

# Gold-Sekt mit dem Golden Girl in der Gold-Lounge

VON IRENE SCHRÖDER

Die Zeiten, in denen vor allem Frau Schmuck fürs Leben geschenkt bekam, sind vorbei: Gold steht nicht mehr nur für die Ewigkeit, sondern auch für Mode-Schmuck im besten Sinne des Wortes – trendig, aber doch nicht so kurzlebig, dass die Stücke nicht noch in einigen Jahren ihrer Trägerin gefallen – und vor allem ihre Lust am Schmuck wach halten und dementsprechend der von der allgemeinen wirtschaftlichen Flaute betroffenen Schmuck- und Uhrenbranche neue Impulse geben. Die gebeutelten Hersteller gehen in diesem



Bei Uhren reicht die Bandbreite vom eleganten Zeitmesser (oben) bis zum flippigen Trendmodell.

Jahr in die Offensive: Bei einer wahrhaft „goldigen“ Veranstaltung in der Goldstadt Pforzheim wurde bei Gold-Sekt in der Gold-Lounge das „Golden Girl“, das „Gesicht“

der neuen „Schmuckwelten“, bei der ersten gemeinsamen Trendshow der neuen Jewellery Relations Group präsentiert. Gestern war das komplette Gold-Team einschließlich Golden Girl Elena B. auf der Fachmesse Inhorgenta in München präsent.

Gemeinsam sind wir stärker – unter diesem Motto haben sich die Bundesverbände Schmuck, Uhren, Silberwaren und verwandte Industrien, des Schmuck-Großhandels, der Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte sowie der Edelstein- und Diamantindustrie sowie der Zentralverband für Uhren, Schmuck und Zeitmesstechnik und der Zentralverband der Deutschen Goldschmiede, Silberschmiede und Juweliere sowie die Platin Gilde International, die Diamond Trading Company, die Messe München, das Förderungs- und mehrere Fachzeitschriften in der Jewellery Relations Group

zusammengeschlossen. Ihre Ziele: Schmuck soll in der öffentlichen Werte- und Bedürfnis-Skala besser positioniert werden, die Schmuck-, Uhren- und Edelsteinmärkte soll positiv beeinflusst werden und

in der gesamten Branche eine deutliche Umsatzsteigerung erzielt werden.

14 Repräsentanten der aktuellen deutschen Schmuckszene hatten ihre Preziosen für eine glänzende Präsentation im Forum der Sparkasse Pforzheim-Calw zur Verfügung gestellt, um funkelnde Signale der von vielen offiziellen Sprechern beschworenen Aufbruchstimmung zu setzen. Zwei Haupttrends ließen sich erkennen: Für Glanz und Gloria stehen aufwändige Hingucker in allen Farben des Regen-

Kombinationen von Silber mit Gold, Perlen, Farbsteinen oder Edelsteinen.

Wer eher zum Understatement tendiert, findet seine Lieblingsstücke unter den edlen Variationen aus Platin und Gold mit kühl strahlenden Diamanten. Am Abend muss es nach dem Willen der Designer funkeln: Pompöse Kolliers machen dann den kleineren, aber umso hochkarätigeren Kostbarkeiten Konkurrenz. Und die Uhren? Mal betont sportlich, mal sehr edel, sehr preisgünstig für die



Perlen (rechts) zeigen Trendsetterinnen ebenso wenig die kalte Schulter wie funkelnde Kolliers (links). Fotos: pr



bogens, Blüten und Chandeliers beim Ohrschmuck. Perlen werden mit Farbsteinen oder poliertem Silber kombiniert und schmücken auch häufig die beliebten Kreuze. Silber liegt glänzend im Trend. Die meist großformatigen Schmuckstücke bestehen aus

junge Kundenschaft, hochklassig für den echten Luxusliebhaber. Höhepunkt der sehr spritzigen Show der mit Orwell-Modellen ausgestatteten Models war der Auftritt Elena B.'s, deren Gesicht bereits die Fassade der künftigen „Schmuckwelten“ zielt. Die aparte Blondine mit einem wohl unaussprechlichen Nachnamen präsentierte – von Kopf bis Fuß in Gold gehüllt – das „Schmuckwelten“-Kollier,

glitzernder Vorbote des Pforzheimer Erlebnis-zentrums zum Thema Schmuck. Europas größte Schmuck- und Uhrenmeile wird ab 17. Juni auf einer Fläche von 3 500 Quadratmetern von der „Mineralienwelt“ über die „Branchen-“

„Marken-“, „Schmuckerlebnis-“ und „Design“-Welten wohl so ziemlich alles zeigen, was die deutsche Schmuck- und Uhrenindustrie zu leisten vermag.

Die Fachwelt soll in diesem Forum ebenso willkommen sein wie die übrigen Interessenten, die natürlich in der Erlebnisaufwelt aktiv werden sollen, um sich anschließend in der „Szenewelt“ zu stärken.