

Hot & Cool

Technik



BUCHERER

Liebe



TIFFANY

Herz



CHOPARD

Farbe



WELLENDORFF

Besitz



PIAGET

Dizzler

Das Produkt Das Vorurteil, dass sich Frauen nicht für Technik interessierten oder sogar kein Verständnis oder Talent dafür haben, hält sich – trotz mehr als zahlreicher Gegenbeweise – immer noch hartnäckig. Beim Schweizer Schmuckhaus Bucherer scheint man allerdings anderer Meinung zu sein. Das exzellente Know-how der Goldschmiede im Bucherer-Atelier hätte sich ja problemlos auch mit einem weniger technisch anmutendem Schmuckstück unter Beweis stellen lassen. Der Name Dizzler leitet sich vom englischen Wort dizzy, was „schwindlig“ bedeutet, ab und das kann man einerseits auf den ausgeklügelten Drehmechanismus – kleine Walzen zwischen Außen- und Innenring – beziehen als auch darauf, dass einem beim Anblick der exquisiten Ringe ganz schwindlig werden kann. Dizzler gibt es in Gelb-, Rosé- und Weißgold und mit Diamanten oder farbigen Saphiren.

Die Marke Aus dem 1888 von Carl-Friedrich Bucherer und seiner Frau Luise gegründeten kleinen Juweliergeschäft in Luzern hat sich im Lauf der Zeit ein Big Player der Uhren- und Schmuckbranche entwickelt, der sowohl Händler als auch Hersteller ist. Zur Gruppe, die in dritter Generation von Jörg G. Bucherer als Präsident des Verwaltungsrats geleitet wird, gehören 34 Bucherer-Geschäfte in Europa – der Flagship-Store in Paris ist das weltweit größte Uhren- und Schmuckgeschäft –, zwölf Filialen der Kurz AG, drei Niederlassungen von Swiss Lion, vier The Watch Gallery-Stores in London sowie der amerikanische Luxusjuwelier Tourneau mit 28 Geschäften.

Fazit Technik trifft Luxus.

Tiffany True

Das Produkt Den Verlobungsring hat Tiffany zwar nicht erfunden – den gibt es schon seit der Antike –, aber 1886 mit dem „Tiffany Setting“ auf jeden Fall seine bekannteste und bis heute beliebteste Spielart, den Brillant-Solitär mit Krappenfassung. Im Zuge der Werbekampagne des Diamantenhauses de Beers in den 1940er-Jahren mit dem legendären Slogans „A Diamond is forever“ etablierte sich der Solitär-Ring – vorzugsweise natürlich die Luxusversion von Tiffany – zum Must-have der US-Bräute. Später sorgte dann der Film „Frühstück bei Tiffany’s“ dafür, dass das Tiffany-Setting auch weltweit zum It-Piece für die Verlobung wurde. Da auch Klassiker mit der Zeit und der Mode gehen müssen, wurden vor einigen Jahren Ringe mit Fancy Cuts in die Kollektion genommen und mit Tiffany True, einer modernen Version des Cushion Cuts, erhält die Reihe heuer zusätzliche Facetten. Tiffany True gibt es aus Platin mit weißem Diamanten (von 0,75 bis 2,5ct) oder in 18karätigem Gelbgold mit einem gelben Diamanten von einem, eineinhalb oder zwei Karat.

Die Marke 1837 eröffnete Charles Lewis Tiffany in Manhattan ein Geschäft für Schreib- und Galanteriewaren, 1845 wurde das Sortiment um Schmuck ergänzt und der Blue Book-Bestellkatalog lanciert. Drei Jahre später gab es bei Tiffany auch Diamanten, Schweizer Uhren und Schmuck aus dem eigenen Atelier. Am Sortiment hat sich seither nichts geändert, aber aus dem New Yorker Geschäft ist eines der bekanntesten Schmuckimperien der Welt geworden.

Fazit Klassiker reloaded.

Happy Hearts

Das Produkt Kaum ein Symbol ist so universell und alt wie das Herz. Seine Ursprünge reichen bis zu den stilisierten Abbildungen von Efeublättern auf minoischen Vasen und Fresken im 3. Jahrtausend vor Christus zurück. Auch im antiken Griechenland und Rom stand die langlebige Pflanze für das Ideal der ewigen Liebe. An dieser Symbolik hat sich über die Jahrhunderte nicht geändert. Seit dem Beginn des Computerzeitalters ist das Herz fixer Bestandteil der Sonderzeichen sowie der Emojis. Das Herz gehört auch zu den Lieblingsmotiven von Caroline Scheufele, Co-Präsidentin und Kreativdirektorin von Chopard, und ist daher ein immer wiederkehrendes Gestaltungselement der Schmuckstücke und zudem das Hauptmotiv einer eigenen Serie: Happy Hearts. Bei den Ringen tritt es gleich im Doppelpack auf: Als kleines Herz mit einem der ikonischen Happy Diamonds und als größeres, das entweder mit Diamantpavé oder Farbedelsteinen wie Onyx, Türkis, Karneol, Lapislazuli oder Perlmutter besetzt ist.

Die Marke In Sonvilier, einem Dorf im Schweizer Jura, gründete der Uhrmacher Louis-Ulysse Chopard 1860 eine Manufaktur für hochpräzise Taschenuhren und Chronometer, die wegen ihrer hohen Präzision bald auf der ganzen Welt bekannt und begehrt waren. 1963 verkaufte Paul-André Chopard, der damals bereits 80jährige Enkel des Gründers, das Unternehmen an Karl Scheufele III, einen Juwelier und Uhrenhersteller aus Pforzheim, im Besitz dessen Familie Chopard bis heute ist.

Fazit Sehr herzig.

Drehring

Das Produkt Für ein namhaftes Schmuckhaus ist ein besonderes Keypiece schon fast ein Muss. Wellendorff hat davon sogar zwei. Die Kordelkette, bei der sich dank einer speziellen Verarbeitungstechnik Gold von seiner seidenweichen und geschmeidigen Seite zeigt, ist seit 1977 im Programm, der Drehring kam Anfang der 1990er-Jahre. Typisch für ihn sind die Miniaturkordeln an seinen Kanten und die aufwendigen Verzierungen der Mustergravuren mit farbiger Kalttemaille. Den Drehring gibt es in unterschiedlichen Breiten, Designs und Farben für Damen und Herren sowie auch als Trauring. Manche Modelle, wie die seit 1997 bestehende Serie der Jahresringe, sind limitiert.

Die Marke Ernst Alexander Wellendorff gründete 1893 in der deutschen Goldstadt Pforzheim eine Schmuckmanufaktur, die sich mit ihren edlen Kreationen rasch einen Namen beim europäischen Adel und Großbürgertum machte. Seit den 1970er-Jahren zieht ein diamantbesetztes „W“ als Markenzeichen jedes Wellendorff-Schmuckstück. 2008 wurde die erste eigene Monobrand-Boutique eröffnet, mittlerweile gibt es sie in Europa, den USA, Kanada und Asien. Darüber hinaus wird Wellendorff-Schmuck auch über ein Netz von ausgewählten Partnerjuwelieren vertrieben. Seit 1993 wird der Ernst Alexander Wellendorff Gedächtnispreis vergeben, mit dem herausragende Arbeiten ausgezeichnet werden, in denen eine alte handwerkliche Technik qualitativ besonders zur Geltung kommt.

Fazit Funkelnde Farbenpracht.

Possession

Das Produkt Possession bedeutet sowohl Besitz und Eigentum (zwei juristisch völlig unterschiedliche Konzepte) als auch Besessenheit. Bei dem gleichnamigen Ring von Piaget erübrigen sich solche spitzfindigen Wortklaubereien allerdings. Seit im Jahr 1990 das erste Modell präsentiert wurde, löst der Ring mit dem speziellen Dreh bei der Damenwelt den berühmten Habenwollen-Effekt aus. Der große Erfolg hat in der Folge dazu geführt, dass nicht nur immer neue Ringvarianten, sondern auch passende Ergänzungen, wie Ohrringe, Anhänger, Armreifen und Ketten kreiert wurden. Zu den jüngsten Neuzugängen in der facettenreichen Possession-Kollektion zählen die von den offenen Armspanen inspirierten Bangle-Ringe in Rosé- oder Weißgold. Die kugelförmigen Enden sind entweder mit grünem Malachit, weißem Chalzedon, hellem Türkis oder rotem Karneol besetzt oder – besonders luxuriös – mit Diamantpavé. Für den typischen Possession-Twist sorgt aber immer der kleine, diamantbesetzte Ring, der die Kugeln umschließt.

Die Marke 1874 richtete Georges Edouard Piaget auf dem elterlichen Bauernhof in La Côte-aux-Fées im Schweizer Jura eine Uhrenwerkstatt ein. Anfangs arbeitete der Betrieb als Zulieferer für andere Uhrenhersteller, ab 1947 stellte Piaget unter eigenen Namen hochwertige Uhren her. Mitte der 1960er-Jahre wurde das Sortiment dann auch um Schmuck erweitert. 1988 wurde das Unternehmen von der Vendome-Gruppe, dem heutigen Richemont-Konzern, übernommen.

Fazit Haben wollen!