-and-Wonders-Direktor Mathieu Humair. Inhaltlich pikant waren vor allem folgende Passagen: So schreibt die NZZ, Rolex, Patek Philippe und Richemont hätten sich nach dem Untergang der Baselworld dafür eingesetzt, dass es weiterhin eine grosse Uhrenmesse in der Schweiz gebe (ob die Baselworld-Verantwortlichen dies auch so sähen, bliebe zu fragen); zweimal im Interview erwähnt Jean-Frédéric Dufour, dass man es gerne sähe, wenn die Swatch Group in Genf ausstellte („aber leider kommt sie nicht; jedenfalls dieses Jahr nicht“, so Dufour); bezüglich der Aussteller erwähnte Dufour, dass man für Watches-and-Wonders eine Auswahl habe treffen müssen, dabei müsse die Qualität und das Engagement der Leute hinter den Uhren stimmen, denn man wolle keine Opportunisten. Ausserdem auffällig war, dass im gesamten Interview der Schmuckbereich oder Schmuck überhaupt mit keiner Silbe erwähnt wurde, obwohl insbesondere im Zusammenhang mit der Baselworld-Nachfolge eine solche Frage sich geradezu aufdrängt.

## La NZZ

a publié le 8 avril une interview de Jean-Frédéric Dufour, CEO de Rolex, et Mathieu Humair, directeur de Watches and Wonders. Le contenu des passages suivants était particulièrement révélateur: selon la NZZ, Rolex, Patek Philippe et Richemont se seraient accordés, après la fin de Baselworld, pour qu'il reste un grand salon de l'horlogerie en Suisse (à noter que l'on ne sait pas si les responsables de Baselworld voyaient également la situation du même œil); Jean-Frédéric Dufour mentionne à deux reprises dans cette interview que l'on aimerait beaucoup que Swatch Group expose à Genève («mais il n'est pas présent, en tout cas pas cette année»); en ce que concerne les exposants, M. Dufour ajoute qu'il avait fallu faire une sélection pour Watches and Wonders, avec des acteurs horlogers de qualité faisant preuve d'engagement, car les opportunistes n'étaient pas les bienvenus. Autre particularité: le domaine joaillier ou même les bijoux n'ont pas été mentionnés dans toute l'interview, bien qu'une telle question s'imposait en particulier en lien avec la succession de Baselworld.

# Fabrefactum lud zur dritten GV

Am 21. März trafen sich 18 Mitglieder von der „Wissensschmiede der Schmuckbranche“ mit Namen Fabrefactum zur dritten Generalversammlung. Die Co-Präsidenten Bruno Mojonnier und Ruedi Derks begrüßten Goldschmiede, Fachhändlerinnen und Gäste mit der erfreulichen Nachricht, dass der Verein fünf neue Mitglieder bekommen hat und die Anzahl der Aktiven damit auf 36 geklettert ist. Nach dem Austritt von Furrer-Jacot und der Bucherer AG Zürich gehören noch 18 Passivmitglieder dazu. Die Rechnung 2023 und das Budget für das laufende Jahr wurden einstimmig angenommen. Anschliessend standen die Berichte der Arbeitsgruppen auf der Traktandenliste: Immer noch in Arbeit ist die schweizweite Harmonisierung der Eignungsabklärung. Das Ziel soll in zwei bis fünf Jahren erreicht sein. Weiter wird die Zusammenarbeit mit dem Verband VSGU bezüglich Unterstützung von Lehrbetrieben und Lernenden intensiviert und zum Thema Nachfolgeregelung will eine Arbeitsgruppe verschiedene Konzepte erarbeiten. Allseits gelobt wurde die Spezialausgabe, die vom Gold'Or-Team im Januar publiziert worden ist. Im Vorstand von Fabrefactum hat Brigit Ruoff ihren Rücktritt eingereicht. Sie engagierte sich seit 1990, zuerst in der üK-Kommission, dann in der Erfa-Gruppe und schliesslich, seit der Gründung im Herbst 2021, bei Fabrefactum. Ihr Amt übernimmt Melanie Ambros. Wie Bruno Mojonnier betont, würde sich der Vorstand über Zuwachs freuen. „Wir könnten gut noch Leute zur Unterstützung gebrauchen“, sagt er. Bei einem Apéro und bester Stimmung liessen die Anwesenden den Anlass in den Räumen der Schule für Gestaltung in Zürich ausklingen. *db*



Der Vorstand: Ruedi Derks (v.l.), Andrea Ricklin, Ivan Wöhler, die ausscheidende Brigit Ruoff und Bruno Mojonnier.

[fabrefactum.org](http://fabrefactum.org)

# Le nouveau MX-2 Revolt de Badeco

Badeco présente sa nouvelle unité de contrôle hyper-compacte pour micromoteurs MX-2 Revolt avec affichage de vitesse et double sortie moteurs. Le nouveau MX-2 Revolt vient compléter la gamme des unités de contrôle MX en affichant désormais la vitesse de rotation de ses deux micro- et/ou nanomoteurs Badeco sur écran Oled. Cette double innovation au service de l'utilisateur est encore renforcée par un gain substantiel de puissance de l'ordre de 15 pour cent et l'ajout d'un système de mémorisation du mode d'utilisation et de la vitesse programmée. Gain de productivité et de puissance, reproductibilité précise des réglages d'un poste à l'autre, dans un encombrement inchangé et une qualité Swiss Made qui fait la réputation de Badeco. *red.*

[badeco.com](http://badeco.com)

Les MX-2 Revolt sont disponibles en kits prêts à l'usage, en version Strong avec micromoteur RS2000 et pièce à main HP465 ou versions Light avec nanomoteurs RS3000 SP ou V et pièce à main HP460 de dernière génération.



## Schmuck zum Teilen

Die Genfer Schmuckmarke Elke Berr Creations feiert ihr 20-jähriges Bestehen mit einer stilvollen Metamorphose und präsentiert Schmuckstücke, die zum Teilen einladen. So auch die Kollektion „Rock’N Rose“, die vom grossem Können der erfahrenen Schmuckdesigner zeugt. Schwarze und weisse Diamanten zusammen mit rosafarbenen sorgen in antiken oder ausgeprägten Schliffen für ein Wechselspiel von Licht und Schatten. Im kommenden Sommer wird die neue Linie auch mit verschiedenfarbigen Saphiren erhältlich sein. Die Schmuckstücke passen gleichermassen zu Männern wie zu Frauen. Sie lassen sich wunderbar kombinieren und miteinander teilen. Mit hochwertigen Edelsteinen werden einzigartige Geschichten kreiert. Die avantgardistische Lifestyle-Kollektion überschreitet die Grenzen zwischen den Geschlechtern, sie widerspiegelt die Philosophie der Marke und setzt auf Innovation. **db**

[elkeberr.com](http://elkeberr.com)

Schmuckstücke aus der Kollektion „Rock’N Rose“, die nicht nur für Frauen gedacht ist.

## Des bijoux à partager

La marque de bijoux genevoise Elke Berr Creations fête ses 20 ans avec une métamorphose des plus stylées et présente des bijoux qui invitent au partage. C’est le cas de la collection «Rock’N Rose», véritable preuve du grand savoir-faire de ce créateur de bijoux expérimenté. Des diamants noirs et blancs associés à des teintes roses donnent naissance à des jeux de lumière et d’ombres changeants dans des tailles antiques ou affirmées. La nouvelle gamme sera également disponible avec des saphirs de différentes couleurs dès cet été. Ces bijoux sont aussi bien destinés aux hommes qu’aux femmes. Ils peuvent être combinés et partagés à souhait. Des histoires tout à fait uniques sont créées à l’aide de pierres précieuses de grande valeur. Cette collection lifestyle avantgardiste fait sauter les frontières entre les sexes, reflète la philosophie de la marque et mise sur l’innovation. **db**



Les bijoux de la collection «Rock’N Rose» n’ont pas seulement été pensés pour les dames.

Venez nous voir au Salon GemGenève  
(du 9 au 12 mai)  
Stand C92

Besuchen Sie uns an der GemGenève  
(9.-12. Mai)  
Stand C92



## Omega lance un concurrent au COSC

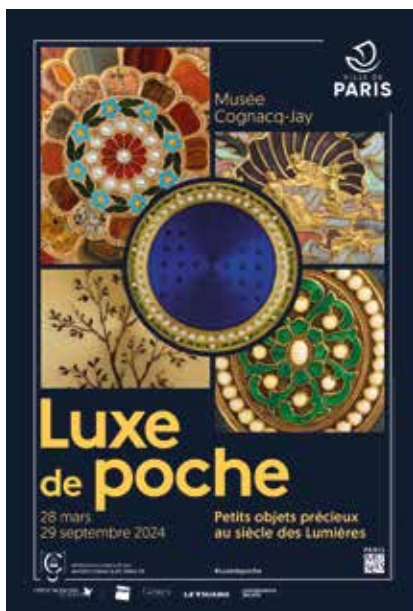
«Omega a décidé que le monde de l'horlogerie doit faire un bond en avant et annonce l'arrivée du Laboratoire de Précision». On n'est jamais mieux servi que par soi-même! Dix ans après le lancement du label Master Chronometer, la marque de Swatch Group annonce sa volonté de remplacer le Contrôle officiel suisse des chronomètres (COSC). Passage obligé de toutes les montres Rolex notamment, l'institution est en place depuis 1973. Avec son Laboratoire de Précision, Omega propose dorénavant une alternative officiellement autorisée par le Service d'Accréditation Suisse (SAS). Ce nouvel acteur se veut neutre, indépendant mais surtout plus précis que ce qu'offre le COSC: «Ces contrôles se veulent extrêmement complets et surtout sans interruption au cours des 15 jours de test – contrairement à la méthode actuelle, qui ne prend des mesures que toutes les 24 heures», mentionne le communiqué. Qui ajoute: «Le Laboratoire de Précision mesure et évalue chaque alternance d'un mouvement avec une précision dix fois supérieure à celle habituellement en vigueur.» Situé à Bienne et Villeret, il sera ouvert à toutes les marques. Reste à savoir si elles suivront. *fe*



Omega lance une alternative au COSC: le Laboratoire de Précision. Ses bureaux seront situés à Bienne et à Villeret.

## Luxe de poche au siècle des Lumières

Le ravissant musée Cognacq-Jaÿ, au cœur du quartier du Marais à Paris, rassemble les œuvres du XVIII<sup>e</sup> siècle acquises entre 1900 et 1927 par Ernest Cognacq, fondateur des Grands Magasins de la Samaritaine, et son épouse Marie-Louise Jaÿ. Jusqu'au 29 septembre, le musée propose une délicieuse exposition intitulée «Luxe de Poche, petits objets précieux au siècle des Lumières». Ces petits objets précieux et sophistiqués en or, enrichis de pierres dures ou précieuses, couverts de nacre, de porcelaine ou d'émaux translucides, parfois ornés de miniatures ont des usages variés et marquent un quotidien raffiné, signe de richesse. La collection convoque à la fois l'histoire de l'art, l'histoire de la mode, celle des techniques et fait résonner ces objets avec des accessoires de mode, des vêtements, le mobilier dans lequel ils sont rangés, etc. Apanage luxueux des monarques, des



membres des familles royales et des cours à travers l'Europe, ces petits objets précieux, portés souvent au plus près de soi, accompagnent leur propriétaire à chaque instant de sa journée. Dans leur fabrication se cristallise la virtuosité et les inventions fabuleuses des meilleurs orfèvres du XVIII<sup>e</sup> siècle. Les charmants objets de la collection Cognacq-Jaÿ sont pour cette exposition enrichis de prêts importants du musée du Louvre, des Arts Décoratifs de Paris, du Château de Versailles, du Palais Galliera (Musée de la Mode), des collections royales anglaises ou du Victoria & Albert Museum (V&A) de Londres. A ne manquer sous aucun prétexte si l'été olympique à Paris vous ennuie! *cdv*

Tabatières, bonbonnières, drageoirs, étuis à cire, boîtes à mouches ou à fard, flacons à parfum, nécessaires de couture, châtelines, lorgnettes et bien d'autres petits objets seront sur le devant de la scène dans ce joli musée du Marais.

*Photo: Musée Cognacq Jaÿ Paris*

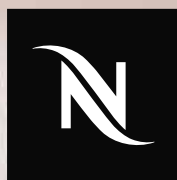
## Orfèvre de la Modernité

La galerie Maison Rapin fait découvrir, jusqu'à la fin avril 2024, 7 Quai de Conti, dans le 6<sup>e</sup> arrondissement de Paris, une magnifique collection de bijoux et art de la table signée de l'artiste Jean Després (1889-1980), surnommé l'Orfèvre de la Modernité.

Il est difficile de dater la modernité car elle varie de génération en génération. Cependant, les années 1930 et 1940, avec les salons des Artistes Indépendants ou de l'Union des Artistes Modernes, sont considérées comme les années «modernes» au sens de l'histoire de l'art de notre époque. Né en 1889 à proximité d'Avallon, Després fera son apprentissage chez un orfèvre parisien du Marais. Lorsque la guerre de 1914 éclate, il est engagé dans l'infanterie puis deviendra dessinateur de pièces au sein du groupe d'aviation. Dès la fin des hostilités, il s'installe à Avallon dans son atelier et y dessine et exécute des bijoux et des pièces d'orfèvrerie. En 1928, il enregistre son poinçon et commence à exposer sous son nom. Dans les Années 1930, il crée des «bijoux moteurs» inspirés de son expérience de dessinateur durant la guerre. Dès la fin des Années 30, il devient un orfèvre incontournable et reçoit la Légion d'Honneur en 1939. Aujourd'hui, il figure parmi les plus grands orfèvres du XX<sup>e</sup> siècle. Ses pièces de formes et ses bijoux figurent dans tous les musées importants. La dernière exposition considérable qui lui a été consacrée date de 2009, aux Arts Décoratifs de Paris. *cdv*



Paire de bougeoirs de Jean Després en métal argenté, env. 1950-1960, semelles et coupelles martelées, futs cylindriques lisses. Poinçon de Maître. H 21,5 - D 16,0. *Photo: Maison Rapin*



**FAITES BONNE IMPRESSION !**

**DES SOLUTIONS CAFÉ POUR DES RELATIONS DURABLES**

Dans les petites entreprises, lorsqu'il s'agit d'établir une nouvelle relation, chaque détail compte.

**NESPRESSO**  
PROFESSIONAL

# Who

## Die Schaffhauser Polizei

hat sich am 8. März nicht gerade mit Ruhm bekleckert. Unbekannte Täter versuchten gemäss den Schaffhauser Nachrichten am Freitagmorgen kurz nach drei Uhr erfolglos mit einem Stein das Schaufenster des Uhren- und Schmuckfachgeschäfts Hannibal am Fronwagplatz 24 einzuschlagen. Das Fenster ging zwar zu Bruch, hielt aber Stand. Die alarmierte Polizei rückte darauf zum Tatort aus, während die Täterschaft sich entfernt hatte. Als die Polizei nach erfolgter Spurensicherung den Tatort wieder verliess, kehrten die Ganoven zurück, brachen das Schaufenster vollends ein und entwendeten drei Uhren im Wert von mehreren zehntausend Franken, wie ein Mitarbeiter der Bijouterie am Morgen bei der Ankunft im Geschäft feststellen musste. Die Kontrolle eines offenen Tatorts gehört offenbar nicht zu den Kernaufgaben der lokalen Polizeiorgane.

## La police schaffhouseise

ne s'est pas vraiment montrée sous son meilleur jour le 8 mars. Selon le Schaffhauser Nachrichten, des malfaiteurs inconnus ont essayé, sans succès, de briser avec une pierre la vitrine d'exposition de la boutique horlogère et joaillière Hannibal sise à la Fronwagplatz 24 ce vendredi matin peu après trois heures. La vitre s'est certes brisée, mais est restée bien en place. Ayant reçu l'alerte, la police s'est rendue sur le lieu du crime, alors que les malfaiteurs s'étaient déjà enfuis. Après sécurisation des empreintes, la police a ensuite quitté les lieux et les malfaiteurs sont revenus sur place pour briser complètement la vitrine et dérober trois montres d'une valeur totale de plusieurs dizaines de milliers de francs, selon les déclarations d'un collaborateur de la bijouterie qui a fait ce constat à son arrivée à la bijouterie le matin suivant. Le contrôle d'une scène de crime ouverte ne fait apparemment pas partie des missions clés des services de police locaux.

## Stan Wawrinka,

Tennisstar und dreifacher Grand-Slam-Gewinner ist seit Anfang April neuer Botschafter der von Norqain. Darüberhinaus ist er auch als finanzieller Partner bei Norqain eingestiegen. Eine Liaison, die passt, trägt der Waadtländer mit seinem dynamischen Spiel und seinem Kämpferherz doch nicht von ungefähr den Übernamen „Stan the Man“, was an Norqains Parade Kollektion „Wild One“ denken lässt. Es ist zwar nicht Wawrinkas erste Zusammenarbeit mit einer Uhrenmarke, bis 2020 war er Botschafter von Audemars Piguet. Die neue Rolle als Norqain-Partner scheint Wawrinka nun aber wie auf den Leib geschneidert, und wer weiss, vielleicht erlebt er auf dem Pariser Sand demnächst noch einmal einen Höhenflug.

## Stan Wawrinka,

star du tennis et triple champion en Grand Chelem, est le nouvel ambassadeur de Norqain depuis début avril. En outre, il a également rejoint la marque de Nidau en tant que partenaire financier. Une alliance qui fait sens, puisque le Vaudois au jeu puissant et au moral de battant n'a pas été affublé du surnom «Stan the Man» pour rien, et que ce surnom fait penser à la collection-phare de Norqain «Wild One». Il ne s'agit là cependant pas de la première collaboration entre Wawrinka et une marque horlogère, puisque le tennisman était ambassadeur d'Audemars Piguet jusqu'en 2020. Ce nouveau rôle de partenaire de Norqain semble avoir été taillé sur mesure pour Wawrinka. Et qui sait, peut-être qu'il connaîtra une nouvelle fois le succès sur la terre battue de Paris cette année.

# Kryptogeld in der Schmuckbranche

Zum Thema Kryptowährungen gehen die Meinungen weit auseinander: Für die einen sind es die Zahlungsmittel der Zukunft, andere denken, dass sie wieder so verschwinden, wie sie gekommen sind. Vielen ist das Ganze einfach zu suspekt und kompliziert. Gold'Or wollte wissen, wie es in unserer Branche aussieht.

Es gibt weltweit immer mehr Geschäfte und Onlineshops, die Kryptowährungen als Zahlungsmittel akzeptieren. Zu den beliebtesten Währungen gehören Bitcoin und Ethereum. Lanciert wurde die Technologie 2009. Inzwischen sind Bitcoin & Co. längst nicht mehr nur ein Spekulationsobjekt für Investoren, sondern sie werden zunehmend auch als Zahlungsmethode anerkannt. Die immer grössere Akzeptanz zieht sich durch alle Branchen, sowohl in Geschäften und der Gastronomie vor Ort als auch bei Onlineshops und Dienstleistungen aller Art. Im Kanton Zug können damit gar Steuern beglichen werden.

Anhand einer Umfrage wollte Gold'Or herausfinden, wie es damit in der Schmuck- und Uhrenbranche bestellt ist. Von den 42 Teilnehmerinnen und Teilnehmern haben gerade mal fünf Geschäfte angegeben, dass sie Kryptowährungen als Zahlungsmittel akzeptieren. Weitere Recherchen haben ergeben, dass die Akzeptanz von Kryptogeldern bisweilen vor allem an Standorten mit internationaler Klientel am Wachsen ist. Die meisten Juweliere lassen heute noch lieber die Finger davon, weil ihnen das Thema zu suspekt, zu unsicher und undurchsichtig erscheint. Bei fast allen Umfrageteilnehmerinnen und Kontaktierten sind bisher noch keine Anfragen von Seiten der Kundschaft eingegangen. Einige sagen, dass sie sich damit beschäftigen werden, sobald sich diese Situation ändert.

## Mit Blick in die Zukunft

Ein Unternehmen, das sich für diese neuen Wege geöffnet hat, ist das Juweliergeschäft von Marco Spitzbarth in Zürich. Anlässlich des 100-jährigen Firmenjubiläums im Jahr 2021 ist er der Frage nachgegangen, wie sich das Gold- und Silberschmieden in den nächsten hundert Jahren entwickeln könnte. Dem Trend der Digitalisierung folgend, ist er auf die nächste Generation von Schmuck- und Sammlerstücken gestossen, die non-fungible Token oder kurz NFT, digitale Unikate oder einfach Kunstwerke auf der Blockchain. Spitzbarth hat gleich selber Hand angelegt, eine Serie von 100 Krypto-Gold-Nuggets kreiert und auf der Ethereum-Blockchain geprägt, oder wie es im Fachjargon heisst „geminted“.

„Bei dieser Gelegenheit mussten wir uns intensiv mit dem Universum Kryptowährungen auseinandersetzen“, erinnert sich Spitzbarth. „So kam es, dass wir gleichzeitig diese digitale Zahlungsmöglichkeit eingeführt haben.“ Genutzt werde sie bisher von weniger als fünf Prozent der Kunden und dies auch nur vor Ort, wo der Kunde identifiziert werden könne. Im Webshop kann nicht mit Kryptogeld bezahlt werden, da bei grösseren Beträgen heute nachgewiesen werden müsse, woher die Zahlungsmittel kommen. Umgerechnet wird zum Tageskurs. Das Kryptogeld bleibt bei Spitzbarth auf einem Konto und werde beispielsweise für neue Nuggets oder als Anlagefond eingesetzt. Spitzbarth ist überzeugt, dass bei steigendem Vertrauen in die Technologie und einer einfacheren Handhabung der Abläufe die Nachfrage immer grösser wird. „Mit der Akzeptanz von Kryptogeldern bieten wir eine zusätzliche Dienstleistung. Aktiv bewerben tun wir diese jedoch nicht“, so der Juwelier. Auch die fünf Teilnehmer der Gold'Or-Umfrage, die Kryptowährungen akzeptieren, gaben an, dass sie keine Werbung dafür machen.

## Enorme Umweltbelastung

Einer, der den Schritt in die Krypto-Welt noch nicht gemacht hat, ist Bruno Mojonier von Mojo Design in Winterthur. Zumindest nicht, was das Geschäft angeht. Privat hat er bereits Erfahrungen damit gesammelt. „Ich habe schon vor ein paar Jahren mit unserer Buchhalterin darüber diskutiert, ob wir da einsteigen sollten. Aber damals war die Handhabung noch sehr kompliziert“, sagt der Goldschmied. In letzter Zeit sei es kein Thema mehr gewesen. Er ist überzeugt, dass die Abwicklung der Zahlungsprozesse immer

einfacher werden, und digitale Zahlungsmittel auch für sein Unternehmen in Zukunft interessant sein könnten. „Im Moment ist alles so volatil, dass es mir ein bisschen wie ein Spiel vorkommt. Wir warten noch ab“, sagt er und ergänzt: „Einen grossen Nachteil sehe ich im enormen Energieverbrauch dieser Zahlungsmittel, das möchte ich lieber nicht unterstützen.“

Damit spricht Mojonier einen grossen, wunden Punkt des digitalen Geldes an. Der hohe Energieverbrauch von Kryptowährungen liegt hauptsächlich in den Mechanismen, die zur Sicherung und Validierung von Transaktionen verwendet werden. Diese Mechanismen, die als „Mining“ bezeichnet werden, erfordern komplexe Rechenprozesse und spezialisierte Hardware, die rund um die Uhr laufen. Es gibt jedoch Bestrebungen, den Energieverbrauch von Kryptowährungen zu reduzieren, beispielsweise durch den Einsatz erneuerbarer Energien oder die Entwicklung energieeffizienterer Mining-Verfahren.

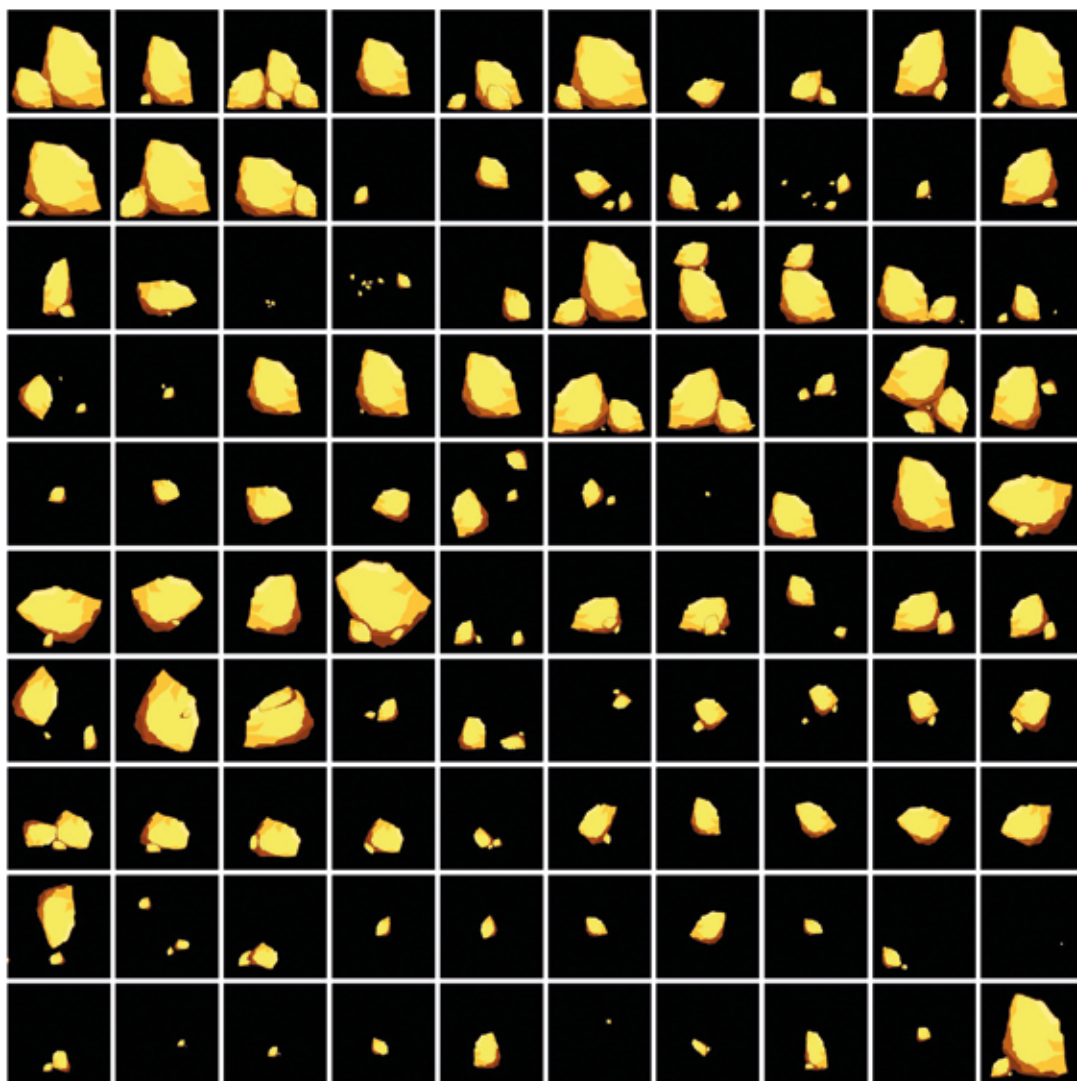
### Das Fazit

Mit Bitcoin und Co. zu bezahlen wird immer einfacher und hoffentlich umweltfreundlicher. Mit der unaufhaltenden Weiterentwicklung der Technologie werden wohl auch diese digitalen Zahlungsmittel an Relevanz gewinnen. Marco Spitzbarth stellt in Bezug auf unsere Branche fest: „Ob wir in 100

Die 100 non-fungible Token (NFT) von Marco Spitzbarth, von denen nur noch wenige zu erwerben sind. „Nicht ohne Stolz dürfen wir behaupten, die ersten Juweliere zu sein, die eine eigene Serie digitaler Sammlerstücke erstellt haben. Dank der Blockchain-Technologie können wir dies sogar beweisen“, so der Zürcher Juwelier.

Jahren immer noch mit Hammer, Feile und Feuer am Material arbeiten oder aus Krypto-Nuggets 3D-Objekte der nächsten Generation anfertigen, bleibt abzuwarten. Wir haben uns jedenfalls auf die Suche begeben und sind auf einen neuen Rohstoff gestossen, mit dem sich Wünsche erfüllen lassen“.

*Daniela Bellandi*



# BIJOUTIL



**Allschwil/Basel - Les Acacias/Genève**  
 Maschinen - Werkzeuge - Fournituren / Machines - Outils - Apprêts  
[www.bijoutil.ch](http://www.bijoutil.ch) - [info@bijoutil.ch](mailto:info@bijoutil.ch)

# Who

## MIH, La Chaux-de-Fonds,

das Musée international d'horlogerie feiert dieses Jahr das 50-jährige Bestehen seiner Räumlichkeiten. Ein erstes Uhrenmuseum wurde in La Chaux-de-Fonds bereits 1902 eröffnet. 1968 folgte die Umbenennung in Musée international d'horlogerie und 1974 konnte schliesslich der futuristische, von den Architekten Pierre Zoelly und Georges-Jacques Haefeli gestaltete Bau des MIH eingeweiht werden. Anlässlich des 50-Jahre-Jubiläums des heutigen Standorts wurde am 23. März die Ausstellung „Brut: 50 ans d'un écrin monumental“ (Roh: 50 Jahre einer monumentalen Schatulle) eröffnet, die die Zeit der Entstehung des heutigen Baus ins Licht rückt. Sie ist bis am 10. November zu sehen. Ebenfalls am 23. März eröffnet worden ist die temporäre Ausstellung zu den Neuerwerbungen des Museums, diese ist bis am 28. Februar 2025 geöffnet.



Monaco und Royal Oak, zwei Ikonen im MIH. / Monaco et Royal Oak, deux icônes au MIH.

## Le MIH, La Chaux-de-Fonds,

Musée international d'horlogerie, fête cette année les 50 ans d'existence de son site. Un premier musée de l'horlogerie a ouvert ses portes à La Chaux-de-Fonds en 1902 déjà. Celui-ci a été renommé Musée international d'horlogerie en 1968 et le bâtiment futuriste du MIH dessiné par les architectes Pierre Zoelly et Georges-Jacques Haefeli a enfin été baptisé en 1974. À l'occasion du 50e anniversaire du site actuel, l'exposition «Brut: 50 ans d'un écrin monumental» revient sur la création du bâtiment. Cette exposition se tiendra jusqu'au 10 novembre. L'exposition temporaire sur les nouvelles acquisitions du musée a elle aussi ouvert ses portes le 23 mars et sera proposée jusqu'au 28 février 2025.

## Das Journal Suisse d'Horlogerie,

informierte am 20. März darüber, dass es gelungen ist, eine vollständige Sammlung des Archivmaterials seit der Gründung der Zeitschrift im Jahr 1876 zu erwerben. Wie Chefredaktor und Herausgeber des JSH, Joël A. Grandjean betont, sei es neben der Sammlung im MIH in La Chaux-de-Fonds sowie einer in der Schweizerischen Nationalbibliothek in Bern die einzige bekannte, die es noch gebe. Eine digitale Publikation der Daten, beispielsweise in Zusammenarbeit mit The Watch Library, wird angestrebt.

## Le journal suisse d'horlogerie

a indiqué le 20 mars qu'il avait réussi à acquérir une collection complète de matériel d'archive remontant à la fondation du journal en 1876. Comme le souligne Joël A. Grandjean, rédacteur en chef et éditeur du JSH, il s'agit là de la seule collection connue avec la collection du MIH à La Chaux-de-Fonds ainsi qu'une autre se trouvant à la Bibliothèque nationale suisse à Berne. Il est prévu de proposer une publication numérique des données, par exemple en collaboration avec The Watch Library.

## SERIE | Les Écoles

# La Watch Sales Academy a 20 ans

Au Locle, la Watch Sales Academy propose une formation de deux ans de conseiller/conseillère de vente en horlogerie avec brevet fédéral depuis 2004. Cette formation proposée en allemand et en français permet aux vendeuses et aux vendeurs des commerces spécialisés en horlogerie d'étoffer leurs compétences opérationnelles dans leur quotidien professionnel. Elle offre également à un cercle élargi de spécialistes l'opportunité de compléter leurs connaissances spécialisées.

La Watch Sales Academy a été fondée au Locle en 2004 à l'initiative de l'Association des fabricants et détaillants en horlogerie, marché suisse, (AMS) ainsi que de l'Association Suisse des magasins spécialisés en Horlogerie et Bijouterie (ASHB). L'idée de base était, pour l'AMS, de proposer aux membres de l'association, à savoir les commerçants et les bijoutiers ainsi que leur personnel de vente, une opportunité solide de se former dans le domaine de l'horlogerie avec un brevet fédéral à la clé. Dans ce cadre, il s'agit de transmettre aux collaborateurs et collaboratrices intéressés les meilleures connaissances possibles en horlogerie en vue d'une application pratique. Et ceci concerne aussi bien le domaine technique que les formations relatives aux entretiens et à la vente dans le contexte du contact avec la clientèle.

Sylvain Varone est le directeur de Watch Sales Academy depuis 2019. Au bénéfice d'une formation d'horloger et de technicien en microtechnique (ES) dans le domaine de la restauration de montres, M. Varone est actif dans la branche horlogère depuis 25 ans. Il a notamment travaillé pour des marques renommées telles que Breguet et Parmigiani Fleurier. Il a par la suite été responsable de la formation des horlogères et des horlogers à l'école technique du Locle pendant 15 ans. Il assume par ailleurs un poste de formateur dans les domaines de la culture, de l'histoire et de la technique horlogère au sein de la Watch Sales Academy depuis sa fondation.

La formation en cours d'emploi de conseiller/conseillère de vente en horlogerie avec brevet fédéral est proposée sous forme de blocs: l'enseignement a lieu toutes les trois semaines pendant deux ans les mercredis et les jeudis à l'école du Locle (pas de cours en juillet, en août et en décembre). La formation comporte quatre modules: «Hospitality», «Horlogerie», «Bijouterie & Design» et «Droit & Economie». M. Varone souligne que le domaine de formation «Hospitality» (8 jours) a été intégralement remodelé il y a quelques années et est fondamentalement consacré aux solutions permettant de créer et d'entretenir une relation professionnelle la plus authentique et personnelle possible avec la clientèle. Il s'agit ici en premier lieu de développer une connaissance de sa propre personnalité qui représente la base de la compréhension des besoins de la clientèle. Cette analyse et ce développement de la personnalité sont effectués sur la base du concept d'apprentissage certifié «Persolog». La transmission des connaissances est ici toujours basée sur la relation avec la clientèle. M. Varone ajoute que cet enseignement lié à la clientèle



La formation en cours d'emploi à la Watch Sales Academy permet d'accéder au «Brevet fédéral de conseillère ou conseiller de vente en horloger» en deux ans.



donne une signification différente aux connaissances spécialisées transmises pour les étudiantes et les étudiants, les rendant plus vivantes et plus proches de la réalité.

Le domaine «Horlogerie», le plus grand bloc de formation avec 24 jours, est consacré aux bases de la technique horlogère. Les contenus d'apprentissage ont ici été adaptés au fil des ans en tenant compte des innovations de l'industrie. Le silicium n'était par exemple pas encore très important en 2004, alors qu'il se retrouvait sur toutes les langues dix ans plus tard. Ce module comporte également des visites de fournisseurs horlogers et de marques. Ici aussi, les connaissances en lien avec les bases et rapports techniques sont toujours transmises avec l'échange clientèle en ligne de mire: «Nous voulons former des experts qui comprennent l'horlogerie et peuvent transmettre cette compréhension de manière authentique à la clientèle», explique M. Varone.

Le domaine «Bijouterie & Design» (4,5 jours) est axé sur les bases de la clientèle de métaux précieux, de la gemmologie et de la réalisation de bijoux ainsi que la compréhension du design horloger. Selon M. Varone, la partie design de ce domaine est tout à fait extraordinaire en son genre et a pour objectif de permettre au personnel de vente d'intérioriser la nature d'une montre dans son intégralité et de transmettre cela de manière personnelle et authentique à la clientèle. Ce module aborde également les domaines de l'éthique et de la durabilité. La Swiss Better Gold Association transmettra par exemple en septembre des informations sur le thème de l'or social et écologique dans le cadre d'un cours. Un représentant de l'association AQC, qui représente les fabricants de bracelets cuir pour la Haute Horlogerie participera à l'actualisation du cours sur les bracelets.

Le quatrième module de formation «Droit & Economie» (2,5 jours) se concentre sur les thématiques du swiss made et des contrefaçons de montres, du droit et de l'économie. Le bloc de cours sur les contrefaçons donné par la Fédération de l'industrie horlogère suisse FH se penche sur les modalités adoptées lorsqu'un client se présente en boutique avec une contrefaçon ou commande une contrefaçon sur Internet.

## Contenu d'apprentissage structuré

Les quatre modules d'apprentissage ne sont pas abordés de manière chronologique, les uns après les autres, mais s'articulent logiquement



Les étudiants du cycle 2023/24 devant le bâtiment de la Watch Sales Academy à l'avenue de l'Hôtel-de-Ville au Locle. Tout à gauche Sylvain Varone (directeur), tout à droite Cyrano Devanthey (enseignant en technique horlogère).

les uns avec les autres en proposant des changements graduels, conformément à un concept pédagogique. Sylvain Varone explique qu'à chaque étape d'apprentissage, la matière abordée auparavant est réintégrée de sorte à obtenir et à bénéficier au final d'une progression régulière de l'apprentissage. Un aspect est important dans ce cadre: les contenus d'apprentissage sont toujours considérés selon la perspective des différentes relations avec la clientèle. Un aspect sera en effet transmis différemment à un client bénéficiant d'une formation technique qu'à un client ne disposant que de connaissances minimes.

La Watch Sales Academy compte aujourd'hui quatorze enseignantes et enseignants. Les cours sont donnés en français et en allemand, avec deux classes de douze élèves au maximum suivies en parallèle. S'il y a plus de douze inscriptions dans une langue, les étudiantes et les étudiants sont répartis dans deux classes. Un nouveau cursus de deux ans débute chaque mois de septembre et un cursus supplémentaire peut aussi être proposé dès février s'il y a beaucoup d'inscriptions. Dans ce cas, les blocs de cours sont agencés de manière plus compacte, de sorte que la formation se termine également en juin de l'année suivante. Les examens oraux et écrits ont enfin lieu pendant trois jours au mois de septembre.

Si l'école est ouverte à toutes les personnes en lien avec à l'horlogerie et la relation client, Les conditions d'admission aux examens finaux sont les suivantes: être titulaire d'un certificat fédéral de capacité dans le domaine du commerce de détail ou de l'horlogerie (ou d'un titre au moins équivalent) avec deux ans d'expérience professionnelle consécutifs dans le secteur de l'horlogerie; ou, sans certificat fédéral de capacité, mais avec au moins 4 années d'expérience professionnelle dans le domaine de l'horlogerie.

La prochaine formation de deux ans débutera en septembre et se terminera en juin 2026. Les frais de cours sont de 8300 francs au total (matériel inclus) et la taxe d'examen est de 1000 francs. Ces frais de formation sont de 2300 francs pour les personnes dont l'employeur est membre de l'ASHB, de l'AMS ou de la Fédération Horlogère FH. Il est enfin possible de déposer une demande de bourse auprès de la Confédération pour une réduction de moitié des frais de formation. Les formulaires d'inscription sont disponibles sur le site Internet de la Watch Sales Academy.

**Marcel Weder**



Sylvain Varone, directeur de la Watch Sales Academy et Patrizia Viccaro, responsable du secrétariat.

[watchesalesacademy.ch](http://watchesalesacademy.ch)

# Who

## **Diamant-wissen.de**

heisst eine neue, von den deutschen Branchenverbänden BV Schmuck+Uhren (Industrie), dem Handelsverband Juweliere BVJ, dem Bundesverband der Edelstein- und Diamantindustrie e. V. sowie dem Zentralverband der deutschen Goldschmiede und Juweliere initiierte Webseite mit Informationen rund um das Thema der natürlichen und der synthetischen Diamanten. Selbsterklärtes Ziel der Seite ist es, Endkunden unabhängig zu informieren und sie bei der Kaufentscheidung verlässlich zu unterstützen. Dazu gehört auch die Information über die richtige Terminologie, die gegenüber den Verbrauchern beim Verkauf von Diamanten zugänglich gemacht werden sollte. Der Zugang zu allen angebotenen Informationen ist offen und kostenfrei.

## **Diamant-wissen.de**

est le nom d'un nouveau site, créé par les associations de branche BV Schmuck + Uhren (industrie), BVJ Handelsverband Juwelier (BVJ), Bundesverband der Edelstein- und Diamantindustrie e. V. et Zentralverband der deutschen Goldschmiede und Juweliere, qui propose des informations en lien avec la thématique des diamants naturels et des diamants synthétiques. L'objectif autodéclaré de cette page Internet est de fournir aux clients finaux des informations indépendantes et fiables afin de les assister dans leurs décisions d'achats. S'inscrit notamment dans le cadre de ces informations la terminologie correcte qui devrait être rendue accessible au consommateur lors de l'achat de diamants. L'accès à toutes les informations proposées est libre et gratuit.

## **Aerowatch SA, Saignelégier,**

wurde von der Zeitung Blick in der Kategorie „Uhren und Schmuck“ mit dem ersten Preis für den besten Kundenservice 2024 ausgezeichnet. Die Rangliste Top Kundenservice der Schweiz 2024 basiert auf einer unabhängigen Befragung unter Schweizerinnen und Schweizern aus der Deutsch- und Westschweiz, die in den vergangenen drei Jahren etwas gekauft beziehungsweise eine Dienstleistung in Anspruch genommen haben. Die Daten wurden in Zusammenarbeit mit Statista erhoben. Der Befragungszeitraum dauerte vom 18. September bis 25. Oktober. Die Berechnung der Punkte basierte zur Hälfte auf der Bereitschaft zum Weiterempfehlen. Die anderen 50 Prozent setzten sich aus den Bereichen Erreichbarkeit, Freundlichkeit, fachliche Kompetenz und Lösungsorientierung zusammen. Maximal konnten 10 Punkte vergeben werden. Mit 8,93 erzielte Aerowatch den besten Schnitt, gefolgt von Breitling (8,87), Tissot (8,85), Omega (8,75) und Swatch (8,73)

## **Aerowatch SA, Saignelégier**

a été distinguée par Blick avec le premier prix récompensant le meilleur service à la clientèle 2024 dans la catégorie «Horloges et bijoux». Le classement des meilleurs services à la clientèle de Suisse en 2024 est basé sur un sondage indépendant mené auprès des Suissesses et des Suisses alémaniques et romands, qui ont acheté quelque chose ou ont bénéficié d'une prestation au cours des trois dernières années. Ces données ont été relevées en collaboration avec Statista. Le sondage s'est déroulé du 18 septembre au 25 octobre. Les points ont été calculés pour moitié sur la base de la tendance des clients à recommander le prestataire. L'autre moitié tenait compte d'aspects tels que l'accessibilité, l'amabilité, la compétence technique et l'orientation sur les solutions. Il était possible d'attribuer dix points au maximum. Avec ses 8,93 points, Aerowatch a atteint la meilleure moyenne devant Breitling (8,87), Tissot (8,85), Omega (8,75) et Swatch (8,73).

## SERIE | Die Schulen

# 20 Jahre Watch Sales Academy

Seit 2004 bietet die Watch Sales Academy in Le Locle eine zweijährige Ausbildung zum/r Kundenberater/-in im Uhrenverkauf mit Eidgenössischem Fachausweis an. Der auf Deutsch und Französisch belegbare Ausbildungsgang ermöglicht dem Verkaufspersonal des Uhrenfachhandels, seine operationellen Kompetenzen für den Berufsalltag auszubauen. Sie bietet auch einem erweiterten Kreis von Fachleuten die Chance, ihre Sachkenntnisse zu komplettieren.

Die Watch Sales Academy in Le Locle ist 2004 durch die Initiative des Uhrenverbandes AMS (Association des fabricants et détaillants en horlogerie, marché suisse) sowie des Verbandes Schweizer Goldschmiede- und Uhrenfachgeschäfte (VSGU) gegründet worden. Kernidee war es, seitens des Verbandes AMS den Verbandsmitgliedern, sprich Händlern und Juwelieren und deren Verkaufspersonal, eine fundierte Weiterbildungsmöglichkeit im Bereich Uhrmacherei mit Eidgenössischem Fachausweis anzubieten. Dabei geht es darum, den Mitarbeitenden bestmögliche Uhrenkenntnisse für den Einsatz in der Praxis zu vermitteln. Dies sowohl im technischen Bereich als auch hinsichtlich der Gesprächs- und Verkaufsschulung im Umgang mit den Kunden.

Direktor der Watch Sales Academy ist seit 2019 Sylvain Varone. Der gelernte Uhrmacher und Mikrotechniker (HF) im Bereich Uhren-Restaurierung ist seit 25 Jahren in der Uhrenbranche aktiv. Er arbeitete für renommierte Marken wie Breguet und Parmigiani Fleurier. Später war er 15 Jahre verantwortlich für die Uhrmacherausbildung an der Technischen Schule in Le Locle. An der Watch Sales Academy ist Varone zudem bereits seit deren Gründung als Ausbilder im Bereich Kultur, Geschichte und Technik der Uhrmacherei tätig.

## Kundenbezogener Unterricht

Die berufsbegleitende Ausbildung zum Kundenberater/-in im Uhrenverkauf mit eidgenössischem Fachausweis erfolgt blockweise: Der Unterricht findet alle drei Wochen, aufgeteilt auf zwei Jahre, jeweils am Mittwoch und Donnerstag an der Schule in Le Locle statt (im Juli, August und Dezember ist kein Unterricht). Die Ausbildung ist in die vier Module Hospitality, Uhrmacherei, Schmuck & Design sowie Recht & Wirtschaft gegliedert. Im Ausbildungsbereich Hospitality (8 Tage), der, wie Varone betont, vor wenigen Jahren grundlegend reformiert worden ist, geht es im Kern darum, wie man mit dem Kunden eine professionelle Beziehung aufbaut und pflegt, die möglichst authentisch und persönlich sein soll. Es geht dabei zunächst um das Entwickeln der Kenntnis der eigenen Persönlichkeit, welche die Grundlage für das Verstehen der Kundenbedürfnisse darstellt. Diese Persönlichkeitsanalyse und -entwicklung erfolgt auf Basis des zertifizierten Lernkonzepts „Persolog“. Die Basis der Wissensvermittlung bildet dabei stets die Beziehung zum Kunden. Wie Varone betont, verändert dieser kundenbezogene Unterricht die Bedeutung der vermittelten Fachkenntnisse für die Studierenden grundlegend und macht diese lebendig und realitätswirksam.

Im Bereich Uhrmacherei, mit 24 Tagen der grösste Ausbildungsblock, geht es um die Grundlagen der Uhrentechnik. Die Lerninhalte wurden im Laufe der Jahre fortwährend den Innovationen seitens der Industrie angepasst. 2004 war beispielsweise noch wenig vom Material Silizium die Rede, während es zehn Jahre später in aller Munde war. Teil des Moduls bilden auch Besuche bei Uhrenzulieferern und Marken. Auch hier geschieht die Wissensvermittlung der technischen Grundlagen und Zusammenhänge jeweils mit Blick auf den Kundenaustausch: „Wir wollen Experten ausbilden, die die Uhrmacherei verstehen und dies den Kunden authentisch vermitteln können“, so Varone.

Im Bereich Schmuck & Design (4,5 Tage) geht es um die Grundlagen der Edelmetallkunde, der Gemmologie und der Schmuckfertigung sowie um das Verständnis für Uhrendesign. Gerade der Designbereich, so Varone, sei in seiner Art aussergewöhnlich und bezwecke, dass das Verkaufspersonal die Natur einer Uhr in ihrer Ganzheit

# Profiwerkzeuge für Gravierarbeit und Steinfassung Outils professionnels pour travail de gravure et sertissage



**GraverMach**  
Druckluftsystem  
Système à air comprimé



**MicroBlock**  
Werkstückfixierung  
Prise de pièce



**GraverHone**  
Werkzeug schärfen  
Outils d'affûtage

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

Finanzierung / Financement  
Schulung / Formation  
Service / Entretien  
Vertrieb / Vente  
GRS-Generaalvertretung 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

verinnerliche und dies den Kunden persönlich und authentisch vermitteln könne. Ebenfalls Teil sind die Bereiche Ethik und Nachhaltigkeit. Ab September wird die Swiss Better Gold Association Informationen zum Thema soziales und ökologisches Gold im Unterricht präsentieren. Auch ein Vertreter der Vereinigung AQC, die Hersteller nachhaltiger Lederwaren der Haute Horlogerie vertritt, wirkt bei der Aktualisierung der Lektionen zu den Uhrenbändern mit.

Das vierte Ausbildungsmodul Recht und Wirtschaft (2,5 Tage) beinhaltet die Themen Swiss made und Uhrenfälschungen, Recht sowie Betriebswirtschaft. Im Kursblock zu den Fälschungen, der vom Uhrenverband FH unterrichtet wird, geht es etwa darum, was passiert, wenn ein Kunde mit einer Fälschung ins Geschäft kommt oder eine Fälschung im Internet bestellt.



Unterricht im Bereich Uhrentechnik bei Cyrano Devanthey.

## Strukturierter Lerninhalt

Die vier Lernmodule werden nicht chronologisch hintereinander behandelt, sondern bauen, einem pädagogischen Konzept entsprechend, schrittweise einander abwechselnd und logisch verzahnt, aufeinander auf. In jeder Lernetappe wird das unmittelbar vorher Behandelte wieder miteinbezogen, sodass am Ende ein sukzessiver Lernfortschritt erzielt und erfahren wird, so Sylvain Varone. Ein wichtiger Aspekt bleibt dabei, dass die Lerninhalte immer mit Blick auf die jeweilige Kundenbeziehung betrachtet werden – einem technisch geschulten Kunden muss ein Aspekt anders vermittelt werden als einem Laien mit geringen Fachkenntnissen.

Derzeit sind rund 14 Dozierende für die Watch Sales Academy tätig. Die Kurse finden auf Französisch und Deutsch statt, mit zwei parallel geführten Klassen mit jeweils maximal zwölf Schülern. Bei mehr als zwölf Anmeldungen in einer Sprache werden die Schüler auf zwei Klassen aufgeteilt. Jeden September beginnt ein neuer Zweijahreskurs, bei vielen Anmeldungen kann auch ein zusätzlicher Kurs im Februar starten. In diesem Fall werden die Unterrichtsblöcke dichter getaktet, sodass das Ausbildungsende ebenfalls im Juni des Folgejahrs erfolgt. Die mündlichen und schriftlichen Prüfungen finden anschliessend im September während drei Tagen statt.

Die Ausbildung ist vorgesehen für Personen mit Bezug zur Uhrenindustrie sowie im Uhrenverkauf tätige mit Kundenbezug. Zulassbedingungen für die Abschlussprüfungen sind dabei entweder eine abgeschlossene EFZ-Berufsausbildung im Bereich Einzelhandel, Uhrmacherei (oder eine gleichwertige Qualifikation) mit zusätzlich zwei Jahren ununterbrochener Berufserfahrung im Bereich Uhrmacherei; oder keine EFZ-Ausbildung, dafür aber mindestens vier Jahre Berufserfahrung im Bereich Uhrmacherei.

Die nächste zweijährige Ausbildung beginnt im September und endet im Juni 2026. Die Kurskosten betragen insgesamt 8300 Franken (inkl. Materialien), die Prüfungsgebühr liegt bei 1000 Franken. Für Personen, deren Arbeitgeber Mitglied des VSGU, der AMS oder des Uhrenverbands FH sind, liegen die Ausbildungskosten bei 2300 Franken. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, beim Bund einen Stipendien-Antrag auf Halbierung der Kurskosten zu stellen. Anmeldeformulare finden sich auf der Webseite der Watch Sales Academy.

Marcel Weder

watchsalesacademy.ch

# Patente im Aufwind

Das Europäische Patentamt verzeichnete für das Jahr 2023 einen Zuwachs der Patentanmeldungen um 2,9 Prozent. Ebenfalls deutlich angestiegen sind die Anmeldungen aus der Schweiz (+2,7%). Kein Land – weltweit – verzeichnet eine derart hohe Zahl von Anmeldungen pro Kopf wie die Schweiz.

Patente sind en vogue. Noch nie hat das Europäische Patentamt (EPA) mit Sitz in München so viele Patentanmeldungen registriert wie 2023. Mit 199'275 Anmeldungen wurde ein neuer Rekordwert erreicht, gegenüber dem Vorjahr waren es 2,9 Prozent mehr. Bereits in den Vorjahren 2021 und 2022 hatte sich die Zahl der Anmeldungen um 2,6 beziehungsweise 4,7 Prozent erhöht. Der Aufwärtstrend hält also weiter an.

## Patentmeisterin Schweiz

Eine besondere Rolle im Patentgeschäft nimmt die Schweiz ein. Für 2023 zählte das EPA 9410 Patentanmeldungen aus dem helvetischen Alpenland, das waren 2,7 Prozent mehr als im Vorjahr, ein Wert, der ebenfalls einem neuen Höchststand entspricht. Damit liegt die Schweiz hinter den USA (24,2%), Japan (10,8%), China (10,4%), Südkorea (6,3%), Deutschland (12,5%) und Frankreich (5,4%) mit einem Anteil von 4,7 Prozent an der siebten Stelle, was die meisten Anmeldungen pro Land beim EPA betrifft. Europaweit verzeichnet sie am drittmeisten Anmeldungen.

*„Unsere Zahlen zeigen klar, die Schweizer sind besonders erfinderisch.“*

*Ilja Rudyk, EPA*

Unangefochtene Spitzenreiterin ist die Schweiz, was die Anzahl der Patentanmeldungen pro Kopf der Bevölkerung betrifft. Nicht weniger als 1085 Anmeldungen pro eine Million Einwohner sind aus der Schweiz 2023 beim EPA erfolgt. Mit deutlichem Abstand folgen auf dem zweiten Platz Schweden (495 Anm./1 Mio.), auf Platz 3 Dänemark (445 Anm./1 Mio.) und auf dem vierten Platz Finnland (422 Anm./1 Mio.). Dass die Schweiz selbst die skandinavischen Technologie-Hochburgen so deutlich hinter sich lässt, zeigt ihre hohe Innovations- und Forschungskraft. Wie Ilja Rudyk vom EPA betont, ist ein möglicher Grund in der Schweizer Universitätslandschaft zu suchen, denn Hochschulen wie die ETH in Zürich oder die EPFL Lausanne seien tatsächlich sehr anmeldestark, so Rudyk.

## Medizin- und Messtechnik führend

Das führende Technologiefeld für Patentanmeldungen aus der Schweiz war erneut die Medizintechnik mit 1010 Anmeldungen. Europaweit belegt die Schweiz damit den zweiten Platz in diesem Sektor – hinter Deutschland – und liegt weltweit auf Platz drei. Auf dem zweiten Rang in der Rangliste für die Schweiz liegen die Konsumgüter (+11,9% zum Vorjahr 2022), gefolgt von der Messtechnik (+3,8%). Eine starke Zunahme der Patentanmeldungen aus der Schweiz wurde ausserdem für das Transportwesen verzeichnet, das auch die Automobilbranche

umfasst (+27,2% gegenüber 2022), sowie für Chemie (+17,2%) und Elektrotechnik (+14,4%).

## Swatch Group auf Rang 6

Was die Unternehmen betrifft, stammten aus der Schweiz die meisten Anmeldungen beim EPA vom Basler Pharma-Unternehmen Hoffmann-La Roche (754 Anm.). Die Swatch Group, die traditionell sehr eifrig Patente anmeldet, belegte mit insgesamt 233 Anmeldungen den sechsten Rang. 145 dieser Anmeldungen tätigte die Swatch Group im Bereich Messtechnik. Das nächstfolgende Unternehmen aus der Uhrenbranche war die Genfer Marke Rolex, die 35 Anmeldungen tätigte und damit schweizweit auf Platz Rang 29 zu liegen kam.



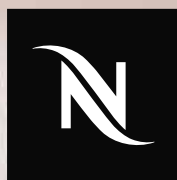
Die Schweiz meldet pro eine Million Einwohner mit grossem Abstand am meisten Patente beim Europäischen Patentamt EPA an. Grafik: EPA

## Das neue Einheitspatent

Seit dem 1. Juni 2023 können Erfinderinnen und Erfinder zudem das neue Einheitspatentsystem nutzen. Damit profitieren sie von einem kostengünstigen und einfachen Patentschutz in derzeit 17 EU-Mitgliedstaaten, in denen das europäische Patent mit einheitlicher Wirkung gilt. Der Rechtsweg kann vor dem ebenfalls neu geschaffenen, zentralen Einheitlichen Patentgericht beschritten werden. Seit dem Start des Einheitspatentsystems war für 17,5 Prozent aller europäischen Patente, die 2023 erteilt worden sind, einheitliche Schutzwirkung beim EPA beantragt worden. In der Schweiz betrug die Akzeptanzquote 24,1 Prozent (knapp unter dem Durchschnitt von 25,8% der 39 Mitgliedstaaten der Europäischen Patentorganisation). Patentinhaber aus der Schweiz stellten 1002 Anträge auf einheitlichen Patentschutz für ihre im Jahr 2023 erteilten europäischen Patente. Insgesamt wurden mehr als 18'300 solcher Anträge gestellt. Zwei Drittel der Patentinhaber, die ein europäisches Einheitspatent beantragt haben, stammen aus Europa. red.

## Patenthochburg EPA

Mit 6300 Beschäftigten ist das Europäische Patentamt (EPA) eine der grössten Behörden in Europa. Sein Hauptsitz ist in München; Niederlassungen gibt es in Berlin, Brüssel, Den Haag und Wien. Das EPA wurde 1977 mit dem Ziel gegründet, die Zusammenarbeit zwischen den Staaten Europas auf dem Gebiet des Patentwesens zu stärken. Dank des zentralisierten Verfahrens vor dem EPA können Erfinderinnen und Erfinder hochwertigen Patentschutz in bis zu 45 Staaten erlangen, die zusammen einen Markt von rund 700 Millionen Menschen umfassen. red.



**MACHEN SIE EINEN GUTEN EINDRUCK!**

**KAFFEE-LÖSUNGEN FÜR DAUERHAFT BEZIEHUNGEN**

Wenn es in kleinen Unternehmen um den Aufbau einer neuen Beziehung geht, zählt jedes Detail.

**NESPRESSO**  
PROFESSIONAL

# Who

## **Wermelinger Goldschmiede, Luzern,**

feiert das Jubiläum ihres 25-jährigen Bestehens. Der Luzerner Goldschmied Beat Wermelinger hat sein Geschäft 1999 an der Hirschmattstrasse 19A eröffnet und ist dem Standort bis heute treu geblieben. Seine Lehre hat der heute 72-jährige Goldschmied seinerzeit im Ateliergeschäft von Karl Anderegg in Luzern absolviert. Später war der gebürtige Luzerner während 27 Jahren im Geschäft von Jean-Pierre Boss an der Kramgasse 1 tätig, wo er mit vielen kreativen Freiheiten eine wundervolle Zeit verbrachte, bevor er sich 1999 selbständig machte. Beat Wermelinger übt seinen Beruf auch heute mit viel Leidenschaft und Begeisterung aus. Neben seinen Eigenkreationen ist er spezialisiert auf den Handel mit antiken Schmuckstücken und Objekten. Darüber hinaus schlägt sein Herz immer noch bei jedem schönen Edelstein höher und es falle ihm nicht leicht, schönen Exemplaren zu widerstehen, so Wermelinger. Auch wenn er sich gut vorstellen kann, sein Geschäft noch viele Jahre weiter zu betreiben, würde er sich darüber freuen, wenn eine jüngere Fachkraft Interesse an einer Übernahme des Lokals zeigte. Wie Beat Wermelinger betont, wäre der Kapitalaufwand sicher überschaubar.

## **Wermelinger Goldschmiede, Lucerne**

fête ses 25 ans. Beat Wermelinger a ouvert sa boutique à la Hirschmattstrasse 19A en 1999, et cette adresse est aujourd'hui encore d'actualité. Natif de Lucerne, le bijoutier de 72 ans a suivi son apprentissage dans l'atelier de Karl Anderegg à Lucerne. Il a ensuite été actif pendant 27 ans dans la boutique de Jean-Pierre Boss, à la Kramgasse 1. Il a ainsi passé d'excellentes années avec beaucoup de liberté créative, avant de se mettre à son compte en 1999. Beat Wermelinger exerce aujourd'hui encore sa profession avec beaucoup de passion et d'enthousiasme. Outre ses propres créations, il s'est spécialisé dans le commerce de bijoux et d'objets antiques. Il est par ailleurs passionné par les pierres précieuses et dit avoir toujours autant de peine à résister aux plus beaux spécimens. Même s'il peut tout à fait s'imaginer gérer sa boutique pendant encore de nombreuses années, il serait très heureux que de jeunes professionnels montrent un intérêt à reprendre l'atelier. Et Beat Wermelinger d'ajouter que l'investissement en capital serait tout à fait raisonnable.

## **Audemars Piguet, Le Brassus,**

eröffnet 2026 in der Genfer Innenstadt sein zweites AP House in der Schweiz. Das erste war 2022 in Zürich im Leuenhof in der ehemaligen Schalterhalle der Bank Leu an der Bahnhofstrasse eröffnet worden. Der neue Genfer Standort wird in einem Gebäude an der Ecke Rue du Stand/Place de Hollande liegen, das bis dahin aufwändig modernisiert wird. Audemars Piguet führt weltweit rund 20 AP Houses, das erste war 2017 in Mailand eröffnet worden.

## **Audemars Piguet, Le Brassus**

ouvrira en 2026 sa deuxième AP House de Suisse en ville de Genève. La première a ouvert ses portes en 2022 à Zurich, au Leuenhof, dans l'ancien hall des guichets de la banque Leu à la Bahnhofstrasse. Le nouveau site de Genève se trouvera dans un bâtiment, à l'angle de la Rue du Stand et de la Place de Hollande, qui sera tout d'abord modernisé. Audemars Piguet compte près de 20 AP Houses dans le monde entier. La première a ouvert ses portes en 2017 à Milan.

# „Das Inova-Feeling soll wieder aufleben“

In diesem Jahr hat die Inova Collection gleich zwei Neuerungen zu vermelden: Nach einer Austragung in Frankfurt kehrt die Fachmesse an ihren angestammten Messeplatz in Hofheim-Wallau zurück. Für die Durchführung ist seit Februar Projektleiterin Verena Westphal zuständig.

## **Gold'Or: Verena Westphal, wie waren Ihre ersten drei Monate als Messeleiterin der Inova Collection?**

Verena Westphal: Auf jeden Fall spannend. Zwar war die Inova Collection mit Übernahme der Messeleitung kein Neuland mehr für mich, aber dennoch herausfordernd. Seit Februar bin ich nun tiefer in die Schmuckwelt eingetaucht und bin dabei, eine wunderbare Branche kennenzulernen – das macht viel Spass und motiviert mich und mein Team.

## **Nach einer Austragung in Frankfurt haben die Verantwortlichen der Inova zusammen mit den Ausstellern entschieden, auf das Messegelände in Hofheim-Wallau zurückzukehren. Wie laufen die Vorbereitungen zur „neuen alten Messe“?**

Die Vorbereitungen laufen sehr gut. Wir sind seit April ausgebucht und somit mehr als zufrieden. Gegen Ende April beginnen wir mit der Aufplanung und geben dem Ganzen dann einen strukturellen Rahmen.

## **Was machen Sie wie bisher, was wird neu sein?**

Altbewährtes innovativ und zeitgemäss inszeniert – das wird die Inova Collection 2024. In diesem Jahr fokussieren wir uns in den beiden Hallen des Messecenters Hofheim Rhein-Main auf ein kuratiertes und selektives Markenportfolio. Natürlich soll auch das in Frankfurt vermisste Inova-Feeling wieder aufleben: Kostenfreie Serviceleistungen, ein neuer Besucherparkplatz inklusive Shuttleservice in unmittelbarer Nähe zum Messegelände und unser beliebtes Grill- und BBQ-Catering werden für die nötige Wohlfühl-atmosphäre sorgen. Darüber hinaus bieten praxisnahe Workshops, die Inova Night und unser Nachwuchswettbewerb „die Goldene Nova“ wieder viel Raum für Dialog und Vernetzung.

## **Können Sie schon etwas zu den Ausstellern sagen?**

Unter den bisherigen Ausstellern sind „alte Bekannte“ wie Fritsch Sterling, Bedra, Boccia Titanium, Breuning, Diamond Group, Fischer Trauringe, ILR Collection, Hesse, M&M, Palido, Rolf Cremer, Una, Varell, Yvette Ries und Zaremski, aber auch Erstaussteller in Wallau wie Bruno Söhnle, Bullheimer, FH Trautz GmbH, Ganpati Edelstein, gemhype.com, H. Rudolf Becker, Mig-O-Mat, Sternglas und Vater & Sohn. Besonders freuen wir uns über Marken wie Filius Zeitdesign und Kühnel Trauringe, die letztes Jahr pausiert haben und wieder in Wallau mit dabei sind.

## **Welches sind Ihre persönlichen Ziele für die Inova Collection?**

Aktuell freue ich mich mit der Durchführung Ende August auf ein branchenfokussiertes Community-Format in familiärer Atmosphäre. Langfristig ist es unser Ziel, mit der Inova Collection eine verlässliche, bedarfsgerechte und profilierte Schmuckmesse am Standort Wallau zu positionieren, die der Branche eine kompakte und hochwertige Übersicht der Trends und Tendenzen für die Herbstorder gibt.

**Tanja Wenger**



Verena Westphal

[inova-collection.de](https://inova-collection.de)

# Coaching

## IN DIGITALEN VERFAHREN



Entdecke die digitale Dimension der Schmuck- und Objekgestaltung!  
Unser Coaching in digitalen Verfahren bietet Lernenden ab dem 3. Lehrjahr die Möglichkeit, ihre kreativen Ideen in die Welt der digitalen Konstruktion und Produktion zu überführen. In Zusammenarbeit mit erfahrenen Coaches können individuelle Übungstücke oder Verkaufsobjekte gefertigt und so die nötigen Handlungskompetenzen erlangt werden.

**Zielgruppe:**

Lernende ab dem 3. Lehrjahr, die nach dem neuen Bildungsplan 2022 ausgebildet werden.

**Umfang:**

max. 20 Stunden  
max. 3 Projekte

**Kosten:**

$\frac{1}{3}$  der anfallenden Kosten werden durch die OdA des Berufsfelds Schmuck- und Objekgestaltung getragen,  $\frac{2}{3}$  durch den Ausbildungsbetrieb.

Weitere Details  
findest du unter:



[oda-schmuckobjekte.ch/downloads](https://oda-schmuckobjekte.ch/downloads)



Ring in Rotgold mit blauem  
Turmalin, Rubinen und Brillanten.

40 Jahre Messerer Juwelier

# Vom Hinterhof ins Stadtzentrum

Juwelier Messerer feiert das 40-jährige Bestehen. Vor sieben Jahren hat Ramona Matthaei das etablierte Goldschmiedeatelier am Münsterhof in der Zürcher Altstadt übernommen. Seither haben ihre Tage noch weniger Stunden als zuvor.

**Gold'Or: Ramona Matthaei, Sie haben die Messerer Juwelier AG am Münsterhof, mitten in Zürich, 2017 übernommen und feiern dieses Jahr das 40-jährige Bestehen des Geschäfts, das 1984 von Beat Messerer gegründet worden ist. Was ist zu diesem Jubiläum geplant?**

Ramona Matthaei: Einige langjährige Kunden laden wir zu einem Gala-Anlass ins Mandarin Oriental Savoy in Zürich ein. Dort haben wir inzwischen auch eine Vitrine gemietet, in der wir unsere Kollektionen präsentieren. Für alle anderen Kunden und Freunde gibt es im Herbst den inzwischen zur Tradition gewordenen Racletteabend vor unserem Geschäft auf dem Münsterhof. Dieser wird ebenfalls ganz im Zeichen des Jubiläums gestaltet. Zudem werden wir wieder ein Frühlingsbooklet publizieren, das die breite Palette unserer neuen Preziosen zeigt. Eigentlich hätte ich noch viele Ideen, aber leider hat der Tag einfach zu wenige Stunden.

**Warum heisst das Geschäft heute noch Messerer?**

Über eine Namensänderung haben wir uns im Team schon mehrmals unterhalten und sind bisher immer zur Überzeugung gekommen, dass wir es momentan so belassen werden. Dafür gibt es verschiedene Gründe: Das etablierte Geschäft ist nun seit 40 Jahren an diesem Standort. Es gibt Familien, von denen heute schon die Mitglieder der dritten Generation zu unserer Kundschaft zählen. Das Geschäft hatte unter Beat Messerer eine gute Reputation und ich war drauf angewiesen, dass es vom ersten Tag an läuft. Zudem ist mein

Familienname schwierig zu schreiben, auszusprechen und auch, um sich daran erinnern zu können. Ich muss meinen Namen nicht da stehen sehen. So wie es jetzt ist, stimmt es für mich.

**Sie haben klein angefangen, heute führen Sie im eigenen Geschäft acht Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Haben Sie dafür Kurse absolviert oder sind Sie ein Naturtalent, wenn es um Personalführung geht?**

Weder noch. Bis auf ein Wochenendseminar war es „learning by doing“, wie man so schön sagt. Unternehmerin wird man nicht durch Bücher oder Studium. Ich habe das Glück, dass mein Mann, der die HSG absolviert hat und auch Unternehmer ist, mich im Austausch immer sehr unterstützt hat. Ich kann viel von seinen Erfahrungen und seinem umfangreichen Wissen profitieren. Zudem habe ich ein Superteam, alle identifizieren sich stark mit dem Geschäft, alle wollen dieses vorwärts bringen und ziehen am gleichen Strick.

**In welche Richtung hat sich das Geschäft entwickelt, seit die Verantwortung bei Ihnen liegt?**

Beat Messerer hat zu seiner Zeit sicher alles richtig gemacht. Natürlich hat sich inzwischen einiges verändert. So haben die Digitalisierung und andere Modernisierungen Einzug gehalten.

**Die Designs der Schmuckstücke stammen fast alle aus Ihrer Feder. Kommen Sie selbst noch dazu, Kreationen zu fertigen?**





Ohrhänger Coluna in Rotgold.



Ohrhänger in Weissgold mit Chalzedon.

An der Werkbank leider gar nicht mehr. Das bedaure ich, denn das Goldschmieden ist meine ganz grosse Leidenschaft. Ich mache alle Designs am Computer. Das nehme ich mir raus, auch wenn ich dafür die Zeit manchmal irgendwo stehlen muss. Am liebsten erfinde ich etwas und tüftle an technischen Lösungen. Aber es ist definitiv so, dass ich mich vorwiegend um die Planung, um neue Strategien, Budget, Webseite, um Fragen und um die Feuerwehrübungen kümmere, die erforderlich sind, wenn mal etwas nicht so klappt, wie angedacht. Aus Mangel an Zeit habe ich mich komplett aus dem Verkauf genommen.

**Wo lassen Sie sich inspirieren?**

Kreativ sein auf Knopfdruck ist oft eine grosse Herausforderung. Am besten gelingt mir dies im Café Sprüngli bei uns um die Ecke.

Das geschäftige Treiben um mich herum wirkt sehr stimulierend und produktiv. Ich brauche mich um die Themen rund um mich nicht zu kümmern, aber die Atmosphäre steckt mich an mit Tatendrang. Dazu darf etwas nicht fehlen: Eine Schoggi-Mélange. Dort gibt es die beste der Welt.

*Daniela Bellandi*



Armband Kairos mit Roségold, Pinkopal, rosa Saphiren.



**Die Macherin im Hintergrund**

Nach ihrer Goldschmiedelehre hat Ramona Matthaei je vier Jahre lang bei Juwelier Péclard in Zürich und im Uhren- und Schmuckgeschäft Lohri in Zug Berufserfahrungen gesammelt. Anschliessend hat sie sich selbständig gemacht und in einem Wohnhaus in Oerlikon ein Atelier ohne Schaufenster eröffnet. „Der Raum war 120 Quadratmeter gross, was natürlich schön zum Arbeiten war, aber mir fehlten die Passanten und ich arbeitete bis zu 100 Stunden pro Woche, damit die Einnahmen reichten“, erzählt sie. Ansonsten habe sie sich dort absolut wohlfühlt, denn im stillen Kämmerlein (oder besser in der stillen Kammer) zu arbeiten, passe zu ihr. Neben der Fertigung von High-End-Qualitätsschmuck gab sie Kurse für Brautpaare, die ihre Eheringe selber machen wollten, lancierte die Marke Kairos für hochwertige Kautschukarmbänder und bildete sich in der Fotografie weiter.

Wieder vier Jahre später wurde ihr bewusst, dass sie sichtbarer werden musste. So schaute sich die heute 40-Jährige verschiedene Goldschmiedeateliers an, die zur Übernahme bereit waren – darunter auch Juwelier Messerer. „Das Geschäft gefiel mir auf Anhieb, aber ich dachte erst, das sei eine Nummer zu gross für mich“, erinnert sie sich. Als es um die Finanzierung ging, durfte die junge Unternehmerin mit Unterstützung aus dem erweiterten Familienkreis rechnen, woraufhin auch die Bank mitgemacht habe. Zusammen mit ihrer ersten Angestellten, Fotografin Anne-Kathrin Lindner, und den Goldschmieden

Mario Petrocchi und Randy Schubiger, die sie beide von Beat Messerer übernommen hat, eröffnete sie Mitte 2017 das Geschäft. Inzwischen gehören insgesamt neun Personen zum Team.

Trotz der vielseitigen Aufgaben und des grossen Engagements in ihrem eigenen Geschäft hat Ramona Matthaei im Herbst 2019 zusammen mit Sahak Demirci das Co-Präsidium des VZGU übernommen. Zudem wird in ihrer Goldschmiede immer ein Lernender ausgebildet. Dieser ist bei Mario Petrocchi, dem ehemaligen üK-Instruktor, in besten Händen. **db**

Messerer Juwelier fête ses 40 ans

# De l'arrière-cour au centre-ville

Messerer Juwelier fête ses 40 ans cette année. Ramona Matthaei a repris l'atelier de bijouterie sis au Münsterhof, en vieille ville de Zurich, il y a sept ans. Depuis, ses jours sont beaucoup plus courts qu'auparavant.

**Gold'Or: Ramona Matthaei, vous avez repris Messerer Juwelier AG au Münsterhof (centre de Zurich) en 2017 et vous fêtez cette année les 40 ans du commerce fondé en 1984 par Beat Messerer. Quel est l'agenda de cette année particulière?**

Ramona Matthaei: Nous inviterons certains clients de longue date à une soirée de gala au Mandarin Oriental Savoy à Zurich. Nous y avons loué une vitrine afin d'exposer nos collections à cette occasion. Tous les autres clients et amis seront invités cet automne à notre soirée raclette traditionnelle devant l'atelier du Münsterhof. Celle-ci se déroulera également sur la thématique de notre anniversaire. Par ailleurs, nous publierons à nouveau un catalogue de printemps afin de présenter notre large palette d'articles précieux. J'aurais en fait beaucoup d'autres idées, mais la journée n'a malheureusement pas assez d'heures.

**Pourquoi votre commerce porte-t-il encore le nom Messerer aujourd'hui?**

Nous avons souvent discuté en équipe d'un éventuel changement de nom et sommes pour le moment convaincus que nous devons garder Messerer jusqu'à nouvel avis. Il y a plusieurs raisons à cela:



Collier en or avec une pieuvre en corail.

le commerce est bien établi depuis près de 40 ans à cette adresse et nous comptons dans notre clientèle des membres de la troisième génération d'une même famille. Beat Messerer a donné une bonne réputation au commerce et je pouvais m'attendre à ce que tout fonctionne dès le premier jour. De plus, mon nom de famille est plutôt difficile à écrire, à prononcer et donc, à garder en mémoire. Je n'ai pas besoin de le voir ici. La situation actuelle me convient donc très bien.

**Vous avez commencé tout en bas de l'échelle et dirigez aujourd'hui votre propre commerce avec huit collaboratrices et collaborateurs. Avez-vous suivi des cours dans ce domaine ou avez-vous une capacité naturelle à gérer du personnel?**

Aucun des deux. Ça a été pour moi du «learning by doing», à l'exception d'un séminaire d'un week-end. Les livres et les études ne suffisent pas à devenir entrepreneur. J'ai la chance de pouvoir compter sur mon époux, diplômé HSG et aussi entrepreneur, qui m'a toujours énormément soutenue dans nos échanges. Je profite beaucoup de ses expériences et de ses connaissances. J'ai aussi une super équipe dont tous les membres s'identifient fortement au commerce, veulent aller de l'avant et tirent à la même corde.



Boucles d'oreilles serpent en or rouge avec jade verte.



Bague en or rouge avec saphir affichant différentes nuances, brillants et fibres d'albâtre.



L'équipe de Messerer au Münsterhof (de g. à dr.): Yvonne Zürni, Mario Petrocchi, Gitte Holmskov, Noel Clerc, Ramona Matthaei, Patric Stampfli, Daniela von Euw, Cajus Langenscheit et la photographe Anne-Kathrin Lindner.

**Quelle est l'orientation prise par le commerce depuis que vous en êtes responsable?**

À l'époque, Beat Messerer a vraiment tout fait comme il faut. Les choses ont bien évidemment changé depuis. Il faut désormais faire avec la numérisation et d'autres modernisations.

**Les designs des bijoux proviennent presque tous de votre plume. Réalisez-vous encore des créations vous-même?**

Malheureusement plus sur le banc de l'atelier. Je le regrette, car je suis passionnée par l'art de la bijouterie. Je réalise tous mes designs sur mon ordinateur. Ça, je le garde, même si je dois grapiller des minutes ailleurs. Ce que je préfère, c'est inventer quelque chose et bricoler des solutions techniques. Mais de manière générale, je me concentre principalement sur la planification, les nouvelles stratégies,

le budget, le site Internet, les questions et les exercices d'évacuation incendie qui sont nécessaires, si les choses ne se déroulent pas exactement comme prévu. Je me suis complètement retirée de la vente par manque de temps.

**Où trouvez-vous votre inspiration?**

Être créative sur commande est un véritable défi. C'est au Café Sprüngli, au coin de la rue, que j'y arrive le mieux. Travailler au milieu de cette activité est très stimulant pour moi et je suis alors très productive. Je n'ai pas besoin de me soucier des thèmes qui m'entourent, mais cette atmosphère me donne beaucoup de dynamisme. Un ingrédient est cependant indispensable: un chocolat chaud. Ce café fait les meilleurs chocolats chauds du monde.

*Daniela Bellandi*

**Une créatrice en coulisses**

Après son apprentissage de bijoutière, Ramona Matthaei a fait deux expériences professionnelles de quatre ans chacune auprès de la bijouterie Péclard à Zurich et du commerce horloger et bijoutier Lohri à Zoug. Elle s'est ensuite mise à son compte et a ouvert un atelier sans vitrine dans un immeuble d'Oerlikon. «La pièce faisait 120 mètres carrés et était parfaite pour travailler. Mais il manquait les passants et je travaillais près de 100 heures par semaine pour que mes revenus suffisent», raconte-t-elle. En dehors de cela, elle s'est sentie très bien là-bas, à travailler dans son petit atelier silencieux. Une solution qui lui convenait bien. Outre la réalisation de bijoux de très grande qualité, elle donnait également des cours pour jeunes mariés qui souhaitent réaliser eux-mêmes leurs alliances, elle a lancé la marque Kairos de bracelets en caoutchouc de qualité et a suivi une formation continue en photographie.

Quatre ans plus tard, elle a pris conscience qu'elle devait être plus visible. La bijoutière, aujourd'hui âgée de 40 ans, a ainsi visité différents ateliers de bijouterie qui devaient changer de propriétaire (dont celui de Messerer). «Le commerce m'a directement plu, mais je pensais qu'il était trop grand pour moi», se rappelle-t-elle. En ce qui concerne le financement, la jeune entrepreneure a pu compter sur le soutien de son cercle familial élargi ainsi que de sa banque. Elle a ainsi ouvert le commerce à la mi-2017 avec ses employés, la photographe Anne-Kathrin Lindner et les bijoutiers Mario Petrocchi et Randy Schubiger, qui étaient tous deux déjà employés par Beat Messerer. L'équipe compte aujourd'hui neuf personnes au total.

Malgré ses tâches très diverses et son engagement conséquent dans son propre commerce, Ramona Matthaei assume la co-présidence de la VZGU avec Sahak Demirci depuis l'automne 2019. Sa bijouterie forme par ailleurs toujours un apprenti, qui se trouve entre les mains expertes de l'ancien instructeur CI Mario Petrocchi. **db**

# Blühende Schönheiten

Der Frühling ist die Jahreszeit, in der uns das Wunder der Natur ganz besonders zum Staunen bringt. Aus dem Nichts entstehen scheinbar über Nacht Blumen und Blüten. Ähnlich faszinierend ist die Magie edler Metalle und Steine. Gerade deshalb hat es zu allen Zeiten Schmuckblüten gegeben.

Kunst und Kunsthandwerk sind eng mit Blumen verbunden: Beide zielen darauf ab, Emotionen hervorzurufen und die Essenz der Schönheit einzufangen. Das empfindliche Gleichgewicht zwischen Licht und Schatten, die filigranen Details der Blütenblätter und die leuchtenden Farben machen Blumen zu einem perfekten Thema für den künstlerischen Ausdruck. Von den alten Zivilisationen bis in die Neuzeit haben sie eine bedeutende Rolle in jeder Form der Gestaltung gespielt.

Nicht nur die Schmuckwelt ist voller botanischer Einflüsse, fast jeder andere kreative Bereich bedient sich seit jeher in der Natur. Blumen und Blüten umgeben uns in allen Lebensbereichen von Architektur und Wohnen über Produkte des täglichen Lebens wie Geschirr, Besteck, Kleidung oder Wohntextilien bis hin zu Accessoires und eben auch Schmuck.

## Allgegenwärtig im alten Ägypten

Blumen wecken Emotionen und so lassen sich diese Motive bis zu den antiken Zivilisationen zurückverfolgen. Im alten Ägypten hatten Blumen eine wichtige symbolische Bedeutung. Sie wurden als Symbole für Schönheit, Wahrheit und das Leben selbst angesehen. Oft repräsentierten sie auch bestimmte Götter und Göttinnen. So war beispielsweise der Lotus mit der Göttin Isis verbunden, während die Sonnenblume mit der Sonnengöttin Hathor in Zusammenhang gebracht wurde. Eine atemberaubende Verneigung vor der Kraft der Natur sind bis heute die ikonischen Papyrus-Säulen Ägyptens. Der Papyrus stand als Symbol für das Bündeln von Kräften und Ressourcen. Florale Säulenabschlüsse wurden später in vielen Kulturen und Architekturepochen immer wieder neu interpretiert.

Blumen erschienen im alten Ägypten auch auf Gefäßen, Wandmalereien und als Textildrucke. Ein blühender Garten war ein Statussymbol im ansonsten trockenen Wüstenland und die Heilkraft vieler Pflanzen wurde im täglichen Leben verwendet. Zudem waren sie Geschenke für alle wichtigen Lebensstationen von der Geburt bis zum Tod. Blumen als Grabbeigaben aus unberührten Gräbern aller ägyptischen Epochen zeigen die symbolische Kraft, die ihnen beigemessen wurde. Auch im Schmuck der Hochkultur am Nil fanden Blüten Verwendung. Ein wundervolles und rührendes Schmuckstück ist das Diadem der Prinzessin Khenmet, der das aus 200 winzigen Blüten bestehende, beweglich montierte Meisterstück aus Gold und winzigen Stein-Einlagen auf ihre Reise in die Ewigkeit mitgegeben wurde. Das



Schmuckset Swiss Edelweiss von Gexist. Foto: Thierry Pradervand

Schmuckstück entstand zirka 1900 vor Christus und erstaunt bis heute mit seiner überragenden Feinheit und Ausdruckskraft.



Ohrhänger in Roségold mit Granat (Hessonit) und Topas-Tropfen von André Schweiger.

## Universelle Symbolkraft

Die Verknüpfung von Blumen mit Gottheiten, der Urkraft und Schönheit der Natur und ihrem entsprechenden Symbolwert in jedem Aspekt des Lebens zeigen sich in allen Kulturen seit der Antike. Kaum eine Religion kommt ohne Blumen aus. Selbst im Islam, dessen sakrale Bauten berühmt für ihre nichtfigurlichen Mosaiken sind, erscheinen prächtige florale Muster. Religiöse Zeremonien und Prozessionen aller Religionen werden bis heute aufwändig mit Blumen dekoriert. Auch unsere Riten und Feste sind ohne Blumen nicht denkbar.

Überraschend sind auch die kulturellen Übereinstimmungen in Bezug auf die Symbolik der Blumen. Die Rose steht für Liebe und Schönheit und das schon seit dem antiken Griechenland, als die Rose der Liebesgöttin Aphrodite geweiht wurde. Noch heute gibt es kaum ein besseres Symbol der Liebe als einen Strauss roter Rosen.

Die Lilie steht für Reinheit und Unschuld und wird sowohl in christlicher wie auch islamischer Tradition der Mutter Maria zugeordnet. Als „Fleur de Lys“ wurde die Bourbonenlilie zum Zeichen der französischen Monarchie. Die Blume stand hier für die gottgegebene Macht der Könige.

Die Lotusblume wiederum spielt im ganzen asiatischen Raum eine überragende Rolle. Sie steht für Erleuchtung und Reinheit des Herzens sowie für die Schönheit und Perfektion Gottes. Die Lotusblume hat eine starke Verbindung zu Buddha. Nach den Legenden wurde Buddha in einer Lotusblume geboren. Entsprechend präsent ist sie in Architektur, Kunst und Schriften.

Die Bedeutung der Kamelie variiert je nach Farbe und Kultur: In Japan symbolisiert sie Göttlichkeit, Neuanfang, Frühling, Reinheit

und Harmonie, während in Europa rote Kamelien wahre Liebe und weisse Kamelien Luxus, Eleganz und die Frau fürs Leben darstellen. Im Islam wiederum steht sie für Perfektion und wird oft von islamischen Architekten und Künstlern verwendet, um die Perfektion Gottes darzustellen. Die Kamelie ist auch in der islamischen Poesie und Literatur zu finden, wo sie als Symbol für die Schönheit und Vollkommenheit des Universums verwendet wird.

In den Alpenländern Schweiz und Österreich avancierte das Edelweiss, die auffällige sternförmige Alpenblume zum Symbol für Mut, Tapferkeit und Liebe. Ihre Blüte lässt sich so trocknen, dass Form und Farbe vollständig erhalten bleiben. Aus diesem Grund trägt die Blume auch den von französischen Alpenbewohnern geprägten Namen „Unsterbliche der Alpen“ („Immortelle des Alpes“). Andersorts war die Pflanze aufgrund ihrer Blütenform auch als „Sternblume“ oder „Löwenfüsschen“ bekannt, die Bezeichnung „Edelweiss“ ist eigentlich ein Import, der erst im Zuge der wachsenden Alpenbegeisterung erfunden wurde. Ihre Beliebtheit bei Alpinisten und Touristen hat sie schnell zum Souvenir für Reisende werden lassen und auch im Kanon der Folklore ist sie nicht wegzudenken.



Ring aus der Cactus de Cartier Collection  
Bild: Vincent Wulveryck © Cartier



Kleid mit Blumenmuster aus der Kollektion Frühling/Sommer 2024 von Pinko.

## Starke Markenbotschafter

Wiedererkennbarkeit und Symbolkraft sind gesuchte Eigenschaften, wenn es um Firmenlogos geht. Blumen haben beides und entsprechend schmücken sich berühmte Marken mit floralen Markenbotschaftern. Eine der wertvollsten Marken der Gegenwart – Louis Vuitton – ist hierfür ein herausragendes Beispiel. Die stilisierten Blumenmotive des weltberühmten Pariser Unternehmens sollen auf Entwürfe von Georges Vuitton von 1896 zurückgehen.

Auch Coco Chanel hat ihrem Modeunternehmen nicht zufällig eine Blume zugeordnet. Als Symbol für Eleganz und Luxus war die weisse Kamelie perfekt, um die Aspiration und Vision von Mademoiselle Chanel für ihre Marke auszudrücken.

## Eleganz und Leichtigkeit im Sommer 2024

Blumendrucke in der Mode sowie unzählige Blumen-Dekors auf Modeaccessoires sind im Frühling und Sommer dieses Jahres

allgegenwärtig. Couture-Einflüsse sind im Modedesign sehr stark. Eleganz wird neu entdeckt und interpretiert. Die Lust, Blumenmotive mit Applikationen oder aufwändigen Prints zu gestalten oder die Frau gleich als dreidimensionale Blume über den Laufsteg zu schicken, war nicht zu übersehen und wird auch im kommenden Winter weiterentwickelt werden. Kreativ kann dieses Thema unendlich vielfältig interpretiert werden. Von der einfachen, stilisierten Blüte bis zum detailgetreuen Farbenfeuerwerk steht den Designern alles offen.

Das Gleiche gilt für den Schmuckbereich. Ob klein und fein, als blütenhaft ausgearbeitete Entourage, florale Verzierungen und Elemente oder vollständige dreidimensionale Blume. Die allgemeine Stilwelt entwickelt sich in Richtung Finität und Eleganz. Zeit also, sich mit Botanik zu befassen oder am besten gleich eine eigene Blume als Markenbotschafterin zu entwickeln.

Susan Sagherian



## AUSSEN SCHÖN, INNEN FAIR

«GREEN GOLD by wassner»-Schmuckstücke überzeugen auch mit inneren Werten. Sie werden ausschliesslich aus **COC-zertifiziertem Gold** gefertigt.

## BEAUTÉ EXTÉRIEURE, ÉTHIQUE INTÉRIEURE

Les bijoux labellisés «GREEN GOLD by wassner» convainquent également par leurs valeurs intérieures. Ils sont fabriqués exclusivement à partir **d'or certifié COC**.

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

Wassner AG  
Florastrasse 5  
8800 Thalwil

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

# Geschichten aus vergangenen Zeiten

Eine faszinierende Vielfalt an Interpretationen zum Thema „Der letzte Ring“ erwartete die Besucherinnen und Besucher der Wanderausstellung, die vom Verein Formforum zwischen dem 8. März und dem 21. April organisiert wurde. Mehr als 30 Goldschmiede und Schmuckgestalterinnen präsentierten ihre Werke in Ennetbaden, Basel und Sankt Gallen. Gold'Or zeigt eine Auswahl.



Die **Goldschmitte. Zürich** beteiligt sich an der Ausstellung als Kollektiv mit Inhaberin Johanna Neeser, Benedict Haener, Heike Bürk und Susanne Hesselbarth, die den Ring im Bild gefertigt hat. Materialien: Silber und Flechten.



**Barbara Schwager:** Im Augenblick, wenn wir diese Welt verlassen, zieht unser Leben als letzter Film vor unserem inneren Auge vorbei. Doch was ist mit denjenigen, die zurückbleiben? Der Tod eines geliebten Menschen lässt uns oft stumm zurück. Es fehlt ein letzter, tröstender Dialog, ein verbaler Austausch. Der letzte Film in Form des Gedichtes „Eternity“ von Mary Elizabeth Frye, auf einer Mini-Super-8-Filmspule aufgezogen, füllt diese verbale Lücke und ist handfester Halt in diesem Vakuum. Material: Silber oxidiert, Glas-cabochon, Pergamentpapier bedruckt.

**Regula Freiburghaus:** Der letzte Ring, ein Begleiter ins Vergessen, ein Hüter von Erinnerungen an Erlebtes. Ein Ring aus geklopftem Gold, über lange Zeit aufgewickelt, Windungen schieben sich übereinander, hie und da kleine Zeichen, manifestierte fragile Erinnerungen. Die Gewissheit, dass die Geschichten eines Lebens in einem kleinen, kostbaren Objekt erhalten bleiben, schenkt ein wenig Leichtigkeit beim Loslassen. Material: rezykliertes Gold.



**Hélène Kaufmann Wiss:** Ein Familienring. Eine Erinnerung an meine Eltern. Der Ringkopf ist als Dose gefertigt, darin sind kleine Fotos aus verschiedenen Lebensphasen meiner Eltern, verschiedenen Verwandten, ihren Kindern und Gefährten. Dieser Ring ist eine Erinnerung für mich und meine Geschwister an unsere Eltern.



**Roger Weber:** Meine erste Idee war ein Ring aus Plastiksprengstoff mit einem schicken Zünder der per Telefonanruf ausgelöst werden kann. Aber irgendwie war mir das zu oberflächlich. Dann kam die Idee, die mich zur Umsetzung reizte: Ich bin der letzte Ring! Nein, ich! Also, wenn einer der Letzte ist, dann ich! Nein, ich, ich! Jeder will der Letzte sein und alle haben Stress deswegen. Es wird aber keinen Letzten geben – sobald die ersten fünf verkauft sind, produziere ich wieder Neue. Material: Silber 925, Süßwasserperlen.



**Ruth Gundacker:** „Meine Zitrone“ heisst der Letzte Ring, der noch unvollendeten 26-teiligen Serie „Von A bis Zitrone“. Schmuck bauen, geht bei mir so: Schublade auf und schauen, was da versammelt ist. Zuhören was am lautesten schreit und das nehmen, was sich verstecken will. Ich arbeite mit Gold und Silber, mit Holz und Horn, mit Kupfer und Eisen, mit Karotten und Pilzen, mit alten Schachteln und Zitronen, mit Stoff und Faden, mit allem, was mir ins Auge springt, und meine Neugier weckt.

**Anna Schmid:** Die Eibe im Garten meiner Kindheit. Der Ring ist eine Hommage an das Leben und an das Sterben meiner Eltern. Es sind glückliche Erinnerungen an die Zeit, in der das Leben so unendlich gross und verheissungsvoll in meiner Kinderseele erschien. Würdig soll mein Ring sein, stolz und etwas widerspenstig. Und im Inneren trägt er die Wärme und die Geborgenheit von reinem Gold.



**Kurt Züllig:** Meine Arbeit soll sich mit der Reflexion spielerisch auseinandersetzen. Alles, was du dir vorstellen kannst, wird einmal existieren. Soweit mein Text zur Projekteingabe. Erstens kommt es anders zweitens als man denkt. In Anlehnung an eine Feilübung entstand der Ring mit zwölf Flächen. Im Laufe der Jahre ist immer mal wieder ein neues Modell entstanden: Dreieckige Löcher wurden ausgespart, dann die entstandenen Rippen nach innen abgeschrägt und nun das letzte Modell, mit den in die Löcher eingefügten Pyramiden. On Point auf Abgabetermin mein letzter Ring. Eine runde Sache mit Kanten.



**Moritz Ganzoni:** Das in der traditionellen Ashanti-Technik gegossene Amulett kann als Fingerring oder als Anhänger getragen werden. Hohl gegossen, befindet sich im Inneren des Amuletts ein geheimnisvoller Raum. Dieser Innenraum dient dazu, etwas zu verstecken, das vom äusseren Blick geschützt und verborgen bleiben soll. Für verschiedene Amulette wurden Legierungen aus Zinnbronze, Shakudo, Silber und Gold verwendet.



Blue Peacock Diamonds



Der Schliff  
macht den  
Unterschied.

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

# Fondation Eric Horovitz, un regard bienveillant sur les jeunes talents

En 2017, une grande figure genevoise des négociants en pierres précieuses et bijoux anciens nous quittait. Eric Horovitz était l'associé de Ronny Totah, l'époux de Christine, un homme passionné par les gemmes, l'Histoire et les bijoux anciens. Une fois l'émotion un peu apaisée, Christine Horovitz, éminente gemmologue, ne voulait pas que se perde le regard bienveillant que son mari portait sur la génération des futurs professionnels du monde de la joaillerie. Ainsi allait naître la Fondation Eric Horovitz.

Le 17 mars 2020, quelques semaines après le début du Covid 19, Christine Horovitz créait la Fondation Eric Horovitz, immédiatement reconnue d'utilité publique. En mémoire de son mari et de son couple fusionnel, Christine souhaitait découvrir et soutenir des talents juniors, organiser des événements et des concours pour les jeunes professionnels et, surtout, investir dans la formation.

A cet effet, le lancement d'un concours pour les apprentis des écoles professionnelles romandes (CFP Arts Genève, Centre de Formation Professionnelle Art; ETVJ, Ecole Technique de la Vallée de Joux; Asmebi, Association Romande des Métiers de la Bijouterie à Genève; HES SO, Haute Ecole Spécialisée de Suisse Occidentale) a vu le jour lors d'une édition de GemGenève, soutien de la première heure. Ainsi, en automne 2021, un grand jeune homme à la toison toute bouclée, Hugo Massy, apprenti à l'ETVJ, remporte le premier prix pour sa création intitulée Gold & Black, une bague en argent à deux pierres qui se regardent, tel un reflet chaud et froid. Le jury de cinq spécialistes du monde de la bijouterie a immédiatement apprécié ce joyau à la fois sobre et innovant.



De droite à gauche: Christine Horovitz en compagnie de deux membres du Jury du «Coup de cœur» de la Fondation, Marie Chabrol et Ida Färber. Photo: David Fraga

## Qu'est-ce qu'on gagne?

C'est bien joli un concours où dessin et réalisation se mêlent, mais qu'y gagne-t-on? Mis à part le plaisir de créer une première «œuvre» choisie par un jury exigeant, que peut-on en retirer? Christine Horovitz ne voyait pas du tout ce prix comme une fin en soi. Elle explique: «Notre objectif est de soutenir l'éducation et les jeunes talents dans ce secteur, notamment en fournissant des conseils sur l'évolution professionnelle et la formation continue. Je joue mon rôle en créant une Fondation (...) car il est important de développer une communauté de spécialistes à même de façonner le monde de la joaillerie». C'est là que l'autre passion de Christine Horovitz, la formation des adultes, entre en lice. Il faut discuter avec les jeunes récipiendaires qui, désormais sont au nombre de trois, les soutenir dans l'expression de

leurs désirs, les «accoucher» de leurs envies ou même les leur faire découvrir. Hugo, désireux d'obtenir une petite formation de sertisseur d'une quinzaine de jours, a finalement décidé de partir à Paris pour y découvrir, auprès de la maison Piat, un lapidaire appartenant au réseau de Christine Horovitz, la technique de la taille. Il a adoré et il a été engagé!

## Des manques dans la formation

Les écoles ne forment que techniquement. Mais quid de la bonne façon de se vendre, de se faire embaucher, de la protection des designs, des notions juridiques et comptables, ainsi que bien d'autres choses qui sont totalement absentes d'un cursus de formation d'un apprenti ou d'un étudiant d'une haute école spécialisée? Pour pallier ces manques, des Masterclasses sont organisées en collaboration avec le CFP Arts afin de mieux préparer les étudiants au monde professionnel. Satisfait des retours très positifs, le Conseil de Fondation a pour objectif de maintenir ce projet une fois par an et, progressivement, d'en renforcer l'aspect professionnalisant et d'en ouvrir l'accès à d'autres formations techniques du milieu joaillier.

Comme chacun le sait, les hautes écoles comme la HEAD (Haute Ecole d'art et de Design) à Genève ou l'ECAL (Ecole Cantonale d'Art Lausanne), à Lausanne, forment toutes deux aux niveaux bachelor et master. Ces études sont moins «pratiques» et plus «conceptuelles» et, parfois, encore plus éloignées de la réalité du «day to day business». La Fondation, en collaboration avec la Head et son département de



Christine Horovitz est gemmologue mais également titulaire d'une Maîtrise en Sciences de l'éducation de l'Université de Genève. Sa pierre préférée entre toutes est le saphir. Env. 1911, collier composé de deux cabochons de saphir de 35.0 et 330.0 carats. Photo CdV Consulting



C'est avec cette bague que Hugo Massy a remporté, en 2021, le premier «Coup de cœur» de la Fondation Eric Horovitz. Photo: CdV Consulting



«design contemporain» met en situation professionnelle les étudiant(e)s. Une cliente se présente avec une pièce ancienne ou qui ne lui plaît plus et un binôme doit proposer une réalisation au design contemporain et innovant mais qui doit correspondre au goût de la cliente. La pièce doit être portable et, bien sûr, réalisable. L'originalité n'est pas l'unique but de la transformation, le binôme étudiant doit conserver tout ou partie des pierres qui figurent sur le bijou à modifier et... un devis doit être proposé. Cela implique de nombreuses questions pour mieux cerner la cliente, ses goûts, ses désirs et parfois de nombreuses explications pour démontrer les possibilités ou les prix des différentes propositions. Le «jury» est composé d'un membre du corps professoral de la HEAD et d'un membre de la Fondation.

Durant la prochaine session de GemGenève, au mois de mai, toutes les écoles mentionnées plus haut, à



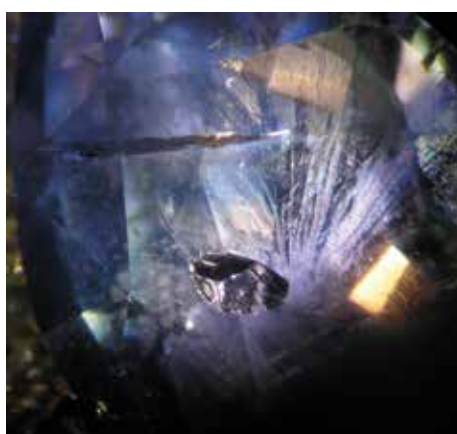
Hugo Massy, premier récipiendaire du «Coup de cœur», à l'époque étudiant à l'ETVJ et, actuellement, lapidaire chez Maison Piat à Paris. *Photo: David Fraga*



Nadège, la fille de Ronny Totah, est l'une des principales organisatrices du salon GemGenève. Elle s'intéresse beaucoup aux talents émergents et à la formation des jeunes professionnels. Elle est membre du Conseil de Fondation. *Photo: David Fraga*



Ronny Totah, co-fondateur avec Thomas Färber de GemGenève, était l'associé d'Eric Horovitz. Pour lui rendre hommage, il a accepté de prendre la vice-présidence de la fondation homonyme. *Photo: David Fraga*



Inclusion dynamique dans un saphir. La gemmologue Marine Bouvier, spécialiste des inclusions, sera présente à GemGenève pour un atelier. A ne pas manquer! *Photo: CdV Consulting*

l'exception de l'ECAL, ainsi que de nombreux spécialistes des professions de la bijouterie et Christine Horovitz seront présents sur le salon et répondront à toutes vos demandes.

**Catherine De Vincenti**

### Conseil de Fondation

Christine Horovitz, fondatrice de la Fondation Eric Horovitz et présidente du Conseil de Fondation

Ronny Totah, co-fondateur de GemGenève, vice-président du Conseil de Fondation

Mathieu Deukekelaire, directeur de GemGenève, membre du Conseil de Fondation

Stéphane de Weck, membre du Conseil de Fondation

Nadège Totah, membre du Conseil de Fondation

## Brogioli offeriert zu vorteilhaften Preisen Brogioli offre à des prix avantageux

Umwandlung der vermassten Skizze in 3D Daten  
Transformation des esquisses cotées en données 3D

Terminage

Herstellung eines Urmodells in Kunststoff oder Wachs Rapid Prototyping (Stereolithographie / Lasersintern / 3D Drucken)  
Fabrication d'un modèle original en matière synthétique ou en cire

Herstellung einer Silikon Form / Herstellung des Wachsmodells  
Fabrication d'une forme en silicone / Fabrication du modèle en cire

Abguss in beliebigen Materialien  
Coulage dans divers matériaux

**BROGIOLI CASTING**

AMPELNGASSE 8 CH-8201 SCHAFFHAUSEN  
TEL +41 52 624 46 15 E-MAIL INFO@BROGIOLI-CASTING.CH WWW.BROGIOLI-CASTING.CH

# Uhrenauktionen im Minus, der Schmuck im Plus

Nach dem Rekordjahr 2022 errechnete das Westschweizer Beratungsunternehmen The Mercury Project von Thierry Huron im Marktbericht „Hammertrack“ für 2023 einen Rückgang des Uhrenauktionsvolumens der führenden Häuser um 13 Prozent. Demgegenüber nahm das an Auktionen erzielte Schmuckvolumen um 19,9 Prozent zu.

Ende März hat The Mercury Project seinen jährlichen Marktbericht zu den Uhrenauktionen der sechs weltweit führenden Auktionshäuser publiziert. Bei der Auswertung der Zahlen von Antiquorum, Bonhams, Christie's, Phillips (zusammen mit Bacs & Russo), Polyauction sowie Sotheby's zeigte sich ein Rückgang des addierten Uhrenverkaufsvolumens um 13 Prozent auf 610 Millionen Schweizer Franken (währungsbereinigt: -10%). Noch im Vorjahr waren die Verkäufe gegenüber 2021 um 10,6 Prozent auf rekordhohe 701,6 Millionen Franken angestiegen. Der 2023 erreichte Wert lag damit sogar leicht unterhalb von jenem von 2021, blieb aber gleichwohl deutlich höher als jener der Jahre 2019 (CHF 390 Mio.) und 2020 (CHF 316,1 Mio.). Einen Ausreisser nach oben zeigte das letzte Quartal 2023 mit einem Plus von acht Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Bemerkenswert war zudem, dass die Anzahl der von den sechs Häusern durchgeführten Uhren-Auktionen 2023 gegenüber dem Vorjahr von 141 auf 202 zwar deutlich zugenommen hatte, gleichzeitig aber die Zahl der Uhren, die insgesamt zur Versteigerung gelangten, um elf Prozent auf 12'545 zurückging. Entsprechend sank der durchschnittlich pro Uhr erzielte Verkaufspreis – mit einem Rückgang um drei Prozent auf 48'600 Franken (gegenüber 49'901 im 2022) – weniger stark als das wertmässige Gesamtvolumen und war sogar deutlich höher als 2021 (CHF 39'216).

## Zunahme im Millionenbereich

Ein ähnliches Bild zeigte sich beim Blick auf jene Objekte, deren Verkaufssumme die 1-Millionen-Marke überschritt. Das gesamthaft erzielte Verkaufsvolumen stieg dort um 17 Prozent von im Vorjahr 119,6 auf 122,6 Millionen Franken im 2023. Weil die Gesamtzahl dieser „Millionenobjekte“ gleichzeitig deutlich – um 41 Prozent von 98 auf 58 – zurückgegangen ist, bedeutete dies auf der anderen Seite eine deutliche Zunahme des Durchschnittspreises im Millionensegment (von 1,2 auf 2,1 Millionen Franken pro Uhr).

## Patek besetzt Podium

Bezüglich der Rekorde erzielten einmal mehr Uhren aus dem Hause Patek Philippe die höchsten Auktionspreise, wobei gleich drei Uhren aus der Genfer Traditionsmanufaktur die ersten drei Plätze belegten. Den höchsten Preis erreichte eine am 28. Mai bei Christie's in Hongkong versteigerte Patek Philippe aus dem Jahr 1955 (Réf. 2523J) mit Weltzeit-Uhr und 24-Stundenanzeige. Die Uhr wurde im Vorfeld auf einen Preis von umgerechnet 6,5 bis 14 Millionen

Franken geschätzt und brachte schliesslich den Rekordpreis von umgerechnet 7,67 Millionen Franken ein. Auf Platz zwei folgte eine im Mai bei Phillips in Hongkong versteigerte Patek Philippe (Réf. 96QL) aus dem Jahr 1937. Im Vorfeld auf umgerechnet rund 2,9 Millionen Franken geschätzt, erzielte sie am Ende einen Preis von umgerechnet 5,59 Millionen Franken. Auf Platz drei lag ein Sky Moon Tourbillon der Kollektion Grand Complications (Réf. 6002G-001), den Patek Philippe 2015 lanciert hatte. Er hatte im März in Hongkong bei Christie's umgerechnet 5,359 Millionen Franken erzielt. Ebenfalls über die 5-Millionen-Marke kam, auf Rang 4, die allererste, 1992 fertigestellte Armbanduhr aus dem Atelier von Philippe Dufour aus Le Sentier. Sie hatte am 6. November bei Christie's in Genf einen Preis von 5,127 Millionen Franken erzielt.



Entwicklung des weltweit an Auktionen erzielten Gesamtvolumens (in Millionen Schweizer Franken) der letzten fünf Jahre (berücksichtigt wurden: Antiquorum, Bonhams, Christie's, Phillips (mit Bacs & Russo), Polyauction und Sotheby's. Grafik: The Mercury Project

## Schmuckauktionen im Aufschwung

Im Schmuckbereich zeigte sich im Vergleich ein gegenteiliges Bild. Mit einem Gesamtvolumen von 1,216 Milliarden Franken legten die Verkäufe der sechs grossen Auktionshäuser gegenüber dem Vorjahr um 19,9 Prozent zu. Notabene, während The Mercury Project bereits für das Jahr 2022 einen Anstieg der Gesamtverkäufe um 12,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr errechnet hatte.

Der Löwenanteil der Schmuckauktionsverkäufe wurde am Standort Genf erzielt, gefolgt von London, Paris und Los Angeles. Bezeichnend war zudem, dass 73 Prozent aller versteigerten Schmuckstücke mit einem Wert über 100'000 Franken „non-branded“ waren. Was den „Markenschmuck“ betrifft, lagen Schmuckstücke der Häuser Bulgari, Cartier, Harry Winston und Van Cleef & Arpels auf den vorderen Plätzen. **Marcel Weder**

Alle Zahlen gestützt auf mercuryproject.ch. Der Bericht kann unter [www.mercuryproject.ch/hammertrack](http://www.mercuryproject.ch/hammertrack) kostenlos angefordert werden.



Diese allererste Armbanduhr aus dem Atelier von Philippe Dufour mit Minutenrepetition und grosser und kleiner Sonnerie aus dem Jahr 1992 erzielte im November bei Christie's in Genf 5,127 Millionen Franken (= Platz 4 in der Jahresrangliste).

# DIAMONDGROUP

GERMANY  HONG KONG  
FINE JEWELRY



Unser B2B-Shop  
ist 24 h für Sie geöffnet!  
[shop.diamondgroup.de](http://shop.diamondgroup.de)



# Who

## Marco Bicego, Trissino (I)

hat Anfang März in der Grand Gateway 66 Plaza Mall in Shanghai eine neue Boutique eröffnet. Es ist Marco Bicegos zweite Boutique in China, bereits 2020 hatte die italienische Schmuckmanufaktur eine Boutique in der China World's Mall in Peking eröffnet. Weltweit verfügt die Marke damit über dreizehn Boutiquen, drei in Italien (Venedig, Verona, Florenz), eine in Paris, eine in Baden-Baden (D), drei in Griechenland (Kreta, Mykonos und Athen), eine in Budapest, eine in Tokio und eine in New York. In der Schweiz wird Marco Bicego von der Firma Connaissheure vertrieben.

## Marco Bicego, Trissino (I)

a ouvert une nouvelle boutique début mars au Grand Gateway 66 Plaza Mall de Shanghai. Il s'agit là de la deuxième boutique de Marco Bicego en Chine: la manufacture joaillière italienne avait en effet déjà inauguré une boutique en 2020 dans le China World's Mall de Pékin. La marque compte ainsi treize boutiques dans le monde entier: trois en Italie (Venise, Vérone, Florence), une à Paris, une à Baden-Baden (Allemagne), trois en Grèce (Crète, Mykonos et Athènes), une à Budapest, une à Tokyo et une à New York. Marco Bicego est distribué en Suisse par l'entreprise Connaissheure.

## Hermès, Paris (F)

wurde in Kalifornien von zwei Kunden, Tina Cavalleri und Mark Glinoga verklagt. Die Klage lautet auf einen Verstoss gegen das Kartellrecht sowie auf wettbewerbswidrige und unlautere Geschäftspraktiken. So würden exklusive Hermès-Produkte nur einem ausgesuchten Kundenkreis und in diskretem Rahmen gezeigt. Zudem ärgern sich die Klagenden über lange Wartelisten sowie die Praxis, die eigentlich gesuchten Produkte nur durch den Zusatzkauf von Sekundärprodukten zu erhalten. Der Prozess könnte Präzedenzwirkung haben und auch das Gebaren anderer Luxusanbieter beeinflussen. Ob die Klage Erfolgsaussichten hat, bleibt abzuwarten. In der Praxis könnte es schwierig sein, einem Händler zu verbieten, einen Verkauf eines Luxusprodukts an bestimmte Zusatzbedingungen zu knüpfen. Die Kehrseite der Medaille ist allerdings, dass gerade erzwungene Sekundärkäufe auf dem Zweitmarkt zu einer Akkumulation von Produkten führen, die wenig populär sind und dem Ruf der Marken schaden.

## Hermès, Paris (F)

a été trainé en justice par deux clients, Tina Cavalleri et Mark Glinoga, en Californie. Leur plainte porte sur une violation du droit des cartels ainsi que sur des pratiques commerciales déloyales et anticoncurrentielles. Ainsi, certains produits Hermès exclusifs n'ont été montrés qu'à un cercle restreint de clients et dans un cadre discret. Les plaignants critiquent par ailleurs les longues listes d'attente ainsi que la pratique selon laquelle les produits effectivement souhaités ne sont disponibles que sous forme d'achats complémentaires de produits secondaires. Ce procès pourrait faire office de précédent et ainsi avoir également une influence sur le comportement d'autres acteurs du secteur du luxe. Il reste cependant à savoir si cette plainte a des chances d'aboutir. Il pourrait être difficile dans la pratique d'interdire à un fabricant de lier la vente d'un produit de luxe à certaines conditions complémentaires. Le revers de la médaille? Les achats secondaires forcés provoquent, sur le marché de l'occasion, une accumulation de produits qui ont moins de succès et viennent nuire à la bonne réputation des marques.

# Genfer Neuheiten

Die Uhrenmessen in Genf, allen voran die Watches and Wonders, aber auch die Time to Watches und die auf die Hotels (zum Beispiel Beau-Rivage) verteilten Marken hielten spannende Neuheiten bereit. Knallige Farben dominierten durch die Preissegemente hindurch, daneben waren Klassiker, Aquanautisches und schöne Chronographen waren zu entdecken.

## Nachtwächter

Swiss Military Hanowa begibt sich auf eine Reise ins unbekannt Dunkle und lanciert mit der „Dark Matter“ eine Uhr für Superhelden und Nachtvögel genauso wie für Alltagsportler, Bürohelden und Grossstadtabenteurer. Die weissen Superluminova-Zeiger vor dem in sogenanntem Musou Black gehaltenen tiefschwarzen Zifferblatt absorbieren 99,4 Prozent des Lichts, im Dunkeln leuchten sie geheimnisvoll rot-orange. Die Uhr, die mit einem Ronda-Quarzwerk ausgestattet ist, ist wasserdicht bis zehn Bar, ihr Edelstahl-Gehäuse misst 42 Millimeter.



## Zitronengrün

Die Pioneer Seconds Citrus Green der Schaffhauser Marke H. Moser & Cie. ist eine Uhr für all jene, die am Pool nicht nur gerne zitronige Mojitos, Gimlets oder Lime Dancers schlürfen, sondern sich auch nicht davor scheuen, aus Unachtsamkeit in ihn hineinzufallen, die Uhr mit blauem Kautschukband ist wasserdicht bis zwölf Atm. Die Automatikuhr verfügt über eine 72 Stunden-Gangreserve, das Stahlgehäuse misst 42,8 Millimeter. Erstmals verzichtet H. Moser bei der Citrus-Pioneer gänzlich auf den Markennamen auf dem Zifferblatt – Ikonizität verpflichtet.

## Van Todt

Mit niemand geringerem als Rennsportlegende Jean Todt arbeitete Krayon bei der Herstellung des Einzelstücks der Kollektion Anywhere, für den die Uhr auch konzipiert worden ist. Das minutiös in Platin gearbeitete, mosaikhafte Email-Zifferblatt inspiriert sich am Meisterwerk „La Nuit Etoilée“ des niederländischen Künstlers Vincent van Gogh. Die Anywhere-Funktion mit dem zweifarbigem Aussenring, der die Tages- und Nachtzeiten anzeigt, bleiben das magische Geheimnis dieser Schöpfung der Superlative des Krayon-Meisters Rémi Maillat.





### Erbschaft

Anlässlich ihres 100-jährigen Jubiläums lanciert die 1924 in Hölstein gegründete Uhrenmarke Cimeter, die heute in Biel ansässig ist, den Chronographen „711 Heritage“. Die mit einem Valjoux 7750 bestückte Uhr mit tonneauförmigem Gehäuse (39,5 mm) ist in drei Zifferblattversionen erhältlich, in geheimnisvollem Grün, in einem elegant-dunklen Blau, oder in einer sandgestrahlten, dezent beige Variante. Die bis zehn zehn Atm wasserdichten Chronographen sind mit Lederband oder mit Edelstahlband mit Gliedern oder in Milanaise-Ausführung erhältlich.

### Feuerwerk

Das bunteste Feuerwerk zündete an der Watches and Wonders wohl die Uhrenmarke Nomos aus dem sächsischen Glashütte. Ihr Modell Tangente 38 Datum hat Nomos in einer poppigen Serie in 31 verschiedenen, farbenfrohen Zifferblattvarianten reinterpretiert. Jede der 31 Versionen ist – anlässlich des Jubiläums der Uhrmachertradition in Glashütte, die 1845 ihren Anfang nahm – limitiert auf 175 Modelle. Wer sich eine der Uhren sichern will, muss sich sputen, spätestens zum Sommerbeginn dürften die meisten Modelle schon annähernd vergriffen sein.



### Mondlicht

Die Genfer Uhrenmarke Raymond Weil feiert ihre Rückkehr auf die grosse Messebühne an der Watches and Wonders mit einer Vielzahl attraktiver Neuheiten. Darunter mehrere gelungene Modelle in der Kollektion Millesime, etwa das Modell Midnight Blue Moon Phase mit einem 39,5-Millimeter-Edelstahlgehäuse mit PVD-Roségoldbeschichtung, bestückt mit einem Sellita-Automatikwerk SW280-1 mit Mondphase. Wer die Uhr sein Eigen nenne möchte, muss noch ein paar Monde abwarten, offiziell erhältlich wird sie ab Oktober sein.



### Wildnis

Zum ersten Mal an der Watches & Wonders lanciert die Nidauer Marke Norqain in ihrer Paradelinie Wild One zwei neue Modelle. Neben dem im Vorjahr lancierten Erfolgsmodell in Türkis ist die Wild One Skeleton nun auch in feurigem Korallenrot und in leuchtendem Geckogrün erhältlich. Passend wurde in Genf auch die Zusammenarbeit mit Stan Wawrinka bekannt gegeben, der das rote Modell hoffentlich möglichst lange auf dem Pariser Sand tragen wird. Die mit Kautschukband bestückten Uhren messen 42 Millimeter und sind wasserdicht bis 20 Atm.



Internationale  
Fachmesse &  
Verkaufsausstellung  
für Edelsteine  
und Schmuck

24. – 27.  
OKTOBER  
2024

GEM  
WORLD  
MUNICH



Part of MUNICH SHOW

# «Rolex est devenue une société financière qui fabrique aussi des montres»

L'historien Pierre-Yves Donzé sort son 12e ouvrage sur l'industrie horlogère, «La fabrique de l'excellence». Dans cette enquête de quatre ans, le chercheur met en lumière la manière dont Rolex est parti à la conquête du monde, pour devenir aujourd'hui un véritable empire. Interview.

Rolex n'est pas une marque horlogère. C'est une énigme. Avec plus de dix milliards de francs de chiffre d'affaires en 2023 selon Morgan Stanley Research, elle s'octroie 30 pour cent de part de marché au niveau mondial. C'est plus que l'ensemble de Swatch Group (17 marques, dont Omega et Longines); plus aussi que les quatre viennent-ensuite réunies (Cartier, Omega, Patek Philippe, Audemars Piguet).

Jamais démenti même durant la «crise du quartz», ce succès est entouré de secrets. Et pour cause: l'entreprise n'ouvre pas ses archives aux chercheurs; elle n'est pas cotée en Bourse, elle ne possède pas de musée, ne publie pas d'ouvrages historiques.

De quoi susciter l'intérêt de Pierre-Yves Donzé. L'historien neuchâtelois et professeur à l'Université d'Osaka est connu pour avoir mis en lumière la production à l'étranger de composants destinés à l'horlogerie suisse. Habitué des ouvrages «non-autorisés» (notamment sur l'histoire de Swatch Group), il signe aujourd'hui son douzième livre sur l'industrie horlogère: «La fabrique de l'excellence».

Cette véritable enquête de quatre ans basée sur des sources indirectes révèle par exemple que jusque dans les années 1950, Rolex est une entreprise de taille moyenne qui suit les stratégies de ses concurrentes pour faire sa place dans l'horlogerie suisse; que le discours sur la «triple exceptionnalité» (des montres exceptionnelles, inventées par un homme exceptionnel, pour des personnes exceptionnelles) est une construction marketing mise en place après la Seconde Guerre mondiale; ou encore qu'une agence de publicité américaine en est à l'origine. Entretien avec l'auteur.

## Gold'Or: Comment vous est venue l'idée d'écrire un livre sur l'histoire de Rolex?

Pierre-Yves Donzé: Je précise tout de suite que ce n'est pas une commande. En tant qu'historien, j'avais envie de comprendre: Rolex est devenue N°1 il y a 50 ans et l'est toujours restée. C'est fascinant! De plus, s'il existe des centaines de livres sur Rolex, ceux-ci sont plutôt des catalogues de montres. Il n'existe pas de livre historique sur Rolex.

## Comment l'expliquer?

Cela s'explique par l'absence de sources directes. Rolex n'ouvre ses archives à personne de l'extérieur, ni n'accepte d'entretiens. Je n'ai pas eu de traitement de faveur. Mais il existe par contre une quantité extraordinaire de sources indirectes, comme la Feuille officielle suisse du commerce (FOSC), les brevets ou les archives fédérales, cantonales, des musées d'horlogerie, des syndicats professionnels, la Chambre suisse d'horlogerie voire de pays comme l'Angleterre ou



Il a fallu quatre ans à Pierre-Yves Donzé pour enquêter sur Rolex grâce à des sources indirectes. «Je n'ai pas eu de traitement de faveur», précise-t-il.



Reconnaisables entre toutes, les montres Rolex sont un signe de prestige. Ici, le modèle 2024 de l'Oyster Perpetual Day-Date 40 en or Everose 18 ct.

les Etats-Unis. J'ai pu rassembler quelque 1000 correspondances. C'est comme un puzzle.

Ce livre n'aurait pas pu être mon premier, car la particularité de ces documents, c'est que l'on tombe souvent dessus par hasard. Il m'a fallu toute mon expérience et ma connaissance des archives pour y parvenir.



Bienne, Genève, Plan-les-Ouates, Chêne-Bourg: Rolex est aujourd'hui un empire, comptant 9000 collaborateurs en Suisse et 14 000 dans le monde.

## Rolex, que l'on surnomme ironiquement La Firme, est connue pour être particulièrement tatillonne. Vous n'avez pas peur d'une certaine forme de représailles?

Non je n'ai pas de crainte. J'ai fait les choses consciencieusement. L'idée n'était pas de critiquer ou de révéler des secrets, mais d'expliquer la construction et le fonctionnement de cette marque. J'ai aussi usé de diplomatie en informant dès le départ le directeur Jean-Frédéric Dufour de ma démarche. Je ne voulais pas laisser circuler des rumeurs sur ce que je faisais. Et jusqu'à présent, j'ai d'excellentes relations avec Rolex.

## La marque a-t-elle demandé à relire votre manuscrit?

Non, personne n'a rien demandé. Il est possible que certaines de mes hypothèses soient erronées, mais je préférerais travailler en toute indépendance. C'est la méthode académique...

## Avez-vous envoyé un exemplaire de votre livre à Jean-Frédéric Dufour et avez-vous eu un retour?

Il a reçu un exemplaire une semaine avant la parution. Mais pour l'instant, je n'ai pas de retour.

### Quelle est la principale découverte que vous avez faite dans vos recherches?

Le rôle qu'a joué l'agence américaine de publicité J. Walter Thompson: depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale jusqu'à récemment, elle n'a pas été qu'un simple sous-traitant, mais un véritable acteur du succès de Rolex, très engagée dans l'élaboration du concept de «triple exceptionnalité». C'est elle qui a prôné la réduction de la pléthore de modèles pour ne conserver que les icônes, qui a créé «la légende Hans Wilsdorf» et qui a transformé les clients exceptionnels de la marque en ambassadeurs. J'ai compris tout cela grâce à des centaines de procès-verbaux de séances que j'ai retrouvés.

### Avez-vous eu d'autres surprises?

Je me suis rendu compte, grâce à la FOOSC, que Rolex Bienne Holding et Rolex SA (Genève) n'étaient pas aussi séparées qu'on le croyait. Historiquement, Montres Rolex SA à Genève et Manufacture des Montres Rolex SA à Bienne sont devenues des entreprises distinctes dans les années 1940, la seconde étant le fournisseur exclusif de mouvements à la première. On a longtemps cru les deux entités hermétiques l'une à l'autre. Mais j'ai découvert que Hans Wilsdorf, puis André Heiniger (ndr: patron de Rolex de 1963 à 1992) ont siégé au Conseil d'administration de la société biennoise; et vice-versa pour les familles Aegler et Borer (ndr: fondatrices de la manufacture de mouvements), qui ont siégé à Genève.

### Il se murmure que Rolex réaliserait aujourd'hui plus d'affaires dans l'immobilier qu'en vendant des montres. Avez-vous appris quelque chose à ce sujet?

Non, on entre là dans le secret des Dieux! Mais comme Rolex appartient à une fondation et ne distribue pas de dividendes, elle réinvestit l'entier des bénéfices. On peut imaginer qu'elle le fasse en Bourse et dans l'immobilier. Peut-être que Rolex est aujourd'hui devenue une société financière qui fabrique aussi des montres...



Dans «La fabrique de l'excellence», l'historien Pierre-Yves Donzé s'intéresse à Rolex, dont la réputation est d'être autant hermétique que ses montres Oyster.

### Un point de crispation dans l'horlogerie suisse est le nombre de composants fabriqués à l'étranger, notamment en Asie. Rolex reste-elle au-dessus de tout soupçon?

Je n'ai rien trouvé, pas la moindre preuve d'une internationalisation de la production. Rolex n'a jamais investi dans une usine en Asie. Si j'avais trouvé quelque chose, j'en aurais discuté avec eux. Mais non. Selon moi, c'est une des sociétés horlogères suisses les plus pures.

### Quels sont vos projets pour la suite, quelle société horlogère allez-vous mettre sur le grill?

Je n'en ai pas encore. Mais j'aimerais élargir mon horizon aux industries créatives. La mode m'intéresse beaucoup, elle présente quelques similarités avec l'horlogerie. **Fabrice Eschmann**

### Info

Pierre-Yves Donzé, «La fabrique de l'excellence» Editions Alphil, coll. Les routes de l'histoire, 300 p. ISBN 978-2-88950-241-7



**FF**  
**FAERBER**

NOUS ACHETONS DES COLLECTIONS ENTIÈRES, AINSI QUE DES PIÈCES INDIVIDUELLES DE BIJOUTERIE. NOUS PROPOSONS ÉGALEMENT DES ESTIMATIONS DE BIJOUX GRATUITES OU DES CONSEILS DISCRETS AUX COLLECTIONNEURS AINSI QU'AUX PASSIONNÉS DE BIJOUX.

WIR KAUFEN KOMPLETTE SCHMUCKKOLLEKTIONEN, SOWIE EINZELNE SCHMUCKSTÜCKE AUS SAMMLUNGEN AN. WIR BIETEN AUCH KOSTENLOSE JUWELENSCHÄTZUNGEN AN UND BERATEN SAMMLER ODER SCHMUCKLIEBHABER GERNE DISKRET.

# Who

## Die FH,

der Verband der Schweizer Uhrenindustrie, informierte am 5. April über einen gleichentags erfolgten französischen Gerichtsentscheid gegen einen Pariser Fälscherei-Hehler namens Florian Rebani, der via die Plattform „La Genève“, gefälschte Luxusuhren und gefälschte Dokumente verkaufte. Er wurde zu vier Jahren Gefängnis und zu einer Busse von 200'000 Euro verurteilt. Der eigentliche Drahtzieher, ein in Thailand lebender Julien Vincent, der sich während des Prozesses über die Obrigkeiten lustig machte und sich im Stil eines Filmstars im Endstadium auführte, wurde zu viereinhalb Jahren Gefängnis sowie zu einer Geldstrafe von 206 Millionen Euro verurteilt. Wie die FH in ihrer Meldung erinnerte, wurden gemäss einer Studie der OECD für das Jahr 2018 gefälschte Schweizer Uhren und unechter Schweizer Schmuck in der Höhe von 3,4 Milliarden Franken verkauft. Die Dunkelziffer dürfte noch höher sein.

## La FHS,

Fédération de l'Horlogerie Suisse, a rendu public le 5 avril la décision d'un tribunal français prise le même jour à l'encontre d'un faussaire et receleur parisien nommé Florian Rebani, qui vendait des contrefaçons de montres de luxe et des documents falsifiés via la plateforme «La Genève». M. Rebani a été condamné à quatre ans de prison et à une amende de 200'000 euros. Le cerveau principal de l'affaire, un certain Julien Vincent qui vivait en Thaïlande, se moquait des autorités durant le procès et jouait à la star de cinéma en fin de carrière, a quant à lui été condamné à quatre ans et demi de prison ainsi qu'à une amende pécuniaire de 206 millions d'euros. La FHS a par ailleurs rappelé dans sa publication que, selon une étude de l'OCDE, des contrefaçons de montres suisses et des faux bijoux suisses ont été vendus pour un montant de près de 3,4 milliards de francs en 2018. Les chiffres réels pourraient cependant être encore plus élevés.

## Thomas Sabo, Lauf a.d.Pegnitz (D)

présentée Anfang Jahr in Kooperation mit dem deutschen Süßwarenhersteller Haribo eine Bracelet-Kollektion mit Goldbären aus Glas. Wer dachte, „Schleckzeug“ in Form von Schmuck beschränkte sich auf die vor allem bei kleinen Kindern beliebten, mattfarbenen Ketten und Bracelets, deren einzelne Elemente in kurzer Zeit immer weniger werden, sah sich getäuscht. Auch genuine Schmuckhersteller lassen sich auf ästhetisch gewagte Äste hinaus. Wer bislang also der Ansicht war, die Modeschmuck-Branche gehe vor die Hunde, kann aufatmen, sie geht vor die Gummibärle.

## Thomas Sabo, Lauf a.d.Pegnitz (D)

a présenté au début de l'année, en collaboration avec le fabricant allemand de sucreries Haribo à Bonn, une collection de bracelets avec ours dorés en verre. De quoi décevoir les personnes qui pensaient que les douceurs en forme de bijoux se limitaient principalement aux colliers et bracelets aux couleurs mates favoris des enfants et dont les différents éléments disparaissent à vue d'œil. De vrais fabricants de bijoux se laissent apparemment aussi emporter sur des voies esthétiques plus douteuses. Les personnes qui criaient au loup quant au risque de disparition de la branche des bijoux tendance peuvent respirer: elle est bien gardée par des ours.

## SÉRIE | Les traces du temps (2)

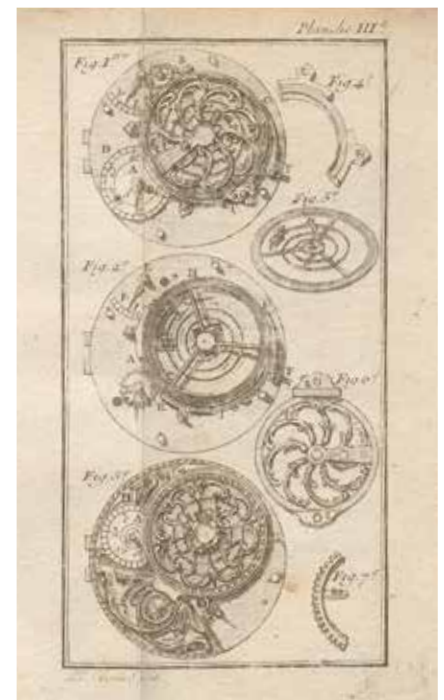
# Les énigmes de la montre

Qu'est-ce qu'une montre pour les consommateurs du 18e siècle? Les jeux de mots qui paraissent dans les journaux de l'époque nous le dévoilent.

La presse écrite fait partie de notre quotidien. En ligne ou sur papier, nous lisons journaux et magazines pour nous renseigner, apprendre ou nous distraire. Savons-nous cependant que la presse a des origines anciennes? Elle naît à la fin du 17e siècle. Elle connaît ensuite un essor considérable au 18e siècle, en contribuant à l'émergence de ce que nous appelons l'opinion publique.

Dès lors, avant la Révolution française les journaux constituent déjà un canal d'information essentiel, dont les membres des milieux techniques saisissent l'intérêt. Bien que des publications spécialisées n'existent pas, des horlogers célèbres comme Julien Leroy, Jean-André Lepaute et Ferdinand Berthoud utilisent les hebdomadaires ou les recueils d'annonces comme un outil de promotion. Ces maîtres écrivent des articles – qu'ils signent ou pas – afin de révéler leurs inventions et découvertes; ils se servent en outre des périodiques pour critiquer sans gêne le travail de leurs collègues et réclamer davantage de soutien de la part de l'État au savoir-faire horloger.

L'horlogerie fait aussi son apparition dans la presse sous une autre forme. On la retrouve notamment dans les jeux de mots qui passionnent les lecteurs et les lectrices de journaux français de l'époque. On nomme ces jeux énigmes, logoglyphes ou charades; il s'agit de courts poèmes derrière lesquels se cache un mot à identifier. On les résout en groupe ou en solitaire. Ces devinettes deviennent un véritable phénomène de société qui, depuis la France, conquiert l'Europe. Elles représentent les ancêtres de nos mots croisés, rébus ou grilles de sudoku.



Une page des illustrations qui accompagnent l'«Art de conduire et de régler les pendules et les montres» de Ferdinand Berthoud (Paris, 1759). Ces publications servaient à expliquer comment s'occuper correctement des objets mécaniques (et en assurer la régularité, non pas la précision).

## L'expansion du marché horloger

Ainsi, dès la décennie 1750 les énigmes en lien avec la mécanique prolifèrent. C'est le mot «montre» qui a le plus de succès; on compte en revanche très peu de poèmes consacrés aux mots «pendule» et «horloge». Cette présence marquée de la montre dans les jeux littéraires atteste l'expansion du marché horloger et reflète la place de plus en plus significative que la montre acquiert dans la société du temps. Comme pour les devinettes, l'engouement qu'elle suscite concerne toutes les classes sociales plus ou moins aisées.

La corbeille de mariage que le roi Louis XV fait préparer à l'occasion des noces du futur Louis XVI avec Marie-Antoinette ne contient pas moins qu'une cinquantaine de montres. Mais les salariés et les domestiques en possèdent aussi: leurs testaments et inventaires après décès nous disent que, malgré leurs revenus modestes, ces gens acquièrent des montres à répétition en or neuves ou de seconde main. Les devinettes de la presse font par ailleurs fréquemment référence à cet aspect: la montre est un objet



de prestige social, associé à la vie citadine plutôt qu'aux mœurs de la campagne.

Néanmoins, ces poèmes véhiculent également d'autres lieux communs. Ces représentations sont partagées par les lecteurs et les lectrices afin de repérer le mot dissimulé dans les vers. À travers leur côté ludique, les énigmes des journaux nous invitent donc à plonger dans l'imaginaire de la montre du 18<sup>e</sup> siècle avec humour et finesse.

Ces textes nous présentent la montre comme un objet certes élitiste, mais aussi précieux sous plusieurs aspects. Tout d'abord, il est utile, puisqu'il donne l'heure. Ensuite, il est le résultat du savoir-faire d'artisans habiles. Enfin et surtout, la montre est précieuse parce qu'on lui accorde une importante fonction décorative. Elle constitue essentiellement un ornement, comme un bijou, plutôt qu'une pièce technique. Dans cette perspective, il n'est pas étonnant que les devinettes fassent référence aux différentes tailles de la montre pour désigner la concurrence entre les deux grandes traditions horlogères de la période: les montres à l'anglaise, avec une circonférence massive assurant davantage de solidité, et les montres à la française aux lignes plus affinées et esthétiques.

À ce propos, les énigmes n'ont de cesse d'évoquer la fragilité de ces pièces, à une époque où les montres tombent et se fracassent fréquemment. Cette vulnérabilité concerne l'enveloppe autant que le mouvement: la saleté, des huiles trop épaisses ou des chocs perturbent facilement la constance du mécanisme. Dès lors, les devinettes incitent les propriétaires à apporter des soins à leurs montres afin de garantir leur régularité; elles rappellent de surcroît



Une montre «à l'anglaise». Il s'agit d'une répétition minute de Thomas Mudge, vers 1750-1760 (British Museum).



Montre à châtelaine signée Jean Romilly, vers 1780, ayant soi-disant appartenu à Marie-Antoinette. Elle présente le portrait de la reine et les portraits de femmes proches de la souveraine.

quelques règles pour leur entretien, comme le fait de les suspendre au lit la nuit pour limiter le problème des frottements.

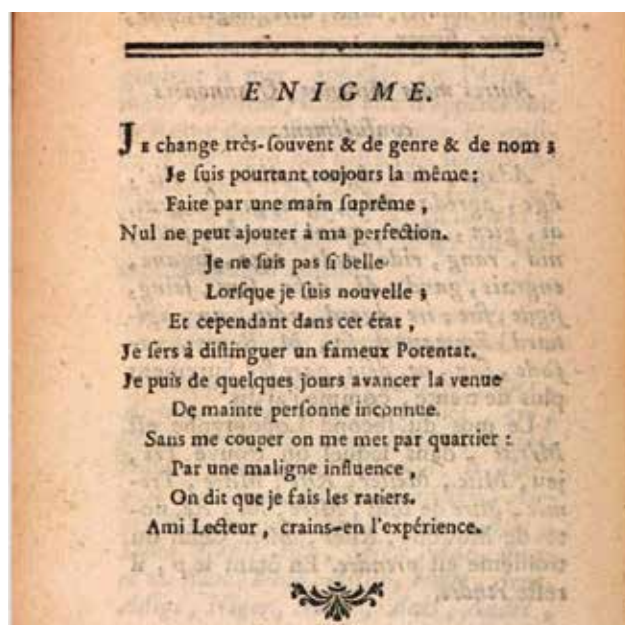
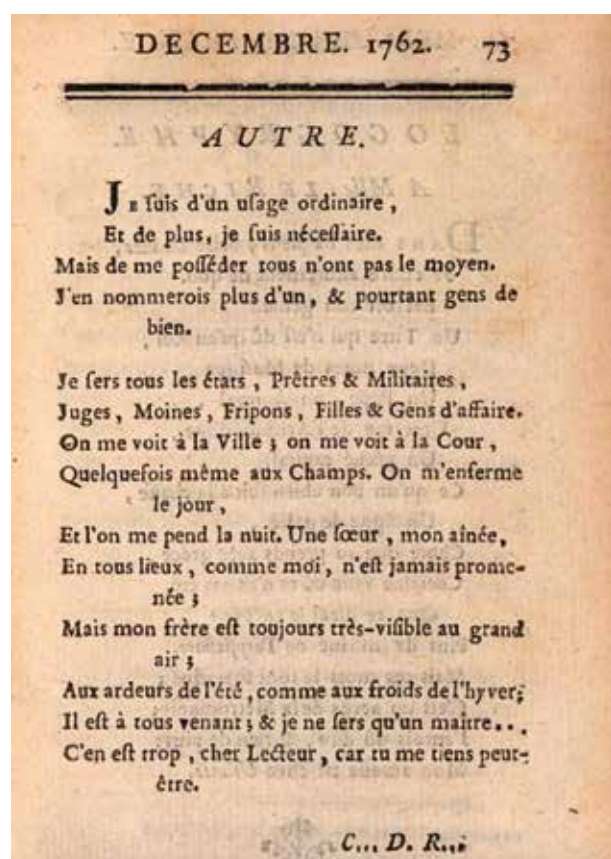
## Le sens de la précision

Si ces idées résonnent avec notre manière de penser le sens de la montre aujourd'hui, une notion distingue cependant notre conception de celle du 18<sup>e</sup> siècle: celle de la précision, à laquelle les devinettes de la presse ne font jamais allusion. Bien qu'à la même période on développe des innovations horlogères majeures, les lecteurs et les lectrices demandent à la montre de donner l'heure peu importe comment et peu importe quelle heure. Les montres ordinaires de l'âge des Lumières retardent ou avancent de plusieurs minutes par jour, sans que cela ne préoccupe leurs possesseurs. Du reste, elles demeurent réglées sur le temps solaire vrai, puisque peu d'acheteurs se délectent avec les calculs de l'équation du temps.

Dans les faits, il faudra attendre le 19<sup>e</sup> siècle pour que l'effervescence technique horlogère du 18<sup>e</sup> siècle et l'émergence de la chronométrie aient un impact réel sur la mesure du temps auprès d'un plus large public et façonnent notre

soi-disant exigence en matière de précision. Lire entre les lignes de jeux de mots banaux peut finalement s'avérer un instrument pour comprendre la relativité du temps et de ce qui l'entoure à une époque donnée.

Rossella Baldi



Une énigme tirée du «Mercure de France» (décembre 1762).

# Who

## Letizia Vecchio

schrieb am 16. März in 20 Minuten eine Kolumne darüber, wie sie als Deutsche es im Redaktionsbüro gewagt habe, Uhren von Swatch zu kritisieren und dabei gleichzeitig die Schweizer Kunst der zurückhaltenden Höflichkeit skizzierte. 20 Minuten nahm die Kolumne auch zum Anlass für eine kleine Umfrage, wie die Leser Swatch-Uhren finden. Nach beachtlichen 31'040 Stimmen (Stand 26.3.) gab es folgende Verteilung: „Total cool. Ich habe sogar mehrere“ (14%), „Ganz ok – sie sind halt ein Schweizer Markenzeichen“ (35%), „Nicht schön. Ich kann die Kritik gut nachvollziehen.“ (39%) bis zu „Keine der Antworten passt für mich.“ (12%).

## Letizia Vecchio

a rédigé un article dans 20 minutes le 16 mars. Elle y mentionne le fait d'avoir osé, en tant que personne de nationalité allemande, critiquer les montres Swatch au sein de la rédaction, tout en mettant simultanément en évidence l'art typiquement suisse de la politesse en toute retenue. 20 minutes a profité de cet article pour mener un petit sondage sur ce que pensaient les lecteurs des montres Swatch. Après un total impressionnant de 31'040 votes (état au 26.3), la répartition était la suivante: «Super cool. J'en ai même plusieurs.» (14%), «Très bien. C'est une marque suisse typique.» (35%), «Pas belles. Je comprends parfaitement cette critique.» (39%) et «Aucune réponse ne me convient.» (12%).

## Galileo,

die Wissenssendung von Pro Sieben, strahlte Anfang März einen 20-minütigen Beitrag mit dem Titel „Deconstructed Rolex“ aus. Reporterin Maike Greine setzte bei ihrem Besuch des neuen Rolex-Ausbildungs- und Servicecentrums in Köln die Messlatte hoch: „So nah wie wir ist noch nie ein Kamerateam an Rolex ran gekommen.“ Greine führte anschliessend in den Atelierräumen Interviews mit zwei Ausbildnern sowie mit Ausbildungschef Alexander Vogel. Sehr viel Neues erfuhr man im Beitrag zwar nicht, immerhin kam am Ende aber noch Dominique Jakob, Professor für Privatrecht an der Universität Zürich und Experte für Stiftungsrecht, mit einem kryptischen Schlusssatz zu Wort: „Ob jetzt Rolex tatsächlich die Steuerfreiheit besitzt, das ist natürlich Steuergeheimnis“, so Jakob. Daran hat auch Galileos Rolex-Besuch nichts geändert.

## Galileo,

l'émission scientifique de la chaîne allemande Pro Sieben, a diffusé début mars un reportage de 20 minutes intitulé «Deconstructed Rolex». Lors de sa visite du nouveau centre de formation et de service de Rolex à Cologne, la reporter Maike Greine a placé la barre haut: «Jamais une équipe n'a réalisé un documentaire aussi proche de Rolex.» Maike Greine a terminé son reportage par des entretiens avec deux formateurs et le responsable de la formation Alexander Vogel dans les ateliers. Le reportage n'a cependant rien proposé de bien nouveau. Seule spécificité, une phrase de conclusion quelque peu cryptique de Dominique Jakob, professeur de droit privé à l'Université de Zurich et expert en droit des fondations: «Quant à savoir si Rolex bénéficie effectivement d'une exonération fiscale, cela relève bien évidemment du secret fiscal.» Le rendez-vous entre Galileo et Rolex n'a absolument rien changé à cet état de fait.

## SERIE | Die Spuren der Zeit (2)

# Die Uhren-Rätsel

Was bedeutete eine Uhr für die Kunden des 18. Jahrhunderts? Die Wortspiele und Worträtsel, die in den Zeitschriften der damaligen Zeit erschienen, verraten es uns.

Printmedien sind Teil unseres täglichen Lebens. Wir lesen Zeitungen und Zeitschriften online oder in gedruckter Form, um uns zu informieren, zu lernen oder uns zu unterhalten. Nicht immer ist uns bewusst, dass die Ursprünge der medialen Vermittlung weit in die Vergangenheit zurückreichen. Sie entstand im späten 17. Jahrhundert, erlebte schnell einen enormen Aufschwung und leistete bald einen grossen Beitrag zur Bildung der öffentlichen Meinung.

Bereits vor der Französischen Revolution (1789) stellten Zeitungen einen wichtigen Informationskanal dar, dessen Bedeutung auch die Mitglieder des technischen Bereichs erkannten. Obwohl es keine Fachpublikationen gab, nutzten auch berühmte Uhrmacher wie Julien Leroy, Jean-André Lepaute oder Ferdinand Berthoud Wochenzeitungen oder Anzeigensammlungen als Werbemittel. Diese Meisterhandwerker schrieben Artikel – mit oder ohne Unterschrift –, um ihre Erfindungen und Entdeckungen zu veröffentlichen, und nutzten die Zeitschriften, um die Arbeit ihrer Kollegen zu kritisieren und gleichzeitig auch, um mehr staatliche Unterstützung für die Uhrmacherei einzufordern.

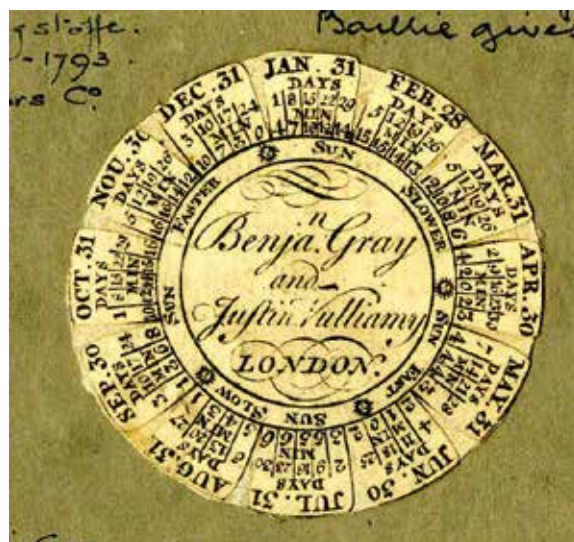
Die Uhrmacherei tauchte in Presseerzeugnissen auch in anderer Form auf. Sie findet sich beispielsweise besonders gern in Form von Worträtseln, die Leserinnen und Leser der französischen Zeitungen zu jener Zeit begeisterten. Diese Spiele werden als Rätsel, Logogriphs oder Charaden bezeichnet und sind kurze Gedichte, hinter denen sich ein Wort verbirgt, das es zu identifizieren gilt. Man löste sie in Gruppen oder allein. Diese Rätsel entwickelten sich zu einem weit verbreiteten gesellschaftlichen Phänomen, das von Frankreich aus ganz Europa eroberte, vergleichbar dem heutigen Kreuzworträtsel, Rebus oder Sudoku.

## Die Expansion der Uhrmacherei

Ab den 1750er Jahren gab es immer mehr Rätsel, die mit Mechanik zu tun hatten. Am erfolgreichsten war das Wort Uhr, während es nur sehr wenige Gedichte mit den Wörtern Pendule und Standuhr gab. Die starke Präsenz der Uhr in diesen literarischen Spielen ist ein Beweis für die Expansion des Uhrenmarktes und spiegelt die zunehmende Bedeutung der Uhr in der Gesellschaft wider. Die Begeisterung, die sie hervorruft, betrifft, wie bei den Rätseln, mehr oder weniger alle wohlhabenden Gesellschaftsschichten.

Der Hochzeitskorb, den König Ludwig XV für die Hochzeit des zukünftigen Ludwig XVI mit Marie-Antoinette zusammenstellen liess, enthielt nicht weniger als fünfzig Uhren. Aber auch Angestellte und Bedienstete besaßen Uhren: Aus ihren Testamenten und Nachlassverzeichnissen geht hervor, dass diese Menschen trotz ihres geringen Einkommens neue oder gebrauchte goldene Repetieruhren kauften. Die Zeitungsrätsel weisen zudem

auf einen weiteren Aspekt hin: Die Uhr ist ein soziales Prestigeobjekt, das eher mit dem Leben in der Stadt als mit den Sitten auf dem Land in Verbindung gebracht wird.



Eine Uhrenzeitschrift aus der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts, mit der Zeitgleichung (British Museum). Die Vulliamys waren Waadtländer und gehörten zu den berühmtesten Uhrmachern Londons, aber in der Schweiz kennt sie heute niemand mehr.

Darüber hinaus enthalten die Rätseltexte viele gesellschaftlich weit verbreitete Vorstellungswelten. Diese Gemeinplätze werden von den Lesern und Leserinnen geteilt, um das in den Versen verborgene Wort zu finden. Die Rätsel in den Zeitungen laden auf spielerische Weise also gleichzeitig dazu ein, mit Humor und Raffinesse in die Vorstellungswelt der Uhr des 18. Jahrhunderts einzutauchen.

Die Texte stellen uns die Uhr zudem als elitären Gegenstand vor, der für die Menschen gleichzeitig in vielfacher Weise bedeutsam war: Zunächst einmal war eine Uhr nützlich, da sie die Zeit anzeigte. Zweitens war sie das Ergebnis des Könnens geschickter Handwerker. Und drittens war die Uhr vor allem auch deshalb sehr wertvoll, weil ihr eine hohe dekorative Funktion zugeschrieben wurde. Sprich, sie wurde in erster Linie als Ornament und Zierde, also wie ein Schmuckstück und weniger als technisches Instrument wahrgenommen. Vor diesem Hintergrund ist es nicht verwunderlich, dass sich die Sprachrätsel auch auf die verschiedenen Grössen der Uhr bezogen, um den Wettbewerb zwischen den beiden grossen Uhrentraditionen dieser Zeit zu beschreiben: den englischen Uhren mit ihrem massiven Umfang, der für mehr Stabilität sorgte. Und den französischen mit ihren schlankeren und ästhetischeren Linien.

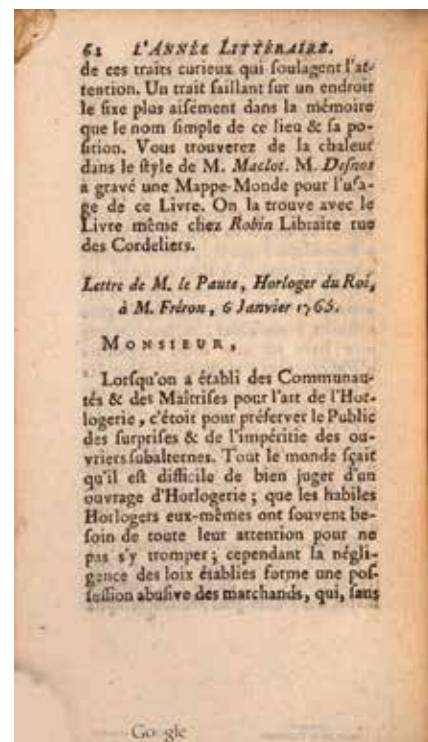
In diesem Zusammenhang wiesen die Rätsel immer wieder auf die Zerbrechlichkeit dieser Stücke hin, in einer Zeit, in der Uhren häufig runterfielen und zerbrachen. Diese Anfälligkeit betraf sowohl das Gehäuse als auch das Uhrwerk: Schmutz, zu dickes Öl oder Stösse konnten die Zuverlässigkeit und Konstanz des Mechanismus leicht beeinträchtigen. Die Rätsel fordern die Besitzer deshalb auf, ihre Uhren zu pflegen, um ihre Regelmässigkeit zu gewährleisten, und erinnern an einige Regeln für ihre Pflege.

## Die Bedeutung der Präzision

Obwohl diese Ideen mit unserer heutigen Vorstellung von der Bedeutung der Uhr übereinstimmen, unterscheidet sich unsere Vorstellung von der des 18. Jahrhunderts bezüglich eines zentralen Begriffs: dem der Genauigkeit, der in den Zeitungsrätseln nie erwähnt wird. Obwohl zur gleichen Zeit bedeutende Innovationen in der Uhrmacherei entwickelt wurden, verlangten die Leser und Leserinnen von der Uhr, dass sie die Zeit anzeigt, wobei es eine geringe Rolle



Eine Uhr nach „französischer Art“. Es handelt sich um eine doppelseitige Uhr, die mit „Louis Duchêne & Compagnie“ signiert ist, um 1770 (Musée d'art et d'histoire de Genève).



Ein Artikel von Jean-André Lepaute aus der Zeitschrift „Année littéraire“ (1765, Bd. 1).

spielte, wie präzise diese war. Die Uhren des Zeitalters der Aufklärung gingen täglich um mehrere Minuten nach oder vor, ohne dass sich ihre Besitzer darüber Gedanken machten. Ausserdem blieben sie auf die wahre Sonnenzeit eingestellt, da sich nur wenige Käufer mit den Berechnungen der Zeitgleichung auskannten.

In der Praxis dauerte es bis ins 19. Jahrhundert, bis sich der technische Aufschwung der Uhrmacherei des 18. Jahrhunderts und die Entwicklungen der Chronometrie auf die Zeitmessung beim breiten Publikum auswirkten und unsere heutigen Ansprüche an die Genauigkeit zu prägen begannen. Zwischen den Zeilen banaler Worträtsel zu lesen, kann sich letztlich auch als Mittel erweisen, einen Sinn für die Relativität der Zeit und ihre Rolle in einer bestimmten Epoche zu gewinnen.

Rossella Baldi

**KORALLE-SCHMUCK**  
BARBARA GOLDMANN

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

**GR**  
ALLIANCE  
SWISS MADE

WWW.GYR.CH

# Un transfert réussi

La société genevoise Altair Consulting SA, active depuis 1998 dans le domaine de l'impression 3D et des services de CAO pour les secteurs de l'horlogerie et de la bijouterie, se réjouit d'une succession réussie. Le fondateur de la compagnie, Paul-Henri Tinguely, a trouvé en la personne d'Emeric Lignier un successeur idéal.

C'est le dernier jour de l'EPHJ à Genève en juin 2019, peu avant la fermeture du salon qu'Emeric Lignier s'est présenté sur le stand d'Altair Consulting à Paul-Henri Tinguely. «On a discuté un peu et je trouvais le concept et le savoir-faire de la compagnie très intéressant. Moi, j'avais ma propre entreprise, donc, j'avais un peu de liberté. On a fixé un rendez-vous, et puis, petit à petit on a discuté pour voir comment on pouvait organiser la passation», explique Emeric Lignier.

Emeric Lignier a d'abord rejoint Altair Consulting en tant qu'employé et s'est familiarisé avec tous les aspects opérationnels: la production, la commercialisation, la formation aux produits pour les clients. «Cela s'est fait d'une manière assez naturelle et a facilité la suite du processus», explique Emeric Lignier. Et Paul-Henri Tinguely s'accorde à dire qu'un point important était qu'ils avaient des valeurs communes et une manière de travailler et de penser similaire. «Nous sommes tous les deux des ingénieurs, habitués à trouver des solutions techniques aux problèmes de nos clients, cette base est centrale».

## «Il y a très peu de choses qui nous échappent»

Connaître les besoins techniques de ses clients et entretenir un dialogue intensif avec eux est l'une des principales forces d'Altair Consulting. «Nos clients, ce sont des personnes avec lesquelles nous prenons beaucoup de plaisir à discuter», explique Emeric Lignier. De temps en temps, les défis sont certes importants. «Mais dans plus de 98 pour cent des cas, nous trouvons les solutions. Il y a très peu de choses qui nous échappent», souligne Paul-Henri Tinguely.

Depuis 1998, Altair Consulting SA participe au développement de l'impression 3D dans différents secteurs. Aujourd'hui, il s'agit principalement de l'industrie horlogère et de la bijouterie, du petit atelier à la grande marque. Parmi les activités principales, il y a surtout la distribution d'imprimantes 3D du fabricant Envisiontec, les solutions de services et les logiciels qui vont avec. Avec l'arrivée



Emeric Lignier et Paul-Henri Tinguely (à droite).

d'Emeric Lignier, de nouveaux produits ont été ajoutés au catalogue.

Aujourd'hui, le design, le posage et l'outillage font partie des prestations clés d'Altair Consulting. Et ce, en fonction des besoins des clients: «Soit les clients nous envoient la conception d'un outil et nous nous occupons de l'impression en 3D, ou, on nous envoie la définition d'un besoin, par exemple un outillage pour assembler une pièce A à une pièce B. Dans ce cas, nous nous occupons de la conception et de la fabrication de la pièce, c'est-à-dire du projet complet», explique Emeric Lignier. Sur la

partie des prestations, Altair Consulting vit actuellement des journées intenses. «Les clients arrivent souvent au dernier moment.» Il faut donc faire preuve de souplesse et de réactivité, mais c'est justement l'une des forces d'Altair Consulting. Pendant ces process, un des objectifs est de pouvoir gagner du temps partout. «C'est particulièrement important dans le domaine de l'outillage», souligne Emeric Lignier. «Lorsqu'une demande d'outil arrive, le projet est généralement déjà prêt pour le montage, ce qui rend les choses d'autant plus urgentes.

## La compétence 3D reste au cœur

Le cœur de métier de la compagnie genevoise reste les imprimeurs 3D. Dans ce domaine, Altair Consulting continue de collaborer avec le fabricant Envisiontec qui dispose d'une large gamme d'imprimantes performantes, parmi celles-ci la nouvelle imprimante Pro XL sortie en 2023. Cela comprend également la vente et la formation dans le domaine des logiciels de CAO. «Nous avons aussi pris un nouveau logiciel de design pour la bijouterie: Rhino Artisans – une évolution avec un module ajouté à Rhino qui offre aux bijoutiers une bibliothèque pour lui faire gagner beaucoup de temps sur leurs designs. «Le logiciel demande un peu de formation, mais il reste aussi accessible à des personnes qui n'ont pas de grandes compétences en CAO et il offre des possibilités poussées techniquement», selon Emeric Lignier. Altair Consulting s'occupe également de la distribution et du service du logiciel «Materialize Magics» qui permet de préparer des fichiers

pour l'impression. Ce logiciel aide par exemple à corriger un fichier avant l'impression si quelque chose n'était pas tout à fait correct. «Le but d'une bonne préparation, c'est d'optimiser l'impression et d'avoir une production qui sort juste pour gagner du temps lors du post-traitement. On essaie alors d'offrir une solution complète, du départ jusqu'à la fin de la production avec une bonne qualité», souligne Emeric Lignier.

Paul-Henri Tinguely, qui a entre-temps cédé la majorité de l'entreprise à Emeric Lignier, est heureux de savoir que son entreprise est entre de bonnes mains. „En mars 2023, je suis parti en vacances pour la première fois depuis longtemps. Et quand je suis rentré, je n'avais plus rien à faire...Ecoute, c'est bon, je suis à la retraite, et Emeric était d'accord avec moi. Donc, on est sur des bons rails», conclut Paul-Henri Tinguely d'un ton serein. **mw**

[altair-consulting.com](http://altair-consulting.com)



La nouvelle imprimante 3D D4K Pro.

# Eine erfolgreiche Übergabe

Die Genfer Firma Altair Consulting SA, die seit 1998 im Bereich 3D-Druck und CAD-Dienstleistungen für die Uhren- und Schmuckbranche tätig ist, freut sich über eine erfolgreiche Nachfolge. Der Gründer des Unternehmens, Paul-Henri Tinguely, hat an Emeric Lignier übergeben.

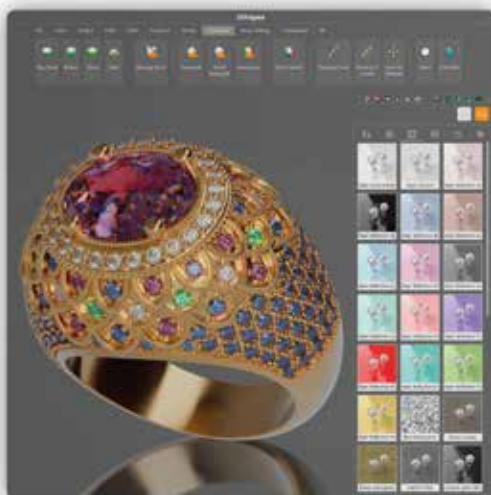
Es war am letzten Tag der EPHJ in Genf im Juni 2019, kurz vor Messeschluss, als Emeric Lignier sich am Stand von Altair Consulting bei Paul-Henri Tinguely vorstellte. „Wir haben uns ein wenig unterhalten, ich fand das Konzept und das Knowhow des Unternehmens sehr interessant. Da ich selbst eine eigene Firma besass, hatte ich ein bisschen Freiraum. Wir haben einen Termin vereinbart und dann nach und nach darüber gesprochen, wie wir die Übergabe organisieren könnten“, so Lignier.

Emeric Lignier kam zunächst als Angestellter zu Altair Consulting und machte sich mit allen betrieblichen Aspekten vertraut: Produktion, Vermarktung, Produkteschulungen für Kunden. „Das geschah alles ziemlich natürlich und erleichterte die weiteren Schritte“, so Lignier. Paul-Henri Tinguely ergänzt, dass es ein wichtiger Punkt war, dass sie gemeinsame Werte und eine ähnliche Art zu arbeiten und zu denken hatten. „Wir sind beide Ingenieure, die es gewohnt sind, technische Lösungen für die Probleme unserer Kunden zu finden, diese Basis ist zentral“, so Tinguely.

## „Nur wenig, was uns entgeht“

Die technischen Bedürfnisse der Kunden zu kennen und einen intensiven Dialog mit ihnen zu führen, gehört zu den Stärken von Altair Consulting. „Unsere Kunden sind Menschen, mit denen wir uns gerne unterhalten“, so Emeric Lignier. Manchmal seien die

Herausforderungen zwar gross. „Aber in mehr als 98 Prozent der Fälle finden wir eine Lösung. Es gibt nur sehr wenig, was uns entgeht“, betont Paul-Henri Tinguely.



Altair Consulting vertreibt die Software Rhino Artisans sowie 2Shapes for Rhino.

Seit 1998 ist Altair Consulting SA auf den 3D-Druck für verschiedene Branchen spezialisiert. Heute ist dies vornehmlich die Uhren- und Schmuckindustrie, vom kleinen Atelier bis zur grossen Marke. Zu den Hauptaktivitäten gehört der Vertrieb von 3D-Druckern des Herstellers Envisiontec, mit den dazugehörigen Service-Lösungen und dem Softwarespektrum. Mit der Ankunft von Emeric Lignier wurden zudem neue Produkte ins Programm aufgenommen. Heute gehören Dienstleistungen im Bereich Design, Posage und Werkzeugherstellung zum Kern. „Die Kunden schicken uns entweder das Design eines Werkzeugs, und wir kümmern uns um den 3D-Druck, oder sie schicken uns die Definition ihres Bedarfs, etwa für ein Werkzeug, um ein Teil A mit einem Teil B zu verbinden. In diesem Fall kümmern wir uns um die Konstruktion und Herstellung des Werkzeugs, sprich um das gesamte Projekt“, so Lignier. Bezüglich der Auftragslage erlebt Altair Consulting derzeit intensive Tage. „Die Kunden kommen häufig im letzten Moment.“

Man müsse also flexibel und reaktionsschnell sein, aber auch dies sei eine der Stärken von Altair Consulting. Während eines Projekts sei es ein Hauptziel, überall Zeit sparen zu können. Gerade im Bereich Werkzeugfertigung sei dies besonders wichtig, so Lignier: „Wenn eine Werkzeugauftrag eintrifft, ist das Projekt in der Regel schon montagefertig, was die Sache umso dringlicher macht.“

## 3D-Kompetenz bleibt Kern

Die Kernkompetenz des Genfer Unternehmens liegt nach wie vor bei den 3D-Druckern des Herstellers Envisiontec, der über eine breite Palette leistungsstarker Drucker verfügt. „Wir haben auch eine neue Designsoftware für Juweliere: Rhino Artisans – eine Weiterentwicklung mit einem Modul, das Rhino hinzugefügt wurde und Goldschmieden ein immenses Spektrum anbietet, und mit der viel Zeit bei der Erstellung der Designs gespart werden kann. Die Software erfordert etwas Routine, ist aber auch für Leute zugänglich, die keine grossen CAD-Kenntnisse haben. Und sie bietet technisch ausgeklügelte Möglichkeiten“, so Lignier. Altair Consulting kümmert sich auch um den Vertrieb und den Service der Software „Materialize Magics“, mit der Dateien für den Druck vorbereitet werden können. „Ziel ist es, den Druck zu optimieren, um bei der Nachbearbeitung Zeit zu sparen. Auch hier sind wir bestrebt, eine Komplettlösung vom Anfang bis zum Ende der Produktion mit durchgehend guter Qualität anzubieten“, so Lignier.

Paul-Henri Tinguely, der mittlerweile die Mehrheit des Unternehmens an Emeric Lignier abgetreten hat, ist froh, dieses in guten Händen zu wissen. „Im März 2023 bin ich zum ersten Mal seit Langem in die Ferien verreist. Und als ich zurückkam, hatte ich nichts mehr zu tun... Da wusste ich, jetzt bist du im Ruhestand – und Emeric stimmte mir zu. Folglich sind wir auf dem richtigen Weg“, resümiert Paul-Henri Tinguely sichtlich zufrieden. *mw*

[altair-consulting.com](http://altair-consulting.com)



Der neue Drucker Pro XL von Envisiontec.

## Kering, Paris (F),

publizierte am 19. März einen Zwischenbericht zu den Resultaten des ersten Quartals. Grund für diese Vorab-Erklärung ist das ausserordentlich schlechte Abschneiden der Marke Gucci in den ersten drei Monaten. Wie die französische Gruppe auswies, werden Guccis Umsätze in den ersten drei Monaten rund 20 Prozent tiefer liegen als im ersten Vorjahresquartal 2023. Weil Gucci Hauptsatzträgerin von Kering ist, hat dies auch Auswirkungen auf den Gesamtumsatz von Kering, der im ersten Quartal rund zehn Prozent tiefer liegt als 2023. Grund ist die Konjunkturkrise in Asien, allen voran in China.

## Kering, Paris (F)

a publié le 19 mars un rapport intermédiaire sur ses résultats du premier trimestre. Ces explications préalables ont été motivées par les chiffres extraordinairement mauvais de la marque Gucci au cours des trois premiers mois. Le groupe français a ainsi indiqué que durant cette période, les chiffres d'affaires de Gucci avaient performé à un niveau inférieur de 20 pour cent à ceux du premier trimestre 2023. Gucci étant la source de chiffre d'affaires principale de Kering, ce résultat a aussi des conséquences sur le chiffre d'affaires global du groupe qui a évolué au premier trimestre à un niveau environ 10 pour cent plus bas que celui de 2023. Cette situation est à mettre au compte de la crise conjoncturelle en Asie et surtout en Chine.

## Tissot, Le Locle,

hat Ende Dezember, offiziell zwei Tagen vor Heiligabend, am Steinweg 6 in der Innenstadt von Frankfurt am Main, seine deutschlandweit erste Boutique eröffnet. Auf zwei Etagen und insgesamt 120 Quadratmetern präsentiert die Neuenburger Marke alle Grössen ihrer aktuellen Kollektion. Die Frankfurter Allgemeine publizierte im Nachgang am 20. Februar unter dem Titel „Solider Einstieg in die Uhren-Oberklasse“ einen Artikel zur neuen Boutique, bei dem man aus fachjournalistischer Warte den Verdacht hegt, es handle sich um eine getarnte Publireportage. Das ist keineswegs verwerflich, könnte aber darauf hinweisen, dass die Auslastung des neuen Geschäfts in den ersten Monaten noch nicht berauschend gewesen sein könnte. Etwas nonchalant ist im Text im Übrigen davon die Rede, Tissot fertige pro Jahr vier Millionen Uhren, während beispielsweise Morgan Stanley in ihrem jüngsten Bericht zum Jahr 2023 die Zahl verkaufter Uhren für Tissot auf 2,75 Millionen schätzte.

## Tissot, Le Locle

a ouvert sa première boutique en Allemagne fin décembre, deux jours avant la veille de Noël, au Steinweg 6, en vieille-ville de Francfort-sur-le-Main. La marque neuchâteloise propose ainsi toutes les versions de sa collection actuelle sur deux étages et 120 mètres carrés au total. Le quotidien Frankfurter Allgemeine a ensuite publié le 20 février un article intitulé «Solider Einstieg in die Uhren-Oberklasse» («Une arrivée solide dans la classe horlogère supérieure») au sujet de la nouvelle boutique. Tout journaliste spécialisé soupçonnera sans doute que cette publication est en réalité un publireportage. Rien de répréhensible à cela, mais il aurait pu être mentionné que la fréquentation de la boutique n'avait pas été époustouflante au cours des premiers mois. Le texte mentionne en particulier, avec un brin de nonchalance, que Tissot produit chaque année quatre millions de montres, alors que Morgan Stanley, par exemple, estimait le nombre de montres vendues par Tissot à 2,75 millions dans son dernier rapport de l'année 2023.

## Marktkommentar

Der Markt zeigte sich Anfang April stabil, doch die Sanktionen und die damit verbundenen Herkunftsnachweise bringen eine gewisse Unsicherheit mit sich. Händler, die die Thematik frühzeitig angegangen sind, können seit geraumer Zeit den Handel mit russischen Diamanten vermeiden – so auch Muff fine diamonds. Die neuen Sanktionen könnten jedoch ein beispielloses Mass an Transparenz in die Diamantenindustrie bringen. Die russische Diamantenindustrie steht unter Druck, nachdem die G7 und die Europäische Union den Import von Rohdiamanten aus Russland Anfang Januar sanktioniert haben. Es handelt sich um einen Drittel der weltweit im Jahr 2022 abgebauten Gesamtmenge. Im September soll ein Zertifizierungsschema eingeführt werden, um die Herkunft von Diamanten standardisiert zu verifizieren. Diese Massnahmen wären die grösste Veränderung des Geschäfts seit Jahrzehnten.

Russische Diamantenminen erzielen jedes Jahr einen Umsatz von rund 4,5 Milliarden US-Dollar. Das ist im Vergleich zu den Einnahmen aus Russlands Öl- und Gasexporten, die trotz Sanktionen 2022 einen Rekord von 384 Milliarden US-Dollar erreichten, relativ wenig. Obwohl die Diamantsanktionen symbolisch sind, könnten technologische Herkunftsnachweise den Wert für alle erhöhen. Unternehmen wie Sarine aus Israel verwenden bereits 3D-Scans, um digitale Modelle zu erstellen, während De Beers ein internes Trackingssystem für seine wertvollsten Steine hat. Trotz der möglichen Kosten für Marktteilnehmer könnte eine branchenweite und standardisierte Lösung den Wert des Diamanten für den Verbraucher erhöhen.

## Namibias Diamantindustrie

Namibia, ein Land, das oft im Schatten von Botswana steht, hat eine verborgene Schatzkammer – Diamanten. Während das Binnenland Botswana auf dem afrikanischen Kontinent als Diamantengigant und Nummer 1 bekannt ist, verdient Namibia ebenfalls Anerkennung als einer der weltweit grössten Diamantenproduzenten. Was Namibia so besonders macht, sind nicht nur seine spektakulären Landschaften und sein Engagement für den Naturschutz, sondern auch seine hochwertigen Diamanten. Trotz Namibias eher kleinen Produktion nach Wert und Carat im Vergleich zu Botswana, war der „Output“ mit

einem durchschnittlichen Rohsteinpreis von 601 US-Dollar pro Carat am wertvollsten. Die meisten davon werden nicht auf dem Land, sondern in den Tiefen des Ozeans abgebaut, wo Namibia die reichsten marinen Diamantenvorkommen der Welt besitzt. Vor Millionen von Jahren trugen Gezeiten diese Schätze entlang des Orange-Rivers bis zur nordwestlichen Küste des Landes. Dank zusätzlichen Investitionen sieht die Zukunft von Namibias Diamantindustrie vielversprechend aus. Die Produktion von marinen Diamanten stieg 2023 ebenfalls an. Die Diamantindustrie ist nicht nur ein Glanzlicht für Namibias Wirtschaft, sondern auch ein bedeutender Steuerzahler. In Zusammenarbeit mit dem Diamantenriesen De Beers könnte Namibia bald grössere Anteile an diesem kostbaren Rohstoff erhalten, ähnlich wie sein Nachbar Botswana.

## Der Franken-Dollar-Wechselkurs

Der Diamantenhandel ist stark vom US-Dollar abhängig. Ob in Indien, Israel, Hongkong oder Belgien, überall wird in Dollar gehandelt. Die Margen sind gering und alle Transaktionen werden in Dollar abgewickelt. Der Wechselkurs spielt eine zentrale Rolle. Seit Jahresbeginn hat der Schweizer Franken gegenüber dem Dollar an Wert verloren. Über die Jahre hinweg bietet der Schweizer Franken mit seiner Stärke jedoch attraktive Importpreise. Die Schweiz profitiert davon, sie importiert jährlich Waren im Wert von fast 300 Milliarden Franken. Während Exporte aufgrund des starken Frankens teurer werden, profitieren Importeure, und dadurch auch die Endverbraucher in der Schweiz. Für sie ergeben sich viele (im internationalen Vergleich) attraktive Einstiegspreise – so auch für das wertvollste und schönste Material, den Diamanten.

## Vergleich Rap Index in %

Carat	April 24	April 23-April 24
0.30	-1.53	-13.22
0.50	+0.57	-22.04
1.00	-0.80	-18.82
3.00	-1.20	-11.64

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

Corina Muff  
Muff fine diamonds AG  
finediamonds.ch

# KREIS

GEMGENÈVE

09 - 12 May 2024



Padparadscha - 22.37ct - natural



Paraiba - 7.79ct  
loupe-clean, Mozambique



Emerald Pair - 9.52ct,  
Colombia, Muzo Green,  
Minor Oil

Paraiba - Sapphire - Emerald - Tourmaline - Aquamarine -  
Imperial Topaz - Black Opal

[info@kreisjewellery.com](mailto:info@kreisjewellery.com)

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



Schweizerische Gemmologische Gesellschaft  
Société Suisse de Gemmologie  
Società Svizzera di Gemmologia  
Swiss Gemmological Society

## HISTORISCHE GEMMOLOGIE

Entdeckungen von bisher unbekanntem Edelsteinvorkommen, neue Techniken in der Behandlung von Farb- und Edelsteinen und die Produktion von synthetischen Steinen stellen grosse Herausforderungen für Juweliere und Gemmologen dar. Regelmässige Weiterbildung ist die Basis, um bei der Kundschaft Vertrauen in die Schmuckbranche aufbauen zu können.

Die Schweizerische Gemmologische Gesellschaft SGG sorgt dafür, dass ihre Mitglieder und Gäste durch fachliche Aus- und Weiterbildung immer auf dem neusten Stand der Gemmologie sind. Dafür bieten die Verantwortlichen jährlich einen zweitägigen zentralen Weiterbildungskurs an, an dem international renommierte Referenten aus erster Hand über die Entwicklungen im Edelsteinhandel berichten, sowie die neusten wissenschaftlichen Erkenntnisse vorstellen.

Der nächste zentrale Weiterbildungskurs wird  
**von Montag, 10. Juni bis Dienstag, 11. Juni 2024**  
**im Hotel & Conference Center Sempachersee**  
**in Nottwil/LU stattfinden.**



Im Zentrum der Tagung steht dieses Mal „Historische Gemmologie“. Wie gewohnt werden hochkarätige Referenten aus nah und fern dabei sein, die viel Spannendes aus der Welt der edlen Steine zu erzählen haben. Zu den Gastreferenten gehören Peter Janowski und Leander Schorr von Ceylons Munich, Tobias Lanz von Bucherer Fine Jewellery, Luzern, Helen Molesworth vom Victoria & Albert Museum, London, Jack Ogden, Jewellery Historian, London, Klaus Schollenbruch vom Gübelin Gem Lab, Luzern, Tom Stephan, DGemG, Idar-Oberstein und Hanco Zwaan, Netherlands Gem Laboratory in Leiden, Niederlande.

Aus der Reihe der SGG-Mitglieder referieren: Willy Bieri, GRS Gem Research Swiss Lab, Luzern, Laurent Cartier, SSEF, Basel, Catherine Devincenti, CDV Consulting, Lausanne, Thomas Hainschwang, GGTL Gemlab, Balzers, Fürstentum Liechtenstein, Michael Hügi, SGG, Bern, Martin Julier, Bucherer AG, Luzern, Michael Krzemnicki, SSEF, Basel und Hans Pfister, Luigitrade S.A., Genève.

### Werden Sie Mitglied der SGG

Personen aus der Edelstein-, Bijouterie- und Juwelenbranche, Mitarbeitende von gemmologischen Labors und weitere Interessierte können Mitglied der Schweizerischen Gemmologischen Gesellschaft werden. Details über die Voraussetzungen dafür finden Sie auf unserer Webseite [gemmologie.ch](http://gemmologie.ch). Für weitere Auskünfte stehen wir Ihnen unter [info@gemmologie.ch](mailto:info@gemmologie.ch) gerne zur Verfügung.

Wir freuen uns jetzt schon, Sie Mitte Juni in Nottwil begrüßen zu dürfen!



Anhänger, George Fouquet, zirka 1898. Amethyst mit Perlen. Mikimoto Pearl Museum, Toba, Japan.



Renaissance Widder-Anhänger: Barocke Perle, mit Email und Rubinen, unbekannter Provenienz, zirka 1590. Mikimoto Pearl Museum, Toba, Japan.



Rückseitige Platte der Wiener Reichskrone, um 1000 n. Chr. Schatzkammer Wien.



# Resilience



**GEM GENEVE**

09th - 12th of MAY 2024  
Booth D 63



**GROH + RIPP**

Die Farbstein- und Technik-Spezialisten  
Idar-Oberstein • Germany

• Seit 1953 •

# Nouvelles étincelles pour la 8e édition de GemGenève

En moins de cinq ans, GemGenève s'est imposé comme un événement international incontournable offrant une vue d'ensemble sur la création joaillière d'hier et d'aujourd'hui. Une fois de plus, cet événement réunira près de 220 exposants, dont 190 marchands du monde entier, des écoles reconnues à l'échelle internationale, des laboratoires réputés et des partenaires institutionnels. Ainsi qu'une exposition exceptionnelle sur les opales, spécialement conçue pour cette occasion!

En ce beau printemps genevois, deux signatures américaines prépondérantes traverseront l'Atlantique et prendront part, pour la première fois, à GemGenève: Seaman Schepps et Steven Neckman.

## Seaman Schepps, l'art de fusionner l'inattendu

Seaman Schepps naît en 1881 dans le Lower East Side de Manhattan. Un prénom étrange pour un jeune garçon. Selon la légende, sa mère pouvait lire la publicité de la banque d'épargne Seaman's depuis sa fenêtre d'hôpital. Quelle inspiration! Depuis 1904, date à laquelle Schepps a ouvert sa première maison de joaillerie à Los Angeles, il a été un visionnaire audacieux qui a su mélanger des matériaux inattendus créant ainsi des pièces uniques et intemporelles. Tout au long de sa carrière, de L.A. à New-York, il a évolué jusqu'à devenir l'un des principaux bijoutiers américains, souvent proche du monde du cinéma.

## Un style anticonformiste

Très avant-gardiste, il fut l'un des premiers à exploiter des matériaux inattendus comme le bois, le verre ou les coquillages pour réaliser des bijoux aux combinaisons de couleurs et de textures inhabituelles, déconcertantes et audacieuses. Sa palette de pierres variée et surprenante pour les années 50 et 60, comprenait des branches de corail, l'onyx, l'ivoire, la turquoise ou encore le cristal de roche. Le bracelet Rio est un symbole de la marque, avec ses gros cabochons colorés et ses importantes pierres taillées. Quelques stars en possèdent un exemplaire mais c'est Andy Warhol, collectionneur passionné de la griffe, qui l'a popularisé.



Un bracelet de Seaman Schepps en or jaune et maillons en bois d'ébène. Dès les années 30 et 40, le joailler américain a expérimenté des matières peu conventionnelles comme le bois. Photo: Seaman Schepps

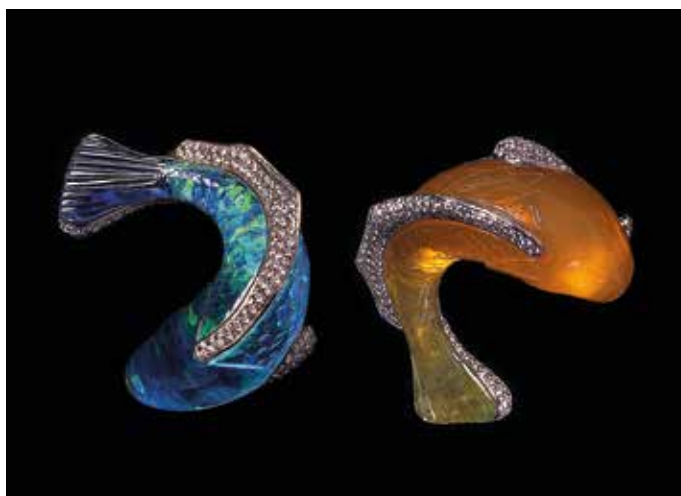
## Steven Neckman, un gardien du patrimoine

Dans l'univers du bijou vintage et des marques fondamentales des XIXe et XXe siècle, Steven Neckman est une référence. Impressionné par les grandes signatures du XXe siècle et leur technicité, il a un talent exceptionnel pour dénicher des réalisations fabuleuses. Chez ce marchand renommé, l'élégance de l'Art Déco côtoie l'extravagance des seventies. Étonnamment, ce sont pourtant les bijoux des Années 40 qui ont sa préférence.

Sa boutique, au cœur de Miami en Floride, est pratiquement un lieu de pèlerinage pour les amateurs de bijoux anciens. Acheter chez Steven Neckman, c'est s'assurer d'une pièce originale, d'une signature prestigieuse et d'un bijou dans un état de conservation impeccable.



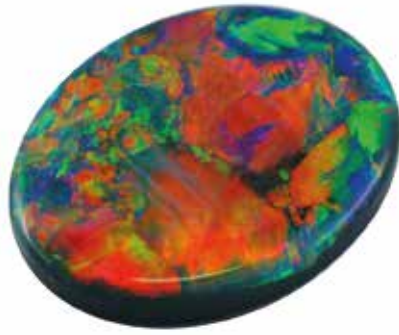
L'Art Nouveau aimait jouer avec les jeux de couleur des opales et leurs teintes en fondu-enchaîné. Collier-pendentif en or, émail et opale par René Lalique, vers 1903/1904. Photo: Faerber Collection



Avec une technique qui lui est propre, la maison Vhernier a réalisé, dans les années 90, une collection de broches animaux avec des cabochons de cristal de roche dont ces deux poissons en opale et opale de feu. Photo: Faerber Collection



Bague en or jaune, agate et un diamant, taille brillant, 0.15 carat. Pierre taillée par le regretté Tom Munsteiner. *Photo Atelier: Munsteiner*



Emil Weis se spécialise dans les plus belles et les plus rares opales d'Australie et de Mexico et prête plusieurs spécimen pour l'exposition «Flames of Opal Essence». *Photo: Emil Weis*



Montre manchette rigide en or blanc et diamants avec cadran opale par Piaget, vers 1971. *Photo: Piaget / Fabien Cruchon*

Avec la parenthèse du Covid, plusieurs négociants en pierres précieuses n'étaient pas revenus immédiatement en Europe et certains hésitaient peut-être encore à prendre un stand à GemGenève. Le succès du salon les a probablement convaincus d'en trouver le chemin.

## Le monde étincelant de Vlad Yavorsky

Jeune homme déjà, Yavorsky a parcouru le monde pour photographier et découvrir des spécimens de pierres précieuses spectaculaires. Expert en gemmes et grand spécialiste des mines émergentes, amoureux des spinelles et des grenats, ses voyages au long cours l'ont amené à publier six ouvrages (Terra Spinel, Gemstones Terra Connoisseur, Burma Gems - Sri Lanka Gems, Nudegem, Spinel from Pamir, A Gem Dealer History) sur le sujet, dont l'un a été élu «livre de l'année» par le magazine professionnel américain JCK. Ses livres, dont les magnifiques photos sont toutes de lui, sont édités par sa propre maison d'édition et peuvent être achetés, par internet, à l'adresse [www.ivynewyork.com/pages/books](http://www.ivynewyork.com/pages/books) et probablement au stand à Genève. Yavorsky commercialise ses pierres depuis la fin des années 1980 et possède un authentique talent pour repérer les nouvelles pierres prometteuses.



Le négociant en pierres de couleur Vlad Yavorsky quitte rarement son appareil photo qui lui permet de réaliser des livres remarquables. *Photos: Vlad Yavorsky*



Les pierres sont généralement exceptionnelles chez Yavorsky et ses photos sont agréablement mises en scène. *Photo: Vlad Yavorsky*

## Le monde cristallin de l'Atelier Munsteiner

Artistes lapidaires prodigieux, Bernd et Tom Munsteiner ont totalement révolutionné l'art de la taille des pierres de couleur. Malheureusement, Tom est décédé à la fin de l'année dernière (voir Gold'Or 1/24) laissant ses parents, sa femme Jutta et son jeune fils Philipp dans le chagrin. Néanmoins, Jutta et Philipp vont continuer de faire vivre l'atelier. Dès sa petite enfance, Tom a appris le métier de sculpteur-lapidaire à son fils et celui-ci vient de remporter la deuxième place du concours «Jeunes Talents» de Idar Oberstein. Le travail des trois hommes est d'une modernité incomparable et leur a assuré une notoriété internationale. Ce sera un véritable plaisir d'admirer leur dextérité et leur abstraction.

## Flames of Opal Essence

Joli jeu de mots pour cette exposition que l'on doit au directeur du salon, Mathieu Dekeukelaire. Entré dans le monde des bijoux et des pierres un peu par hasard, il s'est tellement pris au jeu qu'il en devient un bon spécialiste. Avec une cinquantaine de pierres et d'œuvres d'art exceptionnelles, cette exposition est une création pour GemGenève. Surnommée la Reine des Pierres Précieuses par Shakespeare, cette gemme a été la favorite de la Reine Victoria qui en a offert une à toutes les femmes de sa famille. Impératrice des Indes et Reine de tous les pays du Commonwealth dont l'Australie fait toujours partie, elle était fatalement à la source. À travers une scénographie originale signée par l'agence Autre Idée, vous découvrirez toutes les propriétés de cette pierre mystérieuse qui fut inlassablement sublimée par les joailliers au fil des époques, malgré sa réputation, totalement infondée, de «porte-malheur».

«Flames of Opal Essence» est une exposition réalisée avec le soutien du Musée d'Art et d'Histoire de Genève, de la maison Piaget (pour ses montres-manchettes aux cadrans en pierres), de la maison Igem et de Boris Chauviré en tant que contributeur scientifique, spécialiste de l'opale chez GeoGems et détenteur d'un doctorat en minéralogie.

**Catherine De Vincenti**

# Focus GemGenève

## Fest der Sinne

Die kommende Ausgabe der GemGenève verspricht zu einem Grand Cru zu werden. Mit mehr als 200 Ausstellern ist die Austragung ausgebucht. Eine Sonderschau zur Welt des Opals bietet Raum für schillernde Entdeckungen. Zahlreiche Designer zeigen ihre faszinierenden Kreationen; und die Zusammenarbeit mit Schulen und Schmuckexperten wie Laura Inghirami (Donna Jewel) sowie ein buntes Vortrags-Rahmenprogramm runden das Angebot ab.



Diva Jewels aus Indien stellt im Bereich „New Designer“ aus. Ringkreation in Gold mit Diamanten und Farbstienen.

Die Edelstein- und Schmuckmesse GemGenève, die vom 9. bis 12. Mai im Genfer Palexpo-Gelände stattfindet, ist einmal mehr eine Messe der Superlative. Wobei man mit dem Begriff Superlativ vorsichtig sein muss. Zwar verzeichnet die GemGenève mit 230 Ausstellern, darunter 200 Fachhändler, so viele Aussteller wie noch nie – an der bisher grössten Austragung im Frühling 2023 waren es 201 Aussteller und 190 Fachhändler. Aber die Stärke der GemGenève liegt bekanntlich nicht in der Masse, sondern in der Qualität der Händler und der Edelsteine. Das hat auch mit der viel zitierten Diskretion der GemGenève zu tun, sprich eine Messe zu sein, an der sich Händler und Einkäufer gleichermaßen wohl fühlen und in angenehmer Ambiance auf die Suche nach den Schönheiten der Natur begeben können, sei dies in Form geschliffener Edelsteine und Farbstienen, oder in Gestalt zeitgenössischer Design-Schmuckkreationen oder antiker Schmuckstücke, die schon in Schatullen von Königinnen oder First Ladys schlummerten.

### Faszinosum der Edelsteinwelt

Die Welt der GemGenève, sie bleibt ein Faszinosum. Zum ersten Mal durchgeführt 2018 hat sie sich in nicht einmal fünf Jahren zu einer der wichtigsten Edelsteinmessen weltweit etabliert. Von der Goldschmiedezeitung unlängst als „Mekka der Edelsteinwelt“ bezeichnet, findet der passionierte Sammler, das weltweit tätige Juwelierhaus genauso wie das lokal agierende Goldschmiedeatelier alles, was das Herz begehrt. Die Qualität der Aussteller ist dabei genauso hoch wie deren Internationalität: Das Gros der Aussteller kommt aus den USA (21,8 Prozent), gefolgt von der Schweiz (12,9%), Hongkong (11,9%), Deutschland (9,4%), Thailand (7,4%), Belgien (8,4%), Israel (7,4%), Indien (5%) und Frankreich (4%). 16 Prozent der im Mai präsenten Aussteller sind bereits seit dem Anfang der Messe dabei, acht stellen zum ersten Mal aus.



Zu sehen bei den Schmuckdesignern „Emerging Talents“: Ring aus der Kollektion Mikromosaik von Villa Milano.

Seit ihren Anfängen versammelt die GemGenève traditionell auch verschiedene Ausstellungsbereiche mit aufstrebenden oder bereits renommierten Schmuckdesignern der Gegenwart. Unter dem Namen „Le Village des Designers“ stellen in Genf im Mai fünf sogenannte „Emerging Talents“ sowie fünf „New Designers“ aus. Unter den Talents finden sich die Designer William Llewellyn Griffiths (Australien), Shavarsh Hakobian (Armenien), Villa Milano (Italien), Aso Leon (China) und Jaqueline Powers (USA). Bei den New Designern stellen aus: A.win Siu (China), Lagarde (Frankreich), Diana Zhang (China), Diva Jewels (Indien) sowie Chong Ho Art Jewelry (Hongkong).

### Projekte und Kooperationen

Zu den Stärken der GemGenève gehört auch ihr Networking, die Zusammenarbeit mit Institutionen und die Förderung von Handwerk und dem Nachwuchs. So arbeitet die Genfer Messe mittlerweile mit acht verschiedenen Fachschulen zusammen (HEAD, ETVJ, CPNE, PAA/CFParts, Institut de Bijouterie de Saumur, Société Royale Belge de Gemmologie, Galdus School und Institut Francesco Degni). In Kooperation mit der Genfer Design-Hochschule HEAD und dem Grand Théâtre in Genf haben Schmuckstudenten der HEAD Kreationen zum Thema Verlobungsschmuck erarbeitet, die an der GemGenève im Mai präsentiert werden. In Zusammenarbeit mit dem Institut de Bijouterie in Saumur und der Société Belge de Gemmologie hat die Gemmologin Marine Bouvier zudem eine Ausstellung organisiert, mit Fotomikrografien von Schülern der beiden Partnereinrichtungen, die sich der faszinierenden Welt der Farbstieneinschlüsse widmet. In Zusammenarbeit mit Laura Inghirami (Donna Jewel) hat GemGenève-Direktor Mathieu Dekeukelaire zudem einen neuen Wettbewerb zum Thema „Totemtier“ auf die Beine gestellt. Junge Talente der Galdus School und des Instituts Francesco Degni erhalten die Möglichkeit, ihren Kreationen zum Thema an der GemGenève zu präsentieren.

Auch die Kooperation mit der Asmebi und den Westschweizer Berufsschulen geht weiter. Der Gouache-Wettbewerb ist im März lanciert



A.Win Siu aus China stellt im Bereich „New Designer“ aus. Ihre Lollipop-Brosche aus der Serie „Something Sweet“, gefertigt in Aluminium mit einem Opal, Diamanten, Tansaniten, Tsavoriten und Email ist im Rahmen der Ausstellung „Flames of Opal Essence“ zu sehen.

worden, die Arbeiten werden an der GemGenève im November zu sehen sein. Dieser Wettbewerb wird von der Firma Abouchar SA gesponsert und findet in Zusammenarbeit mit der Eric-Horovitz-Stiftung statt.

## Opal-Ausstellung

Ein Highlight der diesjährigen Messe bildet wiederum eine Sonderschau. Nachdem im vergangenen November eine Ausstellung zu Naturperlen die Besucher in den Bann zog, steht diesmal mit „Flames of Opal Essence“ der Opal im Fokus. „Weil er alle Farben der Edelsteine in sich vereint, wird der Opal seit der Antike als der wertvollste unter den Edelsteinen angesehen“, so Mathieu Dekeukelaire über den Stein, der – von Shakespeare als „Königin der Juwelen“ bezeichnet – mit seiner schillernden Oberfläche die Menschen seit Urzeiten in den Bann zieht. Zu sehen ist eine Auswahl von etwa 50 Schmuckstücken und Kunstwerken rund um die Poesie des Opals. Die Besucher erfahren viel Neues und Wissenswertes über die Eigenschaften dieses mystisch-mysteriösen Steins. Kuratiert worden ist die Ausstellung von Mathieu Dekeukelaire, unterstützt worden ist er vom Musée d’Art et d’Histoire in Genf sowie von den Unternehmen Piaget und Imagem. Als wissenschaftlicher Experte wirkte Boris Chauviré, Doktor der Mineralogie bei GeoGems mit.

Die Ausstellung präsentiert sich als kühner Mix aus antiker Schmuckkunst und zeitgenössischem Schmuckdesign, mit historischen und avantgardistischen Kreationen, von Kreateuren und Häusern wie René Lalique, Vhernier, Piaget, Gilbert Albert, Emil Weiss Opals oder der chinesischen Schmuckdesignerin A.win Siu. Darüberhinaus bietet sie die Möglichkeit, den Geheimnissen der Opaloberfläche mikroskopisch auf die Spur zu kommen – aber keine Sorge, diese entziehen sich einer allzu nüchternen Betrachtungsweise immer wieder in die Unendlichkeit der Farbenwelt.

*Marcel Weder*



Ebenfalls in der Opal-Ausstellung zu sehen ist diese Schmuckuhr in Gold, mit Opalen und Diamanten aus dem Hause Piaget (ca. 1972).  
Bild: Privatsammlung Piaget

[gemgeneve.com](http://gemgeneve.com)



# WILD & PETSCH

## L A P I D A R I E S

FAMILY TRADITION SINCE 1901










### GEM GENÈVE

9 - 12 MAY 24

PALEXPO

#BOOTH B51















Wild & Petsch Lapidaries GmbH  
Hauptstr. 69-71 · D-55743 Kirschweiler · Germany  
Phone +49 6781 9370-0  
mail@WildPetsch.com, info@gemtime.de

FINE COLOURED GEMSTONES

www.gemtime.de

24/7

360°

B2B



# Who

## Francéclat, Paris (F),

der französische Berufsverband der Uhren- und Schmuckindustrie sowie der Tischkultur wies für 2023 im Vorjahresvergleich einen Anstieg des Uhren- und Schmuck-Produktionsvolumens um 16 Prozent auf 5,8 Milliarden Euro aus. 5,38 Milliarden (+17%) gingen auf Kosten des Schmucks, 410 Millionen steuerte die Uhrenindustrie bei (+7%), wobei hier 295 Millionen auf den Bereich Komponenten und Uhrenbänder entfielen. Die Schmuckexporte beliefen sich auf 7,78 Milliarden Euro (+8%), die Uhrenexporte lagen bei 2,8 Milliarden Euro (+8%). Dem gegenüber standen Importe in der Höhe von 3,37 Milliarden Euro bei den Uhren (+8%) und von 6,42 Milliarden Euro beim Schmuck (+8%). Die Detailhandelsumsätze mit Uhren und Schmuck in Frankreich bezifferte Francéclat auf 5,8 Milliarden Euro, dies waren sechs Prozent mehr als 2022. Insgesamt waren Ende 2023 in der französischen Uhrenindustrie 3036 Personen beschäftigt (+2%), in der Schmuckbranche waren es 11'793 Personen (+7%).

## Francéclat, Paris (F),

l'association française des professionnels des filières horlogerie, bijouterie-joaillerie et arts de la table, a enregistré, comme en 2023, une croissance du volume de production horlogère et joaillière de 16 pour cent à 5,8 milliards d'euros. 5,38 milliards (+17%) sont à mettre au compte des bijoux et 410 millions de l'industrie horlogère (+7%), dont 295 millions ont été engendrés par les composants et les bracelets de montres. Les exportations de bijoux ont atteint 7,78 milliards d'euros (+8%) et celles des montres 2,8 milliards d'euros (+8%). Les importations se sont quant à elles élevées à 3,37 milliards d'euros pour les montres (+8%) et 6,42 milliards d'euros pour les bijoux (+8%). Les chiffres d'affaires du commerce de détail des montres et des bijoux en France sont communiqués par Francéclat à 5,8 milliards d'euros, soit six pour cent de plus qu'en 2022. Fin 2023, l'industrie horlogère française employait au total 3036 personnes (+2%) et le secteur joaillier 11'793 personnes (+7%).

## Nick Hayek,

seit 2003 Geschäftsführer der Swatch Group, kam am 21. März in der SRF-Sendung Echo der Zeit zu Vorwürfen gewisser Aktionäre zu Wort. Hayek lehnte die Forderungen nach einer vermehrten Konzentration im Luxus-Bereich, weil dort die Margen höher seien, ab und auch die Forderung nach einer Reduktion des Personalbestands wies er von sich. Beide Forderungen seien aus unternehmerischer Sicht kurzfristig und unangebracht. Auch die Kritik, er konzentriere sich zu sehr auf Immobilienkäufe, liess Hayek nicht gelten: Wenn die Swatch Group investiere, dann dort, wo man gute Boutiquen besitze, in diesem Fall sei es wirtschaftlich sinnvoll, sich diese Standorte zu sichern, so Hayek.

## Nick Hayek,

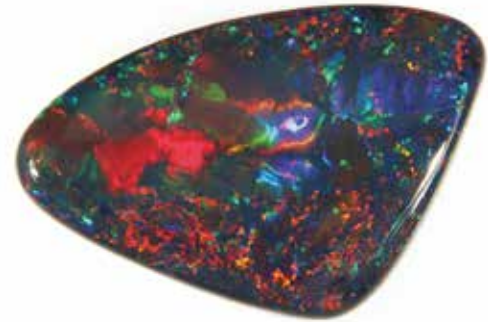
directeur de Swatch Group depuis 2003, s'est exprimé au sujet des reproches de certains actionnaires le 21 mars, dans le cadre de l'émission Echo der Zeit de SRF. M. Hayek a refusé les demandes de focalisation plus importante sur le domaine du luxe pour bénéficier de marges soi-disant plus élevées. Il a également rejeté la demande en lien avec la réduction de l'effectif de personnel. Il estime que ces deux demandes sont des visions à court terme et inappropriées d'un point de vue entrepreneurial. Nick Hayek n'a pas non plus accordé de crédit à la critique selon laquelle il se concentrerait beaucoup trop sur les achats immobiliers: selon lui, si le Swatch Group investit là où l'on possède de bonnes boutiques, il est judicieux sur le plan économique d'assurer ces sites.

## Aussergewöhnliche Opale

Die Emil Weis Opals KG freut sich auf ihren dritten Auftritt an der GemGenève. Die Spezialistin aus Kirschweiler in Deutschland ist für kompetente Fachberatung und ihre einzigartige Vielfalt an Opalen bekannt. Ihre Rohsteine kommen direkt von der Mine. Der Familienbetrieb wird in vierter Generation geführt. Er verfügt über eine Schleiferei und beste internationale Handelsbeziehungen.

[emilweisopals.com](http://emilweisopals.com)  
GemGenève, Stand A76

Auserlesener Schwarzopal von  
13,89 Carat. / Une opale noire  
sélectionnée de 13,89 carats.



## Des opales extraordinaires

Emil Weis Opals KG a le plaisir d'exposer pour la troisième fois au salon GemGenève. Le spécialiste de Kirschweiler en Allemagne est connu pour son conseil spécialisé de qualité et la diversité unique de ses opales. Ses pierres brutes proviennent directement des mines. L'entreprise familiale est aujourd'hui gérée par la quatrième génération. Elle dispose d'un atelier et d'excellentes relations commerciales internationales.

## Aquamarin und Beryll

HC Arnoldi präsentiert an der GemGenève faszinierende Steine in exklusiven Farben. Darunter einen Aquamarin aus Mosambik. Sein herzförmiger Schliff und seine intensive Farbe verleihen ihm Eleganz und Charme. Der aussergewöhnliche Stein ist nicht erhitzt, verfügt über ein Gewicht von 13,84 Carat und eine Grösse von 17 mal 17,6 Millimetern. Weitere Highlights präsentiert HC Arnoldi in seiner Beryll-Kollektion mit gelungenen Kombinationen aus Morganit, Aquamarin und grünem Beryll, die die lebendigen Farben des Frühlings feiern. Die Ensembles verkörpern die Frische der Jahreszeit und symbolisieren kraftvoll Erneuerung und Vitalität.

[hc-arnoldi.com](http://hc-arnoldi.com)  
GemGenève, Stand D25

Prächtiger, naturfarbener  
Aquamarin in herzförmigem  
Schliff von HC Arnoldi. / Une  
magnifique aigue-marine  
de couleur naturel en taille  
cœur signée HC Arnoldi.



## Aigue-marine et béryls

HC Arnoldi présente des pierres fascinantes aux couleurs exclusives lors du salon GemGenève. Parmi celles-ci se trouve une aigue-marine du Mozambique. Sa taille en forme de cœur et sa couleur intense lui confèrent beaucoup d'élégance et de charme. Cette pierre extraordinaire n'est pas chauffée, affiche 13,84 carats et mesure 17 sur 17,6 millimètres. HC Arnoldi propose d'autres magnifiques pierres tirées de sa collection de béryls et des combinaisons réussies avec des morganites, des aigues-marines et des béryls verts qui reflètent les couleurs vivantes du printemps. Ces ensembles reproduisent la fraîcheur de la saison et symbolisent le renouveau et la vitalité avec puissance.

## Die Welt aussergewöhnlicher Juwelen

Faerber Collection, gegründet im Jahr 1968 von Thomas Faerber, ist ein familiengeführtes Unternehmen, das sich auf den Kauf und Verkauf von antikem Schmuck und Juwelen sowie aussergewöhnlichen Edelsteinen spezialisiert hat. Mit Büros in Genf, Paris, New York und Hongkong ist Faerber Collection international bekannt für seine unübertroffene Expertise, sein Renommee und seine Diskretion. Das Team der Faerber Collection steht weltweit in engem Kontakt mit Händlern, privaten Institutionen und Museen. Die Experten von Faerber bieten kostenfrei auch Schätzungen kompletter Sammlungen oder von Einzelstücken an und unterstützen Sammler und Schmuckliebhaber gerne mit diskreten und vertrauenswürdigen Beratungen. „Wir spezialisieren uns auf ikonische, antike und historische Juwelen, die, könnten sie sprechen, tausend Geschichten zu erzählen hätten.“ (Thomas Färber)

[faerber-collection.com](http://faerber-collection.com)  
GemGenève, Stand E90/F91



„Toi & Moi“-Diamant- und Saphir-Ring & Blume. / «Toi & Moi» bague de diamant et de saphire & fleur. Bild / photo: Katharina Faerber (ca. 1990).

## Le monde des bijoux exceptionnels

La maison Faerber Collection, fondée en 1968 par Thomas Faerber, est une entreprise familiale spécialisée dans l'achat et la vente de bijoux de collection et de pierres précieuses exceptionnelles. Avec des bureaux à Genève, Paris, New York et Hong Kong, elle est internationalement reconnue pour son expertise inégalée, sa solide réputation et sa discrétion. L'équipe de Faerber-Collection est en contact étroit avec des commerçants, des institutions privées et des musées dans le monde entier. Les experts de Faerber proposent également des estimations sans frais de collections entières, ainsi que de

pièces individuelles et soutiennent volontiers les collectionneurs et les passionnés de bijoux avec des conseils discrets et dignes de confiance. «Nous sommes spécialisé dans les bijoux iconique, anciens et historiques, qui, s'ils pouvaient parler, auraient mille histoires à raconter.» (Thomas Färber)

## Eine 700-jährige Kultur

Um ihre neusten Farb- und Edelsteine zu präsentieren, reist auch die Firma Wild & Petsch nach Genf. In ihrem Herkunftsort Kirschweiler bei Idar-Oberstein gibt es eine fast 700 Jahre alte Kultur der Edelsteinschleiferei. Die Spezialität von Wild & Petsch ist seit jeher das Präzisions-schleifen der leuchtenden Schätze aus dem Boden. Dabei sind neue Technologien aus verschiedenen Industriezweigen in die Arbeit eingeflossen. Diese „Geschäftsgeheimnisse“ helfen der Firma, Farbe, Schliff und Grösse so zu gestalten, dass sie den Bedürfnissen der Kunden optimal entsprechen.

[wildpetsch.com](http://wildpetsch.com)  
GemGenève, Stand B51



Ein Turmalin von Wild & Petsch. / Une tourmaline présentée par Wild & Petsch.

## 700 ans de culture

La société Wild & Petsch sera également présente à Genève pour présenter ses dernières pierres précieuses et de couleur. Kirschweiler, sa localité d'origine située non loin d'Idar-Oberstein, nourrit une culture de la taille des pierres précieuses depuis près de 700 ans. Wild & Petsch est depuis toujours spécialisée dans la taille de précision de ces trésors scintillants issus des sols. Dans ce cadre, ses procédés de travail ont intégré les nouvelles technologies de différents secteurs industriels. Ces «secrets commerciaux» aident l'entreprise à déterminer les couleurs, les tailles et les dimensions de sorte à répondre au mieux aux besoins des clients.

## Topqualität in vielen Grössen

Crown Color handelt seit über 40 Jahren weltweit mit feinsten Edelsteinen. Dazu gehören Rubine, Saphire und Smaragde in verschiedenen Grössen in Topqualität. Zu den Hauptkunden von Crown Color zählen grosse Marken genauso wie unabhängige kleinere Juweliere aus Europa, Nordamerika und dem Fernen Osten. Der Hauptsitz von Crown Color befindet sich in Hongkong, mit Filialen in Bangkok, New York und Genf (Luigitrade SA).

[luigitrade@bluewin.ch](mailto:luigitrade@bluewin.ch)  
[crown.color@bluewin.ch](mailto:crown.color@bluewin.ch)  
GemGenève, Stand D90

## Pierres précieuses très fines

Depuis 40 ans, Crown Color commercialise dans le monde entier des pierres précieuses très fines. Il s'agit notamment de rubis, de saphirs ainsi que d'émeraudes dans une gamme exceptionnelle de grandeurs et qualités top. La société compte parmi ses principaux clients de grandes marques ainsi que des bijoutiers indépendants d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Extrême-Orient. Crown Color a son siège social à Hong Kong avec des succursales à Bangkok, New York et Genève (Luigitrade SA).



An der GemGenève präsentiert Crown Color Topqualitäten und Grössen.

A GemGenève, Crown Color présente des pierres précieuses d'une qualité exceptionnelle.

## Double Rose Cut in „Peach Fuzz“

Im Mai wird die Firma Claudia Hamann Edelstein GmbH aus Deutschland wieder an der GemGenève ausstellen. Der DoubleRose Cut – ein Spezialschliff, den das Unternehmen eigens entwickelt hat – ist seit Jahren nunmehr fester Bestandteil des Sortiments. Er wird ausschliesslich in feinen und einchlussfreien Edelsteinvarietäten geschliffen. Die grosse Farbenvielfalt bietet unendlich viele Möglichkeiten für neue und aktuelle Farbkombinationen. So bedient der Malayagranat alle Nuancierungen der Pfirsichtöne, die dieses Jahr im Trend liegen.

[claudiahamann.com](http://claudiahamann.com)  
GemGenève, Stand E21

Malayagranate im Double-Rose-Schliff von Claudia Hamann im „Color of the Year 2024“-Farbton Peach Fuzz.



## Double Rose Cut «Peach Fuzz»

La société Claudia Hamann Edelstein GmbH d'Allemagne sera à nouveau présente au salon GemGenève en mai. La DoubleRose Cut, une taille spéciale développée par l'entreprise, est désormais partie intégrante de son assortiment depuis de nombreuses années. Elle est exclusivement réalisée sur des variétés de pierres précieuses fines et sans inclusions. Grâce à un vaste choix de couleurs, la société propose d'innombrables combinaisons de teintes nouvelles et actuelles. Le grenat Malaya affiche ainsi toutes les nuances de pêche, la couleur tendance de l'année.

Grenat Malaya en taille Double Rose signé Claudia Hamann dans la «Color of the Year 2024» Peach Fuzz.

## Fokus auf den Schliff

Kreis Jewellery aus Düsseldorf ist in diesem Jahr erstmals an der GemGenève präsent. Das Sortiment umfasst neben Einzelsteinen (Saphir, Aquamarin, Turmalin, Paraiba-Turmalin, Tansanit, Oregon-Sonnenstein) auch Schmuckkreationen. Die „Kreis Cuts“ sind das Markenzeichen des Unternehmens, wo die Kunst des Schleifens von Generation zu Generation weitergegeben wird. Neben Meister-Edelsteinschleifer Alexander Kreis sind seine zwei Geschwister und die Eltern im Familienbetrieb tätig.

[kreisjewellery.de](http://kreisjewellery.de)  
GemGenève, Stand B4



Saphir aus Burma von 7.59 Carat von Kreis Jewellery. / Saphir de Birmanie de 7.59 carat de Kreis Jewellery.

## Focus sur la taille

Cette année, Kreis Jewellery sera pour la première fois présente au salon GemGenève. L'assortiment comporte des pierres uniques (saphirs, aigue-marines, tourmalines, tourmalines Paraiba, tanzanites, pierres de soleil Oregon) ainsi que des créations joaillières. Kreis Jewellery a pour marque des fabriques des tailles uniques baptisées «Kreis Cuts». L'art de la taille est en effet transmis de génération en génération dans l'entreprise de Düsseldorf où sont aujourd'hui actifs Alexander Kreis, maître polisseur de pierres précieuses, ses frères et sœurs ainsi que ses parents.

## Das ganze Spektrum

RMC Gems ist ein 1991 gegründeter Hersteller und Händler von Edelsteinen und Farbsteinen. Der Hauptsitz befindet sich in Hongkong, mit Büros in Bangkok, Hongkong, Tokio und New York sowie Schleifereien in Thailand und China. 2021 hat RMC zudem das E-Commerce-Portal [shoprmcgems.com](http://shoprmcgems.com) ins Leben gerufen. Das Unternehmen ist spezialisiert auf harmonische Paare und Sets sowie exklusive Kollektionen mit Farbsteinen wie Paraiba-Turmalin, Topaz, Amethyst, Granat, Citrin und vielen weiteren Farbsteinen. Seit der Gründung hat sich RMC Gems zu einem führenden Edelsteinlieferanten entwickelt und bietet Steine in allen Formen und Grössen, in klassischen und individuellen Schliffen sowie in jeder beliebigen Menge an.

[rmcgems.com](http://rmcgems.com)  
[shoprmcgems.com](http://shoprmcgems.com)  
GemGenève, Stand D24

RMC Gems präsentiert Edelsteine und einzigartige Farbsteine wie diesen Paraiba-Turmalin.

## L'intégralité du spectre

RMC Gems est une société de production et de négoce de pierres précieuses et de pierres de couleur fondée en 1991. Son siège principal se trouve à Hong Kong, ses bureaux à Bangkok, Hong Kong, Tokyo et New York, et ses ateliers en Thaïlande et en Chine. RMC a par ailleurs lancé le portail de commerce en ligne [shoprmcgems.com](http://shoprmcgems.com) en 2021. L'entreprise est spécialisée dans les paires et les ensembles harmonieux ainsi que les collections exclusives avec des pierres de couleur telles que des tourmalines Paraiba, des topazes, des améthystes, des grenats, des citrines et bien d'autres. Depuis sa fondation, RMC Gems est devenu l'un des principaux fournisseurs de pierres précieuses et propose des pierres dans toutes les formes et tailles, dans des tailles classiques et personnalisées ainsi que dans des quantités à choix.



RMC Gems présente des pierres précieuses et des pierres de couleur uniques telles que cette tourmaline Paraiba.



## Erlesene Vielfalt

Die 1979 gegründete Edelsteinfirma Abouchar SA zeichnet sich durch eine umfangreiche Auswahl an Edelsteinen und Farbsteinen aus: Saphire in allen Farben, Rubine, Smaragde, Diamanten im Altschliff, genauso wie Spinelle, Granate, Turmaline, Opale, Chrysoberylle und viele weitere Varietäten. Das umfassende Angebot beinhaltet neben Einzelsteinen eine grosse Auswahl an Mêleé-Steinen, die ab einer Grösse von 0,5 Millimetern geschliffen werden können. Der Gründer des Unternehmens, Charles Abouchar, ist Präsident der Schweizerischen Vereinigung der Edelsteinhändler (ASNP) und Präsident der Kommission für Farbsteine des Internationalen Goldschmied- und Juwelierverbandes Cibjo.

[aboucharsa.ch](http://aboucharsa.ch)  
GemGenève, Stand C92

Spinelle, Turmaline, Aquamarine,  
Chrysoberylle und Granate  
der Abouchar SA.



Sélection de tourmalines,  
spinelles, aigues-marines,  
chrysobéryls et grenats de  
la Maison Abouchar SA.

## La richesse des couleurs

La maison Abouchar, créée en 1979, se distingue par une offre très large de pierres précieuses et fines: saphirs de toutes les couleurs, rubis, émeraudes, diamants taille ancienne mais aussi spinelles, grenats, tourmalines, opales, chrysoberyls et bien d'autres. Son offre est très complémentaire car, en plus des pierres de centre, elle possède un très grand choix de pierres mêlées pouvant être taillées à partir de 0,5 millimètres. Charles Abouchar est le président de l'Association des Négociants en Pierres Précieuses (ASNP) ainsi que de la commission pour les pierres de couleur de la Confédération Internationale de Bijouterie, Joaillerie et Orfèverie (Cibjo).

## GemGenève Booth D25

[www.hc-arnoldi.com](http://www.hc-arnoldi.com)



# Sommer, Sonne und besondere Steine

Die Edelsteinspezialistin Groh + Ripp aus Idar-Oberstein präsentiert in Genf feine Steine. Mitinhaberin Nicole Ripp spricht über die Bedeutung der Messe und verrät, welche Idee hinter der Werbekampagne „Resilience“ steckt.

**Gold'Or: Nicole Ripp, im Mai ist Groh + Ripp wiederum auf der GemGenève präsent. Worauf freuen Sie sich besonders?**

Nicole Ripp: Wir freuen uns eigentlich immer, mit unserem Team auf Messe zu gehen. Wir treffen unsere Kunden und auch viele Kollegen, mit denen im Laufe der Jahre Freundschaften entstanden sind.

**Welche Bedeutung hat die GemGenève für Sie?**

Die Messe gewinnt immer mehr an Bedeutung für uns. Wir verzeichnen seit März bereits sehr gute Anmeldungen. Hier können wir unsere hochwertigen Edelsteine und die Produkte aus unserer Manufaktur zeigen.

**Sie haben eine neue Marketingkampagne. Wie kommt „Resilience“ bei den Kundinnen und Kunden an?**

Seit vielen Jahren sitzen wir im Team zusammen und überlegen uns, welche Botschaft wir mit unseren Kampagnen transportieren wollen. Wir hatten Sehnsucht nach frohen Farben, nach Sommer und Sonne. Gleichzeitig sind Steine und Natur resiliente Produkte, also widerstandsfähige Materialien.

**Welches sind Ihre Produkt-Highlights für dieses Jahr?**

Wir haben uns dieses Jahr Zeit gelassen und mintfarbene und bläuliche Turmaline aufgeschliffen. Wir bringen einige besondere Steine mit. Details verraten wir noch nicht, aber es werden Spezialitäten sein.



Nicole Ripp

Set aus mintfarbenen Turmalinen.

**Wie sehen Ihre weiteren Pläne aus?**

Mit unseren Plänen sind wir eigentlich schon im Jahr 2025. Wir haben immer eine Grundstruktur, was wir im Jahr machen werden, können aber dadurch, dass wir ein familiengeführtes Unternehmen sind, immer flexibel auf neue Herausforderungen reagieren. Für 2024 sind wir zuversichtlich, haben gute Aufträge und gehen alles ganz entspannt an. *twf*

[groh-ripp.de](http://groh-ripp.de)  
GemGenève, Stand D63



Mintfarbene Turmaline aus Brasilien von Groh + Ripp.

## Traditionell und doch modern

Bei Groh + Ripp gehören Gegensätze zum Alltag: Während Tradition, Handwerkskunst und Edelsteinwissen seit Jahren grossgeschrieben werden, findet in der Manufaktur in Idar-Oberstein auch die neuste Technik Anwendung. Im grossen Lager finden sich Rohmaterialien für feine Farbsteine, aber auch für technisch anspruchsvolle Produkte, die in der Uhrenindustrie verwendet werden. Das Familienunternehmen wird in vierter Generation von Nicole und Sandra Ripp geführt. *red.*

# CROWN COLOR

GemGenève  
9.-12. Mai  
Stand D90



CROWN COLOR – **LUIGITRADE SA**, rue du Marché 18, 1204 GENEVE, Tel: 022 810 05 40

Inserate in der  
**GOLD'OR**  
wirken!

Verlangen Sie unsere Mediadaten:  
[info@goldor.ch](mailto:info@goldor.ch)



**ALLIANCE**  
SWISS MADE



- ▶ Grosse Auswahl von 297 Modellen
- ▶ Keine Mindestbestellmenge
- ▶ Sofort ab Lager lieferbar

[WWW.GYR.CH](http://WWW.GYR.CH)

**FISCHER** seit 1895

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



... Maschinen



... Werkzeuge



...Furnituren



...Edelsteine

fordern Sie unseren kostenfreien Katalog  
an oder besuchen Sie uns im Internet  
[www.goldschmiedebedarf.de](http://www.goldschmiedebedarf.de)

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

SWISS QUALITY SOFTWARE

**DIAMOND**

Die Software der Uhren-, Bijouterie- und Goldschmiede-Branche



Lagerverwaltung



Kasse



Etikettendruck



Kundenverwaltung

Sponsor der Schweizer Goldschmiede-Meisterschaft

Partner von



Ab CHF 99  
pro Monat

einfach zu bedienen | bewährt | mehrplatzfähig | modern | innovativ | disponible en français

Jens Dombrowski | Zürich | 044 400 01 11 | [diamondseven.swiss](http://diamondseven.swiss)  
Valérie Schupbach | Cossonay | 021 863 20 65 | [mdf-bis.com](http://mdf-bis.com)

**AURONOS**

Ihr Online-Shop für Uhren und Schmuck

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

# Silky Sapphires, Reiswein und Karaoke

Goldschmied und Gemmologe Fabian Blaser aus Biel ist Ende vergangenen Jahres zum zweiten Mal auf eine Studienreise zu den Saphir-Minen nach Vietnam gefahren. Er erzählt von den schillernden „Silky Sapphires“, wo sie gefunden und wie sie gehandelt werden und weshalb er trotz viel Reiswein nicht Karaoke gesungen hat.

Die Faszination für die Gemmologie lebt nicht nur im Labor. Natürlich entsteht eine grosse Anziehungskraft durch die unglaublichen Universen, die sich unter dem Mikroskop beim x-fachen Vergrössern eines Edelsteins eröffnen. Was bei der Leidenschaft für die Edelsteinkunde aber noch intensiver ist, sind die damit verbundenen Reisen zu den nur schwer zugänglichen Abbaugeländen und die Begegnungen mit den Menschen, die für und mit den kostbaren Steinen leben.

Unsere letzte Reise führte uns in den Norden Vietnams, in den Bezirk Luc Yên. Schon die Reise mit einem Transportschiff in das abgelegene Karstgebirge war beeindruckend, genauso wie die berühmte Halong Bucht, jedoch ohne Salzwasser und Touristen, stattdessen mit Bergen, die von Weitem wie Schneeberge aussehen, bei denen es sich jedoch um Marmorabbaugebiete handelt. Schicht für Schicht



Beim Abbau von Marmor wurden in den 90er Jahren im Bezirk Luc Yên die Farbsteine entdeckt.

werden dort Marmorblöcke abgetragen. Die marmorhaltigen Böden sind auch ein Grund dafür, dass dort in den 90er Jahren erstmals Edelsteine entdeckt wurden – eigentlich per Zufall.

## Wie frisches Gemüse

Entsprechend ist der Handel mit den Edelsteinen noch relativ „jung“ und in den Händen lokaler Familien. Die frisch geschliffenen Edelsteine werden auf dem Markt in einem abgelegenen Dorf gehandelt. Sie funkeln lose und ungesichert auf kleinen Marktständen – ähnlich wie frisches Gemüse auf unserem Samstagsmarkt. Vertrauen spielt



Fabian Blaser bei den Edelstein-Minen auf einem Reisfeld in Luc Yên.



Blaser betrachtet einen Spinell.



Lose und ungesichert werden die Farbsteine angeboten.



Rohe Farbsteine.



Auf dem Edelsteinmarkt.

eine grosse Rolle, ebenso wie die Einladung zu einem familiären Dinner mit viel Reiswein und Karaoke nach einem erfolgreichen Abschluss. Doch weil die Asiaten weniger gut mit Alkohol umgehen können als wir Europäer, und weil uns dafür die heissen Temperaturen mehr zu schaffen machen, ist es dann doch nicht zum Singen gekommen.

Es war das zweite Mal, dass wir wegen der Edelsteine nach Nordvietnam reisten. Uns fiel auf, dass das Angebot kleiner und die Preise höher geworden sind. Die Qualität der Steinschliffe ist leider nicht sehr hoch. Im Vergleich zu Ländern, in denen der Edelsteinhandel



Der Goldschmied und Gemmologe „diskutiert“ mit einer Arbeiterin.

schon länger besteht, wie zum Beispiel Sri Lanka und Madagaskar, gibt es in Vietnam sicher noch viel Entwicklungspotenzial.

Besonders fasziniert haben uns die Silky Sapphires. Dabei handelt es sich um Saphire mit einem seidigen oder milchigen Ton. Je nach Lichteinfall wirken sie sogar opalisierend. Eine Kollektion mit dem Namen Milkyway ist bereits in meinem Bieler Atelier in Arbeit: Es werden Ringe und Collier-Anhänger mit diesen Saphiren gefertigt – ein Hauch von verträumtem Lichtzauber für Finger und Décolletés.

*Fabian Blaser*




## Online-Shops & Websites

Schnelle und zuverlässige Umsetzung Ihres professionellen Online-Shops oder Ihrer Website.

Websites . Online Portfolios . Grafik Design . Branding .  
Beratung . Social Media Vorlagen . Newslettering

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

Marisa Kreienbühl . MK Design Studio . Papieri-Ring 7 . 6330 Cham

Institut de Gemmologie & Création 


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

Notre approche pluridisciplinaire offre aux particuliers et entreprises diverses solutions pour accompagner et orienter leurs projets :

- Nos nombreuses formations en gemmologie, taille de pierre, dessin et création de bijoux, vous permettent d'acquérir de nouveaux savoirs ou mettent à jour vos connaissances.
- Notre service de conception et création de bijoux vous guide dans la réalisation de vos idées par étapes et sur-mesure.
- Notre service de bijouterie/ joaillerie vous permet d'expertiser, restaurer et remettre en vente vos biens.
- Notre service de consulting vous accompagne dans vos démarches d'investissement et d'acquisition à l'international.
- Nous sommes affiliés à l'école Gem-A de Londres, ce qui donne la possibilité aux élèves d'effectuer leurs cours Foundation, Diploma ou Examens finaux, chez David Craft.

Veillez nous contacter pour plus de renseignements.

Adresse : Parc du Château-Banquet 2, 1202 Genève  
Page web : [www.davidcraft.ch](http://www.davidcraft.ch)  
Téléphone : +41 22 310 34 50  
E-mail : [info@davidcraft.ch](mailto:info@davidcraft.ch)  
Langues : français, anglais, allemand, espagnol & italien.



# Ein Hase für Lyana

Corina Decorvet gehört zu den Goldschmiedinnen, die gerne auch sich selbst und die Liebsten in der Familie mit eigens gefertigten Schmuckstücken ausstatten. Das letzte Geschenk ging an jemanden, der das zwar noch nicht wirklich zu schätzen weiss, aber irgendwann sicher Freude daran haben wird: an Töchterchen Lyana.

„Ja, ich gehöre zu den Goldschmiedinnen, die sich selbst gerne mit Eigenkreationen beschenken“, schmunzelt Corina Decorvet. Aber auch die Familienmitglieder werden immer wieder mit wertvollen Stücken beschenkt. So besitzt ihre Mama beispielsweise Ringe und verschiedene Ohrhänger von ihr. Für sich selbst und ihren heutigen Ehemann hat sie vor ein paar Jahren Freundschaftsringe geschmiedet, die durch die Hochzeit zu Eheringen wurden. Zudem bekam ihr Mann noch einen Wappenring, Manschettenknöpfe, eine Uhren- und eine Halskette.



Corina Decorvet an ihrer Werkbank.

Vor bald einem Jahr hat die Goldschmiedin ihr erstes Kind zur Welt gebracht – Töchterchen Lyana. Für die Kleine wollte sie ein Bracelet mit dem Sternzeichen fertigen. „Geplant war die Geburt im Zeichen des Zwillinges“, erklärt Corina Decorvet. „Doch wusste ich nicht recht, wie ich dieses Zeichen gestalten sollte. Aus diesem Grund wick ich auf das chinesische Sternzeichen aus. Lyana ist dort im Jahr des Hasen geboren und damit in einem Zeichen, das ich hübsch und bébégerecht umsetzen konnte.“

## Anhänger aus einem Geschenk

Corina Decorvet arbeitet in einem Teilpensum bei Rütly Goldschmiede in Bern. Auch in der Freizeit kann sie das Goldschmieden nicht lassen und setzt sich gerne an die Werkbank. So entstanden im Mutterschaftsurlaub Schmuckstücke, die sie für sich selbst gefertigt hat. Zu erwähnen sei hier ein Anhänger in Rosé- und Weissgold mit einem Mandaringranat. „Im Geschäft hatten wir ein Paar davon, das als Ohrschmuck gedacht war“, erzählt die junge Mutter. „Die Steine wiesen einige unschöne Einschlüsse auf, so dass meine Chefs sie zurückschicken wollten.“ Ihr hätten diese leuchtenden Steine jedoch so gut gefallen, dass sie nach dem Preis gefragt habe. So kam es,



Anhänger mit einem Mandaringranat und einem Tsavolithen.

dass sie einen der Steine zu Weihnachten geschenkt bekommen hat und sich einen Anhänger damit fertigen konnte. Diesen trägt sie nun meist zusammen mit einem kleinen Tsavolithen, den sie ebenfalls selbst bearbeitet hat.

Das nächste Schmuckstück, das im Familienkreis bleiben wird, ist in Planung. „Meine Schwiegermutter wünscht sich zu ihrem 60. Geburtstag ein Set mit Ohrhängern und einem Anhänger. Wir suchen momentan die Steine dafür aus“, sagt Decorvet. Klar sei bisher nur, dass es blaue Steine sein sollen. An den Kosten für das Rohmaterial wird sich die ganze Familie beteiligen. Die Goldschmiedin freut sich, die Stücke fertigen zu dürfen. Anschliessend wird wohl bald wieder etwas Schmuckes für Klein-Lyana auf dem Programm sein: „An Ideen fehlt es mir nicht“, sagt sie. „Ich muss wohl aufpassen, dass ich es nicht übertreibe und meine Tochter mit Schmuckstücken überhäufe.“

*Daniela Bellandi*



Das Babybracelet mit Hase für Tochter Lyana.



Ohrhänger aus Rosé- und Weissgold mit Mandaringranat.

Schnell und zuverlässig

## EDELMETALLRECYCLING

Mit Schweizer Präzision

Rapide et fiable

## RECYCLAGE DES MÉTAUX PRÉCIEUX

Avec la précision suisse

# Who

## SWR 2

beleuchtete am 19. März, in einem halbstündigen Beitrag „Kriegsfinanzierung mit Diamanten – Wie sich der Export stoppen lässt“ (Sendung „Wissen“) die aktuelle Sanktionspolitik der G7-Staaten und ihre Realisierbarkeit im Markt. Im detaillierten Bericht wird die Entstehungsgeschichte des Kimberley Prozesses rekonstruiert, sowie der davon heute übriggebliebene Wert. Gemäss Hans Merket von IPIS, Antwerpen, wird derzeit auf internationaler Ebene ein neues umfassendes Zertifizierungssystem auf Blockchain-Basis vorbereitet, das die Verbreitung russischer Diamanten verfolgbar machen soll. Ein Pferdefuss an der Geschichte bleibt, dass Russland 2023 rund 75 Prozent seiner produzierten Diamanten mit der verschleiern den Bezeichnung „Gemischte Herkunft“ nach Indien exportierte, wo rund 90 Prozent aller weltweit geförderten Rohdiamanten geschliffen und anschliessend in die Welt verschickt werden. Man darf gespannt sein, welche Lösungen die neue Technologie für solche Eintragsfälschungen parat hält, um die Herkunftstransparenz zu erhöhen.

## SWR 2

s'est penchée le 19 mars, dans le reportage de trente minutes «Kriegsfinanzierung mit Diamanten – Wie sich der Export stoppen lässt» de l'émission «Wissen», sur la politique actuelle de sanctions des États du G7 et sur ses possibilités d'application sur le marché. Le documentaire détaillé reconstitue l'histoire du développement du processus Kimberley ainsi que sa valeur aujourd'hui. Selon Hans Merket d'IPIS (Anvers), un nouveau système de certification complet basé sur la blockchain est actuellement en cours de développement à un niveau international afin de rendre traçable le parcours des diamants russes. Il y a tout de même encore et toujours un os dans cette histoire, à savoir que la Russie a exporté en 2023 près de 75 pour cent des diamants produits par le pays avec une désignation d'«origine mixte» portant à confusion vers l'Inde, où près de 90 pour cent de tous les diamants bruts extraits au monde sont taillés pour ensuite être renvoyés aux quatre coins du globe. On peut se réjouir de découvrir les solutions que la nouvelle technologie prépare face à de telles falsifications afin d'améliorer la transparence de la provenance.

## Swarovski KG, Wattens (A),

erzielte 2023 einen Umsatz von 1,83 Milliarden Euro. Das entspricht dem Vorjahrsniveau, wie der Swarovski-CEO Alexis Nasard in einem Presseinterview in Wien Anfang März berichtete. Wie Nasard zudem ausführte, sei der Gewinn vor Steuern erstmals seit 2019 wieder positiv ausgefallen, mit anderen Worten schrieb Swarovski nach drei verlustreichen Jahren erstmals wieder einen Gewinn. Nasard sieht für sein Unternehmen eine erfolgreiche Zukunft voraus, man stehe zwar vor Herausforderungen, befinde sich aber auf dem richtigen Weg.

## Swarovski KG, Wattens (A)

a réalisé un chiffre d'affaires de 1,83 milliard d'euros en 2023, soit le même niveau que celui de l'année précédente, selon les déclarations d'Alexis Nasard, CEO de Swarovski, dans une interview donnée à Vienne début mars. Et M. Nasard d'ajouter que le bénéfice avant impôts était à nouveau positif pour la première fois depuis 2019. En d'autres mots, Swarovski a enfin réalisé des bénéfices pour la première fois après trois années dominées par des pertes. Le CEO voit un avenir couronné de succès pour son entreprise, il estime qu'il y a des défis à relever, mais aussi que l'on se trouve sur la bonne voie.



Das traditionsreiche Familienunternehmen Hofer Goldschmied AG mit eigenem Atelier im Zentrum der Altstadt von Solothurn sucht eine

## Detailhandelsfachfrau 80-100%

### Ihre Aufgaben

- Verkauf von Bijouterie – und eigenen Schmuckwaren
- Allgemeine Büroarbeiten
- Dekoration
- Lieferantenkontakt und Wareneinkauf

### Ihr Profil

- Ausbildung im Bijouterie / Schmuck Bereich
- Engagierte, motivierte Persönlichkeit
- Mündliche Fremdsprachenkenntnisse von Vorteil
- Offenes, sonniges Gemüt
- Wiedereinsteigerin willkommen

### Wir bieten Ihnen

- Anspruchsvolles und abwechslungsreiches Tätigkeitsfeld
- Faire Anstellungsbedingungen und Sozialleistungen
- Hohe Eigenverantwortung

Wir freuen uns auf Ihre Online- Bewerbung,  
Goldschmied Hofer AG  
Frau Regula Hofer, Hauptgasse 42, 4500 Solothurn,  
032 622 24 56, hofergoldschmied@bluewin.ch

# GOLD'OR

## Stellenmarkt & Kleinanzeigen

täglich aktualisiert auf

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



## GOLDSCHMIED STUTZ

Wir suchen Dich - **Goldschmied/in EFZ** - zur Unterstützung unseres Teams

zu Dir:  
Du hast Goldschmied\*in EFZ gelernt -  
Schmuck mit Kunden entwickelst Du gerne -  
Du bist digital affin -  
Du bringst gerne neuen Wind und Ideen ein -

zu uns:  
- Wir sind seit 1976 in Luzern zu Hause  
- Wir leben traditionelles Handwerk  
- Und gehen digital neue Wege  
- Wir bilden Lernende aus

zur Stelle:  
60 - 100 % unbefristet  
moderne Anstellungsbedingungen mit flexiblen Arbeitszeiten  
Beginn: ab Mai - oder nach Vereinbarung

Bewerbungen:  
Stutz Design GmbH, Schwanenplatz 4, 6004 Luzern oder [bewerbung@goldschmied-stutz.ch](mailto:bewerbung@goldschmied-stutz.ch)  
mehr Infos unter [www.goldschmied-stutz.ch/schmuckmacher/wir-suchen](http://www.goldschmied-stutz.ch/schmuckmacher/wir-suchen)

### Suche **Uhren-Ersatzteile** für *Rolex, Patek Philippe, Omega, Longines*

Auch alte Uhrwerke von  
Uhrmacher gesucht.

Bitte Kontaktaufnahme  
unter:

Herr Fischer

Tel: 079 – 512 98 05



**OEKOGOLD®**

Ethische Werte,  
oekologisches Handeln.

[WWW.OEKOGLD.CH](http://WWW.OEKOGLD.CH)

### Komplette Infrastruktur zu verkaufen

Aufgrund Schliessung des Goldschmiedebetriebs stehen Giessformen für exklusiven Schmuck sowie diverses Mobiliar (1 Vitrine, 2 Tresore, Verkaufstresen) zum Verkauf. Preis nach Absprache, alle Objekte sind ab 1. Juni in Biel abholbereit.

Interesse? Dann nehmen Sie telefonisch Kontakt auf!



Goldschmiede **Kurt Schürer**  
Plänkestr. 37, CH-2502 Biel  
Tel. +41 (0)32 322 19 47  
[www.kurtschuerer.ch](http://www.kurtschuerer.ch)

### Verkaufsflächen gesucht

Rhomberg Schmuck sucht Verkaufsflächen in der deutschen Schweiz. Bis 100 m<sup>2</sup> / auch Nachfolgelösung für Bijouterien.

Gerne können Sie jederzeit weitere Informationen anfragen oder Angebote zusenden:

Herr Peter Binder  
079 332 62 10  
[peter.binder@rhomborg.ch](mailto:peter.binder@rhomborg.ch)  
Rhomborg Schmuck AG  
Bahnhofstrasse 40, 9437 Marbach SG  
[www.rhomborg.ch](http://www.rhomborg.ch)

## Das Abo von **GOLD'OR**

Möchten Sie diese Zeitschrift  
regelmässig lesen?

Mit einem Abo bleiben Sie auf dem  
Laufenden, was in der Schmuck-, Uhren-  
und Edelsteinbranche passiert.

+41 (0)41 768 33 00, [info@goldor.ch](mailto:info@goldor.ch)  
[goldor.ch/goldor-bestellen](http://goldor.ch/goldor-bestellen)





25

## GOLDSCHMIEDEWERKSTATT SARA ISELI

Als renommierte, kreative Goldschmiedewerkstatt im Herzen von St. Gallen fertigen wir im eigenen Atelier hochwertige Schmuckstücke. Wir legen bei der Herstellung jeder einzelnen Kreation grossen Wert auf Qualität und Nachhaltigkeit.

### GOLDSCHMIED EFZ (w/m/d 80-100%)

Möchten Sie mit uns die Schmuckwelt am und um die Werkbank mitgestalten? Lieben Sie es, Menschen mit Ihrem Handwerk zu begeistern? Möchten Sie sich mit Ihren Erfahrungen und Ihrer Persönlichkeit bei uns einbringen?

#### Ihre Aufgaben

Hochwertige Neuanfertigungen  
Kreative Umarbeitungen  
Reparaturen aus allen Bereichen  
Kleine administrative Arbeiten

#### Ihre Qualifikationen

Abgeschlossene Ausbildung als Goldschmied/in EFZ  
Berufs- und Branchenerfahrung, idealerweise im gehobenen Luxussegment  
Ausgeprägtes handwerkliches Geschick sowie kreatives Vorstellungsvermögen  
Selbständige und exakte Arbeitsweise mit einem Auge für Detailgenauigkeit  
Gute Deutschkenntnisse

Wir bieten Ihnen vielseitige Aufgaben in einem anspruchsvollen Umfeld an. Bei uns erwartet Sie nicht nur eine geregelte 4- oder 5-Tagewoche, sondern auch grosszügige Ferien- und Sozialleistungen.

Es würde uns sehr freuen, Sie kennen zu lernen. Senden Sie dazu Ihre vollständige Bewerbung mit Foto an: [sara.iseli@goldschmiedewerkstatt.ch](mailto:sara.iseli@goldschmiedewerkstatt.ch)

SCHMIEDGASSE 20 POSTFACH CH-9004 ST. GALLEN +41 71 223 64 13  
INFO@GOLDSCHMIEDEWERKSTATT.CH WWW.GOLDSCHMIEDEWERKSTATT.CH

Miah  
Erinnerungsschmuck

### Goldschmied:in 80-100% mit Führungsfunktion

Bei Atelier Miah entstehen Erinnerungsstücke, die für unsere Kundschaft von grosser emotionaler Bedeutung sind. Seit 2016 widmen wir uns der Herstellung von Erinnerungsschmuck mit hervorragender Qualität, stilvollem Design und besonderer Bedeutung. Per sofort oder nach Vereinbarung suchen wir Verstärkung für unser tolles achtköpfiges Team.

#### Aufgaben

- Anfertigung von Schmuck aus unserer Kollektion
- Hochwertige Neuanfertigungen nach Kundenwunsch
- Ideenentwicklung für Optimierung von Arbeitsabläufen und Aufbau interner Strukturen
- Ansprechperson innerhalb der Firma für alle Themen rund um das Goldschmiede-Handwerk
- Administrative Arbeiten und Lagerführung

#### Qualifikationen und Skills

- Goldschmied:in EFZ mit mehrjähriger Berufserfahrung
- Sehr genaue, saubere, selbständige und organisierte Arbeitsweise
- CAD Know-How (Rhino) oder Bereitschaft für Weiterbildung
- Versiert im Umgang mit Tablet, Smartphone, Laptop etc.
- Freude am Kontakt mit Menschen (Kund:innen, Mitarbeiter:innen)

#### Benefits von Atelier Miah

- Modernes, helles und top ausgestattetes Atelier im Herzen von Winterthur
- Abwechslungsreicher Arbeitsalltag in kreativem Ambiente
- Familiäres Team und Aufstiegsmöglichkeiten innerhalb unserer aufstrebenden Firma
- Überdurchschnittliche Sozialleistungen und Benefits für herausragende Arbeitsleistung

Du hast eine Leidenschaft für deinen Beruf und suchst einen Goldschmiede-Job mit Verantwortung und Sinnhaftigkeit, in welchem du dein Können einbringen kannst? Dann bist du bei uns goldrichtig!

Wir freuen uns auf eine vollständige Bewerbung inkl. Referenzen per E-Mail an [jobs@miah.ch](mailto:jobs@miah.ch) (Bitte keine Bewerbung per Post).

## Impressum

**Herausgeber / Editeur**  
Jean-Christophe Gyr

**Verlags- und Redaktionsleitung /  
Directrice de publication et rédaction**  
Tanja Wenger-Fuhrer, [twenger@goldor.ch](mailto:twenger@goldor.ch)

**Kontakt / Contact**  
Gold'Or  
c/o Gyr Edelmetalle AG, Postfach, 6341 Baar  
Tel. 041 768 33 00, [info@goldor.ch](mailto:info@goldor.ch), [www.goldor.ch](http://www.goldor.ch)

**Redaktion Deutschschweiz**  
Daniela Bellandi, Journalistin  
[dbellandi@goldor.ch](mailto:dbellandi@goldor.ch)  
Marcel Weder, Journalist  
[mweder@goldor.ch](mailto:mweder@goldor.ch)  
Sophie Wanzenried  
[swanzenried@goldor.ch](mailto:swanzenried@goldor.ch)

**Rédaction romande**  
Catherine de Vincenti, Journaliste  
[info@cdv-consulting.ch](mailto:info@cdv-consulting.ch)  
Fabrice Eschmann, Journaliste  
[fabrice@tempsdencre.ch](mailto:fabrice@tempsdencre.ch)

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

**Fachautoren / Auteurs spécialisés**  
Diamond News: Corina Muff  
Histoire d'horlogerie: Rossella Baldi  
Schmucktrends: Susan Sagheria

**Korrektorat**  
Helena Zaugg Wildi  
[zaugg@adapteam.ch](mailto:zaugg@adapteam.ch)

**Correction et Traductions**  
Félix Glutz  
[felix@adapteam.ch](mailto:felix@adapteam.ch)

Die im Magazin und/oder auf der Internetseite  
veröffentlichten redaktionellen Berichte und Bilder  
dürfen nur mit ausdrücklicher Erlaubnis des Ver-  
lages und/oder der Redaktion weiterverwendet  
werden.

**Grafik, Umsetzung / Graphisme, réalisation**  
Marisa Kreienbühl MK Design Studio  
[mk@mkstudio.ch](mailto:mk@mkstudio.ch)

**Druck / Imprimerie**  
Druckcenter am Rigi AG  
Giessenweg 3, 6403 Küssnacht am Rigi  
[info@druckcenter.ch](mailto:info@druckcenter.ch), [www.druckcenter.ch](http://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 bewirt-  
schafteten Wäldern und wird den ökologischen,  
sozialen und ökonomischen Standards des FSC-  
Labels gerecht.

Die nächste

**GOLD'OR**

erscheint am  
**4. Juni 2024**

Swiss Made

## **ALLIANCE-RINGE**

**Der zeitlose Klassiker** mit Diamanten und Edelmetallen aus zertifizierten Quellen.



Swiss Made

## **ALLIANCES**

**Le classique intemporel** avec des brillants et des métaux précieux provenant de sources certifiées.

GemGenève 9-12 May 2024 | Booth# D-24



**Rubellite**

Mozambique  
**Paraiba**

**Tourmaline**



**Pink Morganite**



Aquamarine



Alexandrite



Spinel



Indigolite



Morganite



Tsavorite



Swiss Blue Topaz



Green Tourmaline

**RMC GEMS HK CO.**

Unit 811, Block A, Focal Industrial Centre, 21 Man Lok Street,  
Hung Hom, Kowloon, Hong Kong  
Tel: +852 2333 7909 | Fax: +852 2773 6008  
Email : info@rmchk.com

