

Die Models trugen neben den neusten Schmuckstücken der Firmen auch die Modetrends der kommenden Saison zur Schau.



Schmuckpräsentation vom Feinsten. Die Deutsche Schmuck und Uhren GmbH (DSU) in Zusammenarbeit mit dem Schmuck Informations Centrum SIC und der Jewellery Relations Group JRG – zielten mit der Show auf eine breite Aufmerksamkeitswirkung in der Öffentlichkeit.



Trendshow 2005:

Schmuck, der gute Laune macht!

Goldschmuck, Glamour und Farbe sind die drei Säulen, um die sich das Schmuckgeschehen in der kommenden Frühjahrs- und Sommersaison ranken wird.

Was am 18. Februar in der Kundenhalle der Pforzheimer Sparkasse vor rund 300 Besuchern, unter ihnen etwa 80 Fachhändler aus dem süddeutschen Raum, und am ersten Messeabend während der inhorgenta europe 2005 auf dem Laufsteg gezeigt wurde, beweist: Selten kam Schmuck so fröhlich, feminin und farbenfreudig daher. Die Kreationen der vierzehn Firmen aus dem Großraum Pforzheim sollten jedoch weitaus mehr als nur Information für Fachhändler sein. Die Veranstalter – die Deutsche Schmuck und Uhren GmbH (DSU) in Zusammenarbeit mit dem Schmuck Informations Centrum SIC und der Jewellery Relations Group JRG – zielten auf eine breite Aufmerksamkeitswirkung in der Öffentlichkeit.

Ob demnächst auch die Chinesen die Trendshow 2005 zu sehen bekommen, steht noch nicht fest, denn hier liefen die Verhandlungen bei Redaktionsschluss noch. Doch soviel ist sicher: Das Medieninteresse an den beiden Veranstaltungen war erfreulich groß. Einige große Fernsehsender hatten ihre Teams geschickt. Andere, unter ihnen auch ARD, ZDF und MDR erhielten das Sendematerial über das SIC. Ein Teil der Beiträge ist inzwischen gelaufen, andere werden demnächst gesendet. Außerdem berichten eine Vielzahl von Titeln aus der Mode-, Frauen- und Gesellschaftspresse über die Schmuck- und Uhrenschaу in Verbindung mit aktueller Mode und stellen damit in der Öffentlichkeit auch gleich

das Leistungsspektrum der deutschen Hersteller vor. Was die Veranstalter jedoch noch besonders gefreut haben dürfte war die Tatsache, dass sich gleich bei der ersten Trendshow noch weitere Hersteller zum Mitmachen bei der JRG entschlossen. Denn nach dem Motto »Gemeinsam sind wir stärker« ist die JRG weiterhin auf Werbetour um Mitstreiter. Denn ihr Ziel, Schmuck und Uhren in der Werteskala der Verbraucher wieder besser zu positionieren, kann sie nur mit Unterstützung der gesamten Branche erreichen.

Schmuck und Mode gehören heute eng zusammen, und auf dieser Verbindung basierte das Konzept der beiden Veranstaltungen. Professionell und kurzweilig präsentierten die Models der Kappelrodecker Agentur »Top S.« Schmuck und Uhren in Verbindung mit aktueller Mode von Orwell. Souverän und launig kommentierte Moderator Lambert Liesenberg die vierzehn »Trend-Bilder«, die über eine Großleinwand auch die Details der edlen Accessoires erkennen ließen. Da funkelte und glänzte es nur so, Diamanten strahlten um die Wette mit Farbedelsteinen und verkündeten die optimistische Botschaft: »Schmuck ist Teil unseres Lebens.«

Live auf dem Laufsteg präsentierten diese Firmen die aktuellen Schmuck- und Uhrentrends: Aristo, Bunz Collection, Burkhardt & Bischoff, Cédé Schmuckdesign, Déco Art by Bunz, Carl Engelkemper, Elaine Ferrari Goldwaren, Gellner, Guthmann & Wittenauer, J. Köhle, Bruno Mayer, Eugen Schofer, Friedrich Stahl und Leo Wittwer.



Gelbgold – hier die Linie »Prestige« von Eugen Schofer – steht wieder verstärkt im Vordergrund.



NUTZEN FÜR FACHHÄNDLER

Fachhändler können Bilder von der Trendshow 2005 in Druckqualität unter www.dsu-pressezentrum.de oder www.pr-simon.de abrufen und sie honorarfrei in Kooperation mit der Tagespresse vor Ort für ihre eigene Werbung nutzen. Im Trendbericht sind Modebeispiele mit Schmuck aus den aktuellen Kollektionen kombiniert – ideale Anregungen für die Redaktionen bei der Vorbereitung von Modebeilagen für die Sommersaison.

Das Kreuz – hier in der Interpretation des Hauses Leo Wittwer – ist aus keiner Kollektion mehr weg zu denken.

Mit seinem Schmetterling in Platin mit Steinbesatz setzt Georg Spreng neue Impulse beim Ansteckerschmuck.



Farbiges Gold. Niessing setzt mit der Blütenscheibe »Iris« einen frischen Akzent.



Perlschmuck liegt im Trend und der Schließe – hier eine neue Variante aus dem Hause Köhle – kommt immer mehr Bedeutung zu.

Die wichtigsten Echtschmuck-Trends

Goldschmuck liegt voll im Trend, erfahren die Besucher der Trendshow. Dass dabei Gold nicht gleich Gold ist, wurde ebenfalls deutlich, denn der Zeitgeist liebt Vielfarbigkeit, aber eine fein abgestimmte. Und so faszinierte Goldschmuck in einem breiten Farbenspektrum von Gelbgold, Weißgold, Bicolor, Rosé- und Rotgold.

Auf Ringen, Ohrschmuck und Broschen blühen in der kommenden Saison nicht nur Blüten aller Arten, auch eine Vielzahl anderer verspielter und spielerischer Motive aus Edelsteinen sollen das Herz der Kundinnen im nahenden Frühling erwärmen.

Glamour und auch Glitzern sind weiterhin angesagt. An Ohren und Dekolletee, Armen und Händen der Models funkelte und lockte es nur so. Das ist zwar nicht gerade neu, denn Glitzern und Farbigkeit dominierten bereits im vergangenen Jahr. Doch nun wird das Ganze noch etwas aufwändiger, farbiger und spektakulärer. Die Schmuckschaffenden nutzen zur Zeit das ganze Farbenspektrum des Regenbogens von schrill bis pastellfarbig. Sie setzen jedoch die Schwerpunkte betont im modischen Farbbereich und machen somit Schmuck zum idealen Accessoire zur fröh-

lich-optimistischen Frühjahrs- und Sommermode. Und die Uhren ziehen bei dieser verführerischen Schau natürlich ebenfalls mit.

Luxus-Outfits sind zur Zeit Trend. Dazu passt hochwertiger Diamantschmuck ebenso wie modisch betonte Schmucklinien. Beide sind aktuell vorwiegend großflächig, wirken teilweise sogar recht spektakulär und eignen sich somit bestens für den großen Auftritt. Der topaktuelle Chandelier-Ohrschmuck darf hier natürlich nicht fehlen. Und auch »Black & White« ist ein Thema, das nie aus der Mode kommt.

Ketten sind feminin und üppig, farbig und verspielt und fallen oft schmeichelnd bis tief ins Dekolletee ihrer Trägerin. Nicht mehr weg zu denken aus dem aktuellen Schmuck sind Kreuze in jeder Form und Größe. Die Variation als Perlenkreuz entwickelt sich gerade zu einem neuen Klassiker. Überhaupt sind Perlen wieder im Aufwind. Voll Spannung sind die prickelnden neuen Designideen bei Perlenschmuck und die neuen, austauschbaren Schließen. »Perlschmuck verzeichnet ein absolutes Comeback«, heißt es im Trendbericht der DSU.



Silberschmuck ist nach wie vor ein viel gefragtes Schmucksegment mit erschwinglichen Preisen. Er gibt sich im kommenden Sommer betont modisch, oft auffallend farbig und großflächig.

Der zweite große Trend für die Frühjahrs- und Sommersaison ist fast das Gegenteil: Mit seinen reduzierten aber weichen Formen, viel Weißgold und kühlen Farben passt er sowohl zur klassischen Linie wie auch zum nach wie vor aktuellen Business-Look mit seinen streng-klassischen Farben Weiß, Hellgrau und Schwarz. Zum textilen Understatement eignen sich diese Linien in erstklassiger Qualität nahezu perfekt, denn hier sind edelste Metalle wie Platin oder 18 Karat Gold mit feinsten Diamanten kombiniert.

Zur Abendrobe kann Frau dann je nach Outfit, Stimmung und Stil entweder auffallend großen und funkelnden Glamour-Schmuck tragen oder sich für »klein, fein, edel und hochwertig« und diskret mit Diamanten und Farbsteinen geschmückt entscheiden. Mit beidem ist sie en vogue.

Auch die neuen Uhren treffen sicher den Ton der Mode, wo die Stile heutzutage unbeschwert und fröhlich gemixt werden dürfen. Bunz trifft hier auf Tom Tailor – und das ist gut so. Bei Bunz gehören perfektes Design und die perfekte Verbindung von Material und Technik untrennbar zusammen. Platin und Gold, Diamanten, feinstes Leder und wertvollste Handarbeit sind die Kennzeichen seiner edlen Zeitmesser.

Aristo präsentierte seine Herrenuhren markant und sportiv sowie gewohnt zuverlässig, unter anderem die »Aristo Da-

kar«, die schon die Fahrt durch die Wüste erfolgreich absolviert hat. »Aristelle« dagegen ist eine feminine Damenuhrenlinie von Aristo, geschaffen von Designerinnen, die nicht einfach Herrenuhren auf Damenuhrenformat verkleinerten, sondern eine ganz eigene Linie entwickelt haben.

Carl Engelkemper schickte seine Marken Youngs, Mechanics by Cathay und Tom Tailor auf den Laufsteg. Alle drei jung, frech und auffallend im Design, dabei technisch zuverlässig und ihren Preis wert – erfolversprechende Lizenzmarken für den Markt der Teens und Twens, für Freizeit und Fashion. 1

URSEL HAGGENEY

Luxus pur oder luxuriöser Purismus? Außergewöhnliche Materialien wie das Nerzcollier und Armband mit Perlen von Gellner sorgen für Aufsehen.



Bunz zeigte auf der Trendshow moderne Interpretationen im Schmuckbereich, wie die »rote Kugel«.



Farbsteine wie Amethyst, Citrin, Turmalin und Aquamarin – hier in modernen Schlifffen von Groh + Ripp – werden in der nächsten Saison für Farbtupfer beim Echtschmuck sorgen.