

Glanzvolle *Geschichte*

Seit 130 Jahren ist Juwelier Bucherer ganz auf der Höhe der Zeit(messung) und der Schmucktrends.

BRITTA BIRON

Luzern/Wien. Ein wenig Glück mag wohl auch im Spiel gewesen sein, aber der Aufstieg von Bucherer vom einem Geschäft in Luzern bis zu zum größten Uhren- und Schmuckhändler in Europa mit eigener Uhren- und Schmuckmanufaktur, der seit der Anfang des Jahres erfolgte Übernahme des US-amerikanischen Juweliers Tourneau nun auch den US-Markt ins Visier genommen hat, beruht in erster Linie auf kaufmännischem und strategischem Geschick. Nur ein Beispiel: 1924 nahm Ernst Bucherer, Sohn des Firmengründers Carl Friedrich, die damals noch recht unbekannt Marke Rolex ins Sortiment.

Es folgten weitere große Namen, und mit Carl F. Bucherer reiht man sich seit 2001 auch mit einer eigenen Marke in die Welt der Haute Horlogerie ein.

Goldene Zeiten

Ein Beispiel für die hohe Kompetenz, über die man hier verfügt, ist eine besonders edle Variante des Manero Flyback-Chronografen.

Sein 43 mm großes Gehäuse besteht aus 18karätigem Roségold, passend dazu präsentiert sich auch das Zifferblatt im Nobel-Look. Die Grundfarbe ist ein golden schimmernder, heller Champagnerton, die Minuterie und die beiden Hilfszifferblätter strahlen in einem satteren Goldton.

Die aufgesetzten Indexe und die facettierten Zeiger greifen wieder



© Bucherer (6)

den Farbton des Gehäuses auf. Abgerundet wird der Zeitmesser, in dem das Kaliber CFB 1970 mit Schaltraststeuerung schlägt, von einem Armband aus goldbraunem Alligatorleder.

Die Farbe spielt auch bei jener Uhrenkollektion eine wichtige Rolle, die aus Sondermodellen jener Marken besteht, die bei Bucherer vertreten sind. Neu in dieser exklusiven Blue Edition ist eine Stahl/Rotgold-Variante der Happy Sports von Chopard.

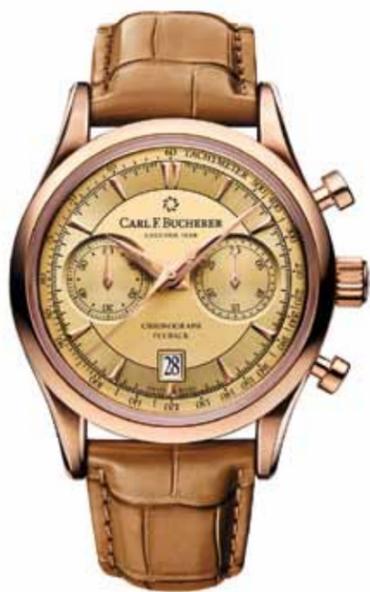
Die für die Marke typischen, beweglichen Diamanten wurden hier um zwei blaue Saphire ergänzt. Blau sind auch die aufgesetzten Indexe und das Armband aus Alligatorleder.

Schmucke Farbenpracht

Farblich aus dem Vollen geschöpft wird in den Schmuckateliers: Gelb-, Weiß- und Roségold, weiße und farbige Diamanten und Perlen sowie Saphir, Smaragd, Rubin, Aquamarin, Citrine, Turmaline oder Amethyst funkeln als exquisite Kreationen in den Schaufenstern und Vitrinen und lassen die Herzen anspruchsvoller Schmuckliebhaberinnen höher schlagen.

FACTS

Gründung 1888
Mitarbeiter 1.600
Geschäfte 33 in Europa, 28 in den USA
Eigene Uhrenmarke Carl F. Bucherer, Bucherer Blue Edition
Uhrensortiment Rolex, Audemars Piguet, Baume & Mercier, Blancpain, Cartier, Chopard, IWC, Jaeger-LeCoultre, Longines, H. Moser & Cie., Panerai, Patek Philippe, Piaget, Tag Heuer, Tudor
Eigene Schmuckserien Peekaboo, Lacrima, Vivelle, Pastello, La Cerise, Variato, Dizler
Schmucksortiment Tamara Comolli, Chopard.



Der Manero Flyback-Chronograf glänzt in Gold, das neue Sondermodell Happy Sports von Chopard macht Blau, und die Trendfarbe Ultraviolett leuchtet aus den Schmuckvitrinen.

Chronext Zum fünfjährigen Firmenjubiläum gibt es ein Sondermodell und auch frisches Kapital für die Expansion e-Shop für Luxusuhren wächst weiter

Zug. Luxusuhren über das Internet zu kaufen, wird immer beliebter. Das zeigt die erfolgreiche Entwicklung von chronext.com. 2013 ist das Start-up von Philipp Man und Ludwig Wurlitzer an den Start gegangen, im Angebot gerade einmal 250 Uhren. Heute sind es mehr als 100 Mal so viele, und von Audemars Piguet über Rolex bis Zenith sind so gut wie alle Big Player der Chronometrie vertreten, dazu auch viele kleine, feine Manufakturen.

Edles Retro-Flair

Zu diesen zählt die 2002 gegründete Schweizer Marke Linde Werdelin, deren Spezialität limitierte

mechanische Uhren sind, an denen bei Bedarf digitale Elemente, die Tauchern und Skifahrern wichtige Daten liefern, angebracht werden können – nicht die einzige Besonderheit, denn zur Feier des fünfjährigen Jubiläums von Chronext wurde ein Sondermodell der Spido-Speed mit skelettiertem Zifferblatt und Carbongehäuse geschaffen.

„Damit geht ein großer Traum in Erfüllung“, freuen sich Man und Wurlitzer, die aber schon an der Verwirklichung des nächsten, der Expansion in die USA und nach Asien, arbeiten. Dafür haben sie Anfang des Jahres von Investoren frisches Kapital in Höhe von rund 27,5 Mio. € erhalten. (red)



Die Chronext by Linde Werdelin ist auf 23 Stück limitiert und kostet 15.950 Euro.

SHORT

Shop-Premiere für Ray Ban



Wayfarer, Aviator & Co bekommen einen eigenen Laden in London.

London. Die Kultbrillen von Ray Ban sind zwar schon bestens distribuiert – im gehobenen Brillenfachhandel ist die Marke fast flächendeckend rund um die Welt vertreten – und Aviator, Wayfarer & Co gibt's natürlich längst auch online.

Was bisher noch gefehlt hat, ist ein eigener Flagship-Store. Standort der weltweit ersten Ray Ban-Boutique, die in diesem Frühling eröffnen, ist die trendige Carnaby Street im Londoner Stadtteil Soho. (red)

Bei Verdandy ist Neues im Anzug



Dank hochwertigem Jersey ist der Business-Suit chic und bequem.

Wien. Mit Jeans, die chic und bequem sind, hat sich das junge österreichische Männermodelabel bereits einen Namen gemacht. Aber Komfort ist, das wissen die Verdandy-Chefs Manuel Rauner und Martin Pichler aus eigener Erfahrung, nicht nur ein Thema der Freizeitmode, sondern auch beim Businesslook. Daher haben sie das Sortiment um ein klassisches Sakko und eine Hose in Chino-Stil erweitert. Erhältlich im Online-Store. (red)

Neue Mode für Tisch, Bett und Bad



Im Trend liegen Farben und Muster im Vintage-Look der 1950er-Jahre.

Wien. Seit einem Jahr gibt es den Flagship-Store der italienischen Stoffmanufaktur Society Limonta und er hat sich zu einer beliebten Adresse für all jene entwickelt, die exquisite Textilien für Bett, Tisch und Bad suchen.

Seit Kurzem ist die FS-Kollektion erhältlich; sie steht im Zeichen des 50s-Designs mit seinen typischen Farben und Mustern. Zu den besonderen Neuheiten zählt das Betttuch Saten aus Baumwollsatén und Leinen. (red)