

EDITORIAL

Die Frage nach echt oder falsch



BRITTA BIRON

Was ist wahr und was falsch? Wo liegt die Grenze zwischen Realität und Fiktion? Lässt sich echt von unecht immer klar unterscheiden? In Zeiten von alternativen Fakten und Fake News stellen sich solche Fragen besonders häufig. Und natürlich auch immer dann, wenn es um Luxus geht.

Ist es der Markenname, der ein Produkt adelt, der bekannte Designer, der es entworfen hat, das edle Material oder das besondere Design? Ist es das ausgeklügelte Werbekonzept, das beim Konsumenten den Haben-wollen-Effekt auslöst? Sind es die neidischen Blicke der anderen? Oder ist es die eigene Überzeugung, etwas Besonders zu besitzen?

Bei Plagiaten ist die Antwort auf die Frage echt oder falsch scheinbar einfach: Sie sind eine mehr oder weniger gut gemachte Kopie, lösen beim Besitzer oder Betrachter (sofern es nicht der Markeninhaber ist) aber oft die selben positiven Emotionen wie das Original aus.

Und beim Thema natürliche vs. labor-kreierte Diamanten lösen sich Begriffe wie echt und unecht ohnehin in nichts auf. Physikalisch, optisch und chemisch ist zwischen den beiden kein Unterschied. Wohl aber im Wert, den wir ihnen messen. Im Match Mutter Natur gegen menschlichen Erfindungsgeist steht es – derzeit noch – eins zu null.

TOP 10



© Gucci

ONLINE-STARS

Auf Basis des Markenwerts sowie der Zahl der Online-Suchen und Erwähnungen in den Socialen Netzwerken hat das Online-Magazin Luxe Digital ermittelt, welche Marken 2018 die Stars in der digitalen Welt waren.

Marke	Interesse
1. Gucci	22,34%
2. Chanel	11,79%
3. Louis Vuitton	9,60%
4. Hermès	9,29%
5. Rolex	8,03%
6. Tiffany	7,69%
7. Dior	5,62%
8. Armani	5,47%
9. Prada	4,97%
10. Balenciaga	4,39%

Quelle: www.luxe-digital.com



© Dorotheum (2)

Außergewöhnliche Stücke internationaler Marken, wie der Trombino-Ring von Bulgari, sind besonders gefragt.

Mehr Frauen-Power

**Gastkommentar** Anteil der weiblichen Bieter bei Schmuckauktionen nimmt kontinuierlich zu.

ASTRID FIALKA

**Wien.** Schmuck dient nach wie vor als bevorzugtes Geschenk zu einem besonderen Anlass. Wir kennen das: hohes Männeraufkommen in Juweliergeschäften, speziell vor Weihnachten.

Doch mehr und mehr tritt Frau selbst als Käuferin auf und nimmt so die Rolle der Entscheidungsträgerin ein. Sie bestimmt, was tragbar und fashionable ist. Schmuckkäuferinnen überlegen sich sehr wohl, ob etwas zu ihrem persönlichen Stil passt. Und ihr braucht man nicht kommen mit Werbebildern, auf denen das Geschmeide auf viel nackter Haut oder zum schwarzen Overall glänzt – hier wird realistischer gedacht. Wie passt der Schmuck zur eigenen Garderobe? Wie passt er zu meiner bestehenden Kollektion?

Qualitätsbewusst ...

Mal sollen entsprechende Ohringe das geerbte Collier der Großmutter ergänzen oder ein geeignetes Armband den zur Verlobung erhaltenen Solitärtring aus dem Familienbestand vervollständigen. Auch in diesen Fällen verlässt sich Frau immer mehr auf ihren eigenen Geschmack. Und auf ihr eigenes Geld. Doch wie sieht es mit

Qualität und Wertigkeit aus? Hier sucht sie die direkte Beratung des Experten.

200 bis 300 Schmuckstücke pro Auktion bieten mindestens zwei Mal pro Woche im Palais Dorotheum eine sichere Quelle für ein passendes Juwel. Nirgends findet man eine größere Auswahl an historischen Schmuckstücken wie hier. Jeder Stein, jedes Geschmeide wird, bevor es ausgeteilt wird, gewissenhaft von einem Experten geprüft und bewertet. Das schafft Sicherheit und Vertrauen.

... stilsicher und ...

Beim Durchprobieren, so meine Erfahrung bei den Dorotheum-Juwelenauctionen, zeigt sich vielfach weiblicher Mut: warum zum Beispiel nicht mal eine riesige Brosche von David Webb aus den 1970er-Jahren zu klassisch dezenten Perlenohrringen aus dem 19. Jahrhundert kombinieren? Oder zu einer kräftigen Korallenkette knallige Türkis-Ohrstecker oder ein Amethyst-Armband wagen?

Frauen wissen oft sehr genau, was sie wollen und treten dementsprechend als besonders hartnäckige Jägerinnen von signierten Einzelstücken auf. Internationale Marken liegen dabei in ihrem besonders im Fokus. Bei Klassikern

wie zum Beispiel der Ringserie Trombino aus dem Hause Bulgari liefern sich Bieterinnen Steigerungsgefechte zwischen 10.000 und 120.000 €. Sie wissen, dass es sich bei diesen Modellen, die bereits seit den 1930er-Jahren erzeugt werden, um zeitlose Einzelstücke handelt, die nur mit hochqualitativen Diamanten oder Rubinen, Smaragden oder Saphiren besetzt sind.

Doch auch bei preislich weitaus günstigeren Linien wie der Serie Nudo von Pomellato werden die Startpreise um ein Vielfaches überboten. Diese schlichten Modelle passen einfach zu jedem Outfit und können täglich getragen werden. Nicht immer bekommt man im Handel die gewünschte Farbkombination, sodass die Auktion eine gute Chance bietet.

... experimentierfreudig

Bei der Suche nach dem geeigneten „perfekten“ Stück geht es dann oft nicht um Stil- oder Stylingberatung.

Denn neben dem sehr individuellen Geschmack dominiert hohes Qualitätsbewusstsein. Beratung über Qualitätsmerkmale, Größe und Unterscheidungsfaktoren stehen im Fokus der selbstbewussten Trägerin. Der Anlagegedanke spielt

dann oft eine wesentliche Rolle. Das Schmuckstück soll nicht nur gefallen und tragbar sein – es soll auch einen mittelfristigen bis langfristigen Wert haben. Dazu eignen sich nicht nur Diamanten, die allein aufgrund ihrer neutralen Farbe immer tragbar sind, sondern auch Farb- und Schmucksteine. Bevorzugt sollten diese möglichst unbehandelt, aber dennoch farbtintensiv und effektiv wirken.

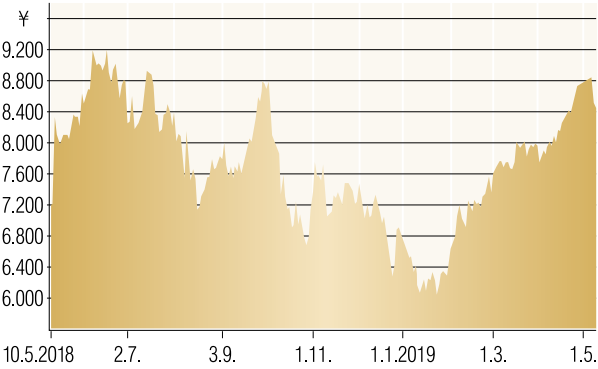
Die Entscheidungsfreude, zu vielleicht nicht so geläufigen Steinen zu greifen, liegt bei Frauen deutlich höher. So darf es auch mal ein Tansanit oder Kyanit sein, der in tiefem Blau erstrahlt. Oder ein Turmalin in satten Rot- oder Grüntönen, die einem klassischen Rubin oder Smaragd um nichts nachstehen.

Die Männer brauchen sich übrigens nicht zu fürchten, leer auszugehen – ihnen bleibt das weite Feld der Armband- und Taschenuhrenauktionen ...

ZUR PERSON

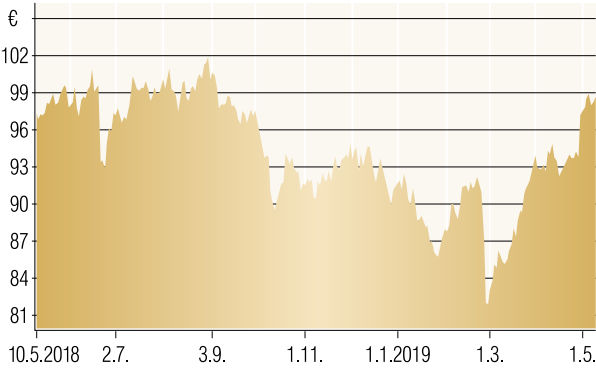
**Astrid Fialka** ist Leiterin der Uhren- und Schmuckauktionen im Dorotheum. Die gebürtige Wienerin, die bei den Juwelenversteigerungen am Auktionspult steht, ist ausgebildete Goldschmiedin und hat darüber hinaus Rechtswissenschaften studiert.  
[www.dorotheum.com](http://www.dorotheum.com)

SHISEIDO CO. LTD.



Spekulativ: Shiseido hat zuletzt gut zugelegt – Euro-Anleger könnten eventuell noch vom erstarkenden Yen profitieren; anders Beiersdorf: Das Geschäft floriert überall, nicht nur mit Nivea & Co., sondern auch mit Edel-Cremen.

BEIERSDORF AG



UNTER DIE HAUT

**Zwei Aktien** von Unternehmen, deren Produkte schöne Haut und jugendliches Aussehen versprechen: Der japanische Kosmetikerhersteller Shiseido (ISIN: JP3351600006) hat 2018 um neun Prozent mehr umgesetzt, er hat eine starke Position auf Chinas Festland. Allerdings schwächeln die restlichen Märkte. Ein stark bleibender Yen könnte aber weiter Auftrieb verleihen. Beiersdorf (ISIN: DE0005200000) dagegen ist eine ziemlich sichere Wette: Alle Regionen trugen zuletzt zum Wachstum bei, die Edel-Creme La Prairie findet reißenden Absatz.