DUS

NR. 1 - 2023

DESIGN URE SMYKKER

DUS

Indhold

Side 4 Leder: Always look on the bright side of life!

Side 6-7 Feminint og legende

Side 10-11 Nordic Urban Mining

Side 12 Creoler er populære og går heldigvis aldrig af mode

Side 13 Det er vel også en D-dag

Side 14-15 Nyt fra anden side af sundet

Side 16-17 Det bare stiger og stiger

Side 20-21 Det skal åbenbart ikke være nemt

Side 22-23 Opdatering

Side 24-25 Et kraftværk af et ur

Side 26-27 En Rhumba der virklig sparker røv

Side 28-29 Customers 1st = Kunderne først

Side 30-31 I mere end én forstand var det mormors perler, der startede en drøm

Side 34-35 Når en indsats skal belønnes

Side 36-38 En god historie

Selvom det i disse tider kan være svært at få øje på noget positivt, så er vi hos DUS fast besluttet på ikke at ville deltage i klagekoret, der begræder eftervirkningerne af pandemien, er irriteret over krigen i Ukraine, er trætte af inflationen og prisstigningerne på alting, frustreret over faldet i efterspørgslen grundet forbrugernes tilbageholdenhed og aflysningen af branche-messen i Bella Centret til august.

Always look on the bright side of life!

Vi vil hellere glæde os over den milde vinter, det allerede påbegyndte forår, alle de nye og entreprenante unge forventningsfulde iværksættere i branchen og at vores lands økonomi trods alt lader til at være både stabil og solid. Det er selvfølgelig ikke ens betydende med, at vi er blinde for at branchen for tiden er udfordret på mange områder.

Men nu kommer forårssæsonen og som nævnt er foråret- om end lidt tidligt - allerede startet. Med foråret kommer der også altid forelskelser og hvad deraf følger - forlovelser og frierier. Der er også børn der bliver døbt, par der bliver gift, teenagere der skal konfirmeres, eksamener der skal tages og efterfølgende fejres med studenter- og svendegilder og så er der alle de små "ferier" i forbindelse med helligdagene. Alt sammen noget, der ikke kun udløser potentielle gaveindkøb, men også får mange til at tage deres nuværende smykkebeholdning og ursamling op til overvejelse, nu når man skal til at være både festpåklædte og måske også letpåklædte.

Vi har, som det vil fremgå af flere af artiklerne i denne udgave af DUS, været på Formland-messen i Herning tilbage i slutningen af januar og det var en dejlig oplevelse. At se så mange både kendte og etablerede brands og en hel underskov af nye unge startup-virksomheder præsentere deres spændende produkter og nye flotte kollektioner var en fornøjelse. Ligesom det altid er fascinerende at høre historierne bag de nye virksomheder og filosofien bag deres brands.

Faktisk synes vi, at der ville være sund fornuft i at prøve at slå smykke- og urbranchens årlige New Nordic-messe i august sammen med Formland-messen, der også ligger i august. Her på Formland- messen i januar var der et pænt antal udstillere fra smykke- og urbranchen. Men der er også masser af udstillere med andre spændende ting som er relevante for guldsmede- og urforretninger, såsom butiksindretning, belysning, dekorationsartikler, emballage, gave- og indpakningspapir, beklædning, kassesystemer og meget andet.

Alt i alt oplever vi, til trods for den helt sikkert midlertidige afmatning vi er vidne til i øjeblikket, at smykke- og urbranchen både lever og ånder, at der er masser af gå-på-mod og mennesker med visioner og kreativitet, nye idéer, nye designs, markante holdninger til materialer, ressourceforbrug og bæredygtighed. Alt sammen noget der er helt i tråd med den tidsånd der præger det meste af den vestlige verden og som helt givet, har betydning for mange forbrugeres valgkriterier, når de køber gaver og ting til sig selv.

Hvem ved, måske er branchen på vej ind i sin egen "grønne omstilling" og så gælder det jo om at have de rigtige varer på hylderne - produkter der også gerne må have en god historie.

Ha' et rigtig godt forår - vi "ses" igen til maj!

Med venlig hilsen

Henrik Bjørkman
Redaktør

Bemærk!
De produktorienterede artikler vi bringer, baseres som oftest på pressemeddelelser eller anden form for produktinformation, illustrationer og billedmateriale, som vi mod-tager fra producenter, agenter og leverandører. Vi kan derfor ikke påtage os ansvaret for rigtigheden af de oplysninger, vi bringer, da indlæggene også altid sendes til godkendelse hos den virksomhed/person artiklen omhandler inden offentliggørelsen.

Når vi angiver priser på de produkter, vi viser, er det vejledende udsalgspriser oplyst af producenten/leverandøren selv og vi tager forbehold for evt. trykfejl. Vi forbeholder os desuden retten til at redigere og beskære i det materiale vi modtager.

Udgiver: DUS - Design Ure Smykker - www.designuresmykker.dk

Redaktion: Henrik Bjørkman · redaktion@d-u-s.dk · tlf: 4086 1952

Design: Vibe Krogsgaard · design@d-u-s.dk · tlf: 2637 3481

Annoncer: Geert Krøll-Schwartz · annoncer@d-u-s.dk · tlf. 2221 3480

Tryk: Jelling Bogtrykkeri

ISSN: 1901-1415

Design·Ure·Smykker nr. 1 - 2023 · 18. årgang

HUSK!
At du som leverandør til branchen altid kan få distribueret en tryksag sammen med vores magasin ud til forhandlerne. Billigere end du selv kan gøre det med PostNord. Vi kalder det en sidevogn.
Ring eller skriv til os, hvis du vil vide mere.

Feminint og legende

Sådan betegner tvillingesøstrene Maria og Camilla Rindal Petersen, der står bag smykkebrandet Nava Copenhagen deres design, som vi så da vi besøgte deres stand på Formland-messen i Herning.

De stiftede firmaet i 2019 og deres mål er at lave smykker man kan mixe på kryds og tværs - til priser hvor alle kan være med.

Inspirationen til deres smykkedesigns får de fra deres rejser rund om i verden og dette kommer oftest til udtryk i strukturen på smykkerne. Og så elsker de at bruge perler og kubiske zirkoner i deres smykker.

Alle deres designs har de selv indledningsvis tegnet i hånden og de producerer herefter deres smykker i 925 sterlingsølv og 18K forgyldning – gode materialer og belægninger er vigtige kvalitetsparametre for dem.

Man skal i øvrigt ikke lade sig narre af navnet Nava Copenhagen. Rent faktisk holder søstrene til i Odense, så det er Danish Design from Odense.

Danmarks førende alt-i-ét kassesystem

Designet til smykkeforretninger og guldsmede. Skabt til kundeoplevelser - udover det sædvanlige.

Customers 1st bruges af smykkeforretninger over hele landet. Du kan ofte genbruge dit eksisterende hardware og flytte al data over, så du hurtigt og nemt kan komme i gang. Du kan allerede nu teste kassesystemet af direkte i butikken - helt gratis i 14 dage på **c1st.com**.

- Udskriv egne smykkelabels med stregkoder
- Opret opgaver til reparation, indgravering m.m. i indbygget sagsstyringssystem
- Send automatiske SMS-påmindelser til dine kunder
- Forbind butik og webshop og få live synkronisering af alle dine varer
- Overfør automatisk dagsopgørelser til dit regnskabsprogram
- Opret kundeprofiler med købshistorik, mærkedatoer, ringstørrelse, brandpræference m.m.
- Lav egne varekategorier ud fra stil, kollektion, årstal - hvad end du foretrækker

Kontakt os på +45 33 60 85 86

customers 1st

Nordic Urban Mining . . .

ja, det er næsten, som det lyder - minedrift i de nordiske storbyer *)

Man skal høre meget før ørerne falder af, det gjorde de næsten også, da vi mødte Sisse Dinesen på Formlandmessen i slutningen af januar. Sisse Dinesen Jewelry er et forholdsvist nyt dansk smykkebrand grundlagt i juni 2019.

Sisse fortalte os, at hendes virksomhedsfilosofi er at lave unikke smykker, med fokus på minimalistisk design med et tvist. Målet er at lave holdbart design og kvalitet, der kan holde i mange år, og som man får lyst til skal gå i arv. Smykker man får lyst til at købe med det samme og samtidig vil bruge de næste mange år. Al forgyldning af hendes smykker er kvalitetsforgyldning lavet i Danmark. Det er vigtigt for hende at have kvaliteten i fokus, for at øge levetiden på sine smykker.

Alle Sisse Dinesens smykker er håndlavede og produceret I Danmark. Den enkelhed og æstetiske udtryk i smykkerne gør, at det er smykker der henvender sig til de kvalitetsbevidste kvinder.

Smykkerne er ikke sæsonorienterede og bliver kun produceret i begrænset mængde. Med andre ord så bliver smykkerne produceret efter behov og ikke masseproduceret. Der bliver løbende tilføjet nye produkter/kollektioner til sortimentet, men uden nogen modebetinget sæsonorientering. For som Sisse Dinesen selv siger: ”Jeg har altid bare elsket at lave smykker.”
Hun arbejder målrettet hen imod at bruge metaller fra Nordic Urban Mining (N:U:M) til sine smykkedele, der bliver støbt i sølv. Omstillingen kommer til at ske i takt med nye produktioner af en given style.

Hun fortæller også: ”Alle de metaller de i dag bruger er ISO certificeret ifht. hvert forbrændingsanlæg, så vi ved præcis hvor metallet kommer fra. Alt deres metal genudvindes i Danmark og bliver raffineret i særskilte batch d.v.s. de blandes ikke med andre ̈recycled metaller” fordi ellers kender vi ikke oprindelsen på fremmede metaller. Det er for os meget vigtigt i forhold til traceabillity.”

N:U:M har mulighed for at opnå Responsible Jewellery Council’s højeste certifikat C.O.C (Chain Of Custody) på guld, men især sølv. Det er nærmest umuligt for andre at opnå på sølv p.g.a at de ikke har en dokumenteret "End-of-life Situation” på almindelig recycled ædelmetal.

*) *Man skal huske, at mange af vores metaller ender på Deponi - d.v.s. i depot/graves ned/går tabt, hvis N:U:M ikke sorterer dem fra i tide. I alt går der ca. 3 ton sølv tabt om året alene i Danmark - på verdensplan skønner man at mindst 56 ton går tabt. (Kilde: SDU)*
Man forventer på længere sigt at kunne genudvinde ca. 5 ton sølv og 5-6 kg guld årligt.
99,9% renhed finguld/finsølv er nøjagtigt det samme som det nyudvundne sølv og guld, der graves op af jorden.

Creoler er populære og går heldigvis aldrig af mode!

Anmico Agenturer har lige udsendt sit nye forhandler-katalog til alle firmaets Arne Nordlie og Pia&Per forhandlere. Det har vi også fået fingrene i og der er rigtig mange spændende nyheder samt en del af de storsælgende gengangere fra sidste år.

Vi har specielt bemærket den store udvidelse af sortimentet på creoler, som jo altid sælger godt og der er virkelig mange spændende nye modeller i de såkaldte knæk-creoler. De sølv og sølvforgyldte modeller har Anmico så samlet på to displays, så butikkerne har mulighed for at præsentere dem samlet.

Creolerne fås fra kr. 229-, (vejl. udsalgspris)

Det er vel også en slags D-dag

- i hvert fald for de passionerede ursamlere

D står som bekendt for 500, når vi taler romertal. Og det er præcist det antal Jaguar's "Limited Edition Danmark", er lavet i - som navnet antyder kun til det danske marked.

I år, er det som noget nyt, lavet i det man kalder "Gun Metal". Uret er som altid forsynet med det allerbedste Jaguar Chronograph urværk.

Med i købet får kunderne også en ekstra læderrem samt værktøj til udskiftningen. Alt sammen i en specialdesignet urboks.

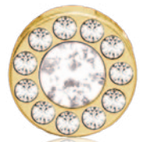
Materialer: Safirglas, stålurkasse og stållænke i gun metal.
Funktioner: Analog, chronograph og dato.
Vandtæthed: 5 ATM / 50 meter
Urkasse - diameter: 44,5 mm
Skive - diameter: 33 mm
Lænke - bredde: 30,1 mm

Vejl. 7.998 kr.

Nyt fra anden side af sundet

Blomdahl i Sverige har lige sendt en hel serie af nye smykker på markedet.

Det drejer sig bl.a. om nye løse, nikkelfrie vedhæng der passer til Blomdahls populære hudvenlige halskæder Classic (som fås i 2 længder) og Original og designmæssigt passer til flere af varemærkets øvrige kollektioner.



Vedhængene er fremstillet i medicinsk titanium og fås også med Blomdahl's hudvenlige guldfarvede belægning - de vejledende udsalgspriser ligger mellem 349 kr. og 429 kr.

Derudover lancerer Blomdahl bl.a. også en serie af bredere ringe og næsesmykker med farvede sten.
Ringene ligger på 849 kr. i vejl. udsalgspriser og næsesmykkerne på 249 kr.

Alle nyhederne passer selvfølgelig ind under Blomdahls koncept Feelgood Jewellery.

Det bare stiger og stiger!

Det fortæller Michael Frederiksen fra Anmico Agenturer os - og det handler selvfølgelig om herresmykker.

Mænd bruger simpelthen flere og flere smykker. By Billgren, som Michael har agenturet for i Danmark, har et af markedets største udvalg i alt fra virkelig cool ringe, lækre armbånd i stål, læder og beads, flotte øreringe og seje halskæder til enhver lejlighed. Der er både kraftige kæder som virkelig fylder noget og mere diskrete kæder, som ikke ”råber så højt”.

Det gode ved By Billgrens smykker er, at alt kan mixes og matches, så kunderne altid kan finde det, der giver lige det udtryk, de ønsker.

Og priserne er i et absolut rimeligt niveau.

PIA&PER
BARNESMYKKER

Sølv forgyldt
vedhæng incl. kæde.
Kr. 379,-

Sølv forgyldt
vedhæng incl. kæde.
Kr. 419,-

Sølv forgyldt
vedhæng incl. kæde.
Kr. 269,-

Ørepynt hvid emalje.
Kr. 285,-

Sølv vedhæng incl.
kæde. Turkis emalje.
Kr. 435,-

Sølv vedhæng incl.
kæde. Lyserød emalje.
Kr. 435,-

Armbånd med
hvid / lyserød emalje.
Kr. 895,-

Sølv vedhæng incl.
kæde. Blå emalje.
Kr. 435,-

Sølv vedhæng incl.
kæde. Grøn emalje.
Kr. 435,-

Guld ørestikk.
Kr. 1.775,-

Rhod. kreoler i sølv.
Kr. 229,-

Forgyldte kreoler i sølv.
Kr. 299,-

Sølv

Sølv forgyldt
vedhæng incl. kæde.
Kr. 399,-

Guld

Guld ørestikk.
Kr. 2.245,-

Sølv forgyldt
vedhæng incl. kæde.
Kr. 590,-

Sølv forgyldt ørepynt.
Kr. 660,-

Guld vedhæng
incl. kæde.
Kr. 2.215,-

Guld vedhæng
incl. kæde.
Kr. 1.475,-

ARNE NORDLIE
GULLSMED

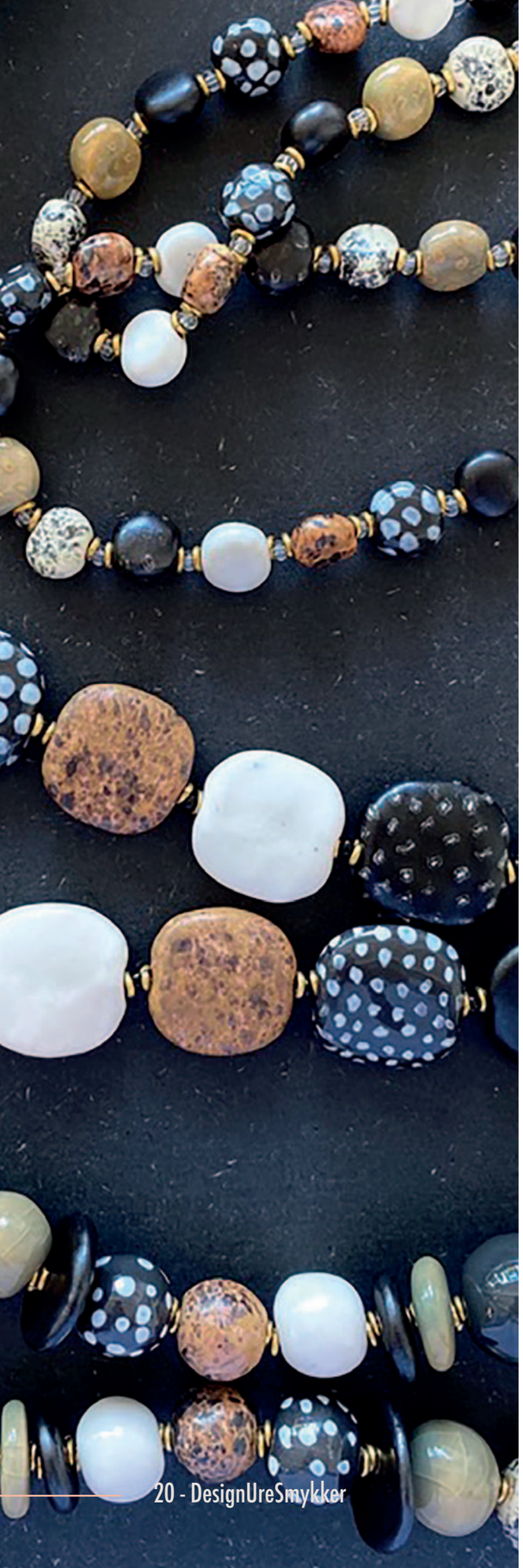
ANMICO agenturer *Michael Frederiksen | 40 21 78 88 | michael@anmico.dk*

BERING
inspired by arctic beauty

Kombiring: Aarhus, DKK 799,00 | Enkeltring: 560-27-X0, DKK 200,00 | Creoler: 728-20-05, DKK 299,00
Armbånd: 646-27-X0, DKK 599,00 | [1]Ur: 14520-334, DKK 1.399,00 | Halskæde: 414-20-X0, DKK 249,90 | Charm: Sparkle-2, DKK 399,00

[1]Ridsefast safirglas. 3 års international garanti. Dansk design.

www.beringtime.com



Det skal åbenbart ikke være nemt...

Heidi Bornø, som er den danske distributør af den Kenyanske virksomhed Kazuri's fantastisk flotte perlesmykker, har indviet os i nogle af de udfordringer, hun har måtte slås med de seneste to år.

Kazuri I Kenya er flyttet til et nyt domicil i byen Add, der ligger i det område som hedder Karen - meget nær Karen Blixens tidligere kaffefarm. Kazuri tog denne store beslutning for godt et års tid siden. Det var en meget svær beslutning, men også med en vis form for lettelse fordi virksomheden i mange år har kæmpet med vedligeholdelsen af de store gamle bygninger virksomheden lå i - til trods for at de økonomiske midler var små. Oveni kom så corona-pandemien og satte alt turisme i stå og distributørerne rundt om i verden havde også svært ved at skabe omsætning til Kazuri i Kenya.

Derfor tog Kazuri beslutningen og solgte den meget værdifulde jord og nu kunne man i stedet se frem imod at rykke ind i noget mindre, men til gengæld vedligeholdelsesfrie bygninger. Man har nemlig valgt at drive virksomheden fra indrettede containere, der ligesom herhjemme også er meget oppe i tiden i Afrika.

Tanken er også, at man vil lave alt af genanvendelige materialer. Alt lige fra vægge, gulve og til den udvendige beklædning med træ osv. Man vil på den måde gerne signalere bæredygtighed, der er en af grundstammerne i Kazuri's virksomhedsfilosofi og -kultur.

I forbindelse med flytningen af fabrikken får kvinderne der arbejder i Kazuri også optimeret deres arbejdsvilkår. Der kommer bl.a. nye ovne, hvilket vil lette kvindernes arbejdstillinger.

Det tager naturligvis tid at få en ny fabrik op at køre og se godt ud. Der mangler stadig bl.a. en del beplantning som skal være med til at skabe hygge og miljø på området. Men det kommer efterhånden som der er penge til det.

Før corona havde Kazuri omkring 300 kvinder ansat. Det er desværre væsentlig reduceret i forbindelse med coronaen, men der arbejdes på at få så mange som muligt tilbage i arbejde. I forbindelse med denne proces har Kazuri pludselig mødt voldsomme problemer på grund af en afrikansk gut, Peter, som er begyndt at kopiere Kazuri smykkerne. Han lokker også nogle af de, under coronaen hjemsendte kvinder, over og arbejde for sig.

Han har bl.a. kontaktet alle Kazuri's distributører rundt om i verden i håb om, at de vil flytte deres ordrer over i hans virksomhed - de har dog alle pure afvist ham og er tro mod det oprindelige KAZURI.

Han har sågar kontaktet rejseselskaber og div. taxafirmaer og bildt dem ind, at Kazuri har lukket. Det har naturligvis skabt yderligere økonomiske problemer for Kazuri, da der derfor ikke kommer så mange og besøger fabrikken og køber smykker. Mange af de turiste,r som så småt er tilbage i Kenya efter coronaen, bliver nemlig lokket ud til Peters virksomhed "Kobe Tough".

Direktøren for Kazuri i Kenya er dog ikke så bekymret for konkurrencen fra Kobe Tough. Kvaliteten af deres produkter er nemlig slet ikke på niveau med Kazuri's bl.a. fordi de ikke har den nødvendige viden om produktionsteknikken, hvilket gør at deres perler ikke er så smukke og holdbare som Kazuri's perler er.

Kazuri har nu også indledt en retssag mod Kobe Tough.

Collier m. ametyst og topaz 45-48cm,
8 karat guld
4.600

Vedhæng m. ametyst,
topaz og diamant 0,015CT,
8 karat guld
2.325

Fornyelse!

Hillerød-virksomheden Lund Copenhagen, har løftet sløret for sin forårskollektion, som byder på en masse af de populære klassikere, som er blevet opdateret – tilpasset nutidens trends og har fået helt nyt liv.

Det gælder eksempelvis alt guld med farvede sten. Tidligere designs som nu er tilpasset 2023 med sten i tidens farver.

Hjertevedhæng som er Lund Copenhagens eget design, men nu er tilpasset det mere rustikke look, som hitter for tiden. Hjertevedhæng med diamanter 0,06CT, 14 karat guld kr. 5.995

Ørestik m. ametyst, topaz
og diamant 0,03CT, 8 karat guld
4.750

Ørestik m. ametyst og topaz,
8 karat guld
3.125

Ørestik m. peridot, pink zirkonia,
ametyst og topaz, 8 karat guld
5.995

Ring m. peridot, pink
zirkonia, ametyst og topaz, 8 karat guld
4.950

Ring m. ametyst, topaz og
diamanter 0,03CT, 8 karat guld
4.100

Åbne dagmarkors vedhæng i sølv og guld - en moderne fortolkning af det traditionelle dagmarkors.

Kors med mønstre og kors med perler. Tilpasset nutiden, hvor det lidt rå rustikke og perler virkelig er oppe i tiden.

Kors med diamanter - for at kunne tilbyde nogle virkelig eksklusive udgaver af det traditionelle kors.

Og så har Helle Lund fundet 2 gamle tegninger på brocher, som hun kunne se passede godt ind i tiden igen, samt en broche med perler for at matche de præferencer kunderne har for tiden.
Broche m. ferskvandsperler, sølv. 950 kr. Broche blomster oxyderet, sølv. 695 kr. Broche oxyderet, sølv. 715 kr.

Der er virkelig noget for kunderne at vælge imellem, nu hvor gaverne til forårets mange festlige anledninger skal indkøbes.

Kors m. mønster,
8 karat guld
1.475

Kors m. ferskvands-
perle, 8 karat guld
1.050

Dagmarkors åbent,
8 karat guld
1.050

Kors m. diamanter
0,10CT, 14 karat guld
2.375

Kors m. diamanter
0,11CT, 14 karat guld
5.100

Kors m. ferskvands-
perler, 8 karat guld
1.350

Et kraftværk af et ur

Solar Energy herreurene som fås i 14 forskellige designs og farver har:
316L urkasse og armbånd i rustfrit stål
Quartz bevægelse
Solar Power genopladeligt batteri
Urkasse Ø 41,5 mm
Mineralglas
Tre visere
Vandtæthed til 5 ATM/50 meter
De vejl. udsalgspriser ligger fra kr. 1.498,- til kr. 1.898,-

Bæredygtighed og en konstant søgen efter innovative løsninger har altid været en høj prioritet hos Festina Group, og brandet har da også lige lanceret en helt ny kollektion af herre- og dameure med en avanceret teknologi. Festina Solar Energy, som kollektionen hedder, har alle den seneste version af Myota Japanese Solar Movement - i en ny og forbedret version.

Sådan virker de
Akkumuleringsmodulet er blevet integreret i urets konstruktion gennem en knapt synlig sort kant mellem glasset og urskiven. Denne teknologiske løsning gør det muligt at lave et design-mæssigt virkelig æstetisk ur, som tilmed aldrig nogensinde skal have skiftet batteri.

På det nye Myota-urværk kan man også afbryde energien: Ved at skrue kronen af, stoppes flowet af strøm og uret kan så holde strømmen i op til 48 måneder.
Solar urene gemmer energien i løbet af dagen og kan, når de er fuldt opladet, arbejde i op til 6 måneder i fuldstændig mørke.

Solar Energy dameurene som fås i 14 forskellige designs og farver har:
316L urkasse og armbånd i rustfrit stål
Quartz bevægelse
Solar Power genopladeligt batteri
Urkasse Ø 34 mm
Mineralglas
Tre visere
Mother of Pearl Dial
Zirconia indekser
Vandtæthed til 5 ATM/50 meter
De vejl. udsalgspriser ligger fra kr. 1.498,- til kr. 1.898,-

En rhumba der virkligsparker røv....

All time bestseller eller på godt nordjysk den bedst sælgende kollektion vi nogensinde har haft.

Sådan beskriver Janne Lisberg Fisker, der selv både ejer og driver smykkefirmaet Aqua Dulce, i hvert fald den succes, de har med salget af firmaets nye Rhumba kollektion, som blev lanceret op til julehandelen for blot små 3 måneder siden.

Janne fortæller også: "Navnet Rhumba valgte vi, fordi vi synes, formerne henleder tankerne til den skønne og sensuelle rhumba dans, hvor der jo svinges med hofterne og danserne bruger bløde bevægelser i deres dans. De skønne bløde former har åbenbart ramt lige ind i hjerterne på vores forhandlere og deres kunder," Fastslår Janne og slutter af med at berette: "Faktisk startede vi kollektionen med forholdsvis få styles, men nu har vi udvidet den til både at omfatte øreringe, ørestikker, flere forskellige kæder og armbånd. Vi synes også at kollektionen rammer godt ind i tidsånden i øjeblikket, hvor de runde bløde, organiske former er det, kunderne går efter.

De vejledende udsalgspriser spænder fra kr. 249,- og til kr. 799,-

Customers 1st = Kunderne først

Servicepos, kassesystemfirmaet, som vi tidligere har bragt artikler om her i magasinet, har skiftet navn og fået en helt ny identitet. I den forbindelse har vi modtaget en pressemeddelelse, som vi her bringer i let redigeret form.

Fra venstre: Brian Jakobsen, Rasmus Melbye & Lasse Melbye.

Meget er sket de seneste år i Servicepos. Vi har udvidet teamet til 23, modtaget vores anden Børsen Gazelle, og i dag er vi en kendt spiller på markedet inden for retail- og kassesystemer. Det er vi utrolig stolte af, og det arbejder vi målrettet videre på. Men vi vil gerne have udbredt kendskabet til os endnu mere. Vi har større ambitioner. Vil gerne skabe endnu mere værdi for vores kunder.

Vi er nemlig ikke 'bare' et kassesystem.
Vi er et all-in-one retailsystem, som tilbyder en hel palette af værdiskabende funktioner udover kassesystemet. Funktioner, der alle gør det nemmere at drive forretning, og samtidig sikrer, at man kan spare en masse tid. Det gør, at du kan bruge din energi på din passion i stedet for administration. Foruden disse værdiskabende funktioner arbejder vi også benhårdt på at tilbyde den bedste og nyeste teknologi-platform.

Det gør integrationer mellem vores system og andre systemer til en leg og giver helt nye muligheder for omnichannel og kædedrift, som man ikke kender fra andre systemer i dag.

Alt sammen med en klar vision for øje; at skabe succes for butikker i en verden fuld af forandring.
Og det skal vores navn og brand naturligvis afspejle.

Derfor skifter vi navn til Customers 1st.
Men navnet er ikke bare et navn. Det er også et slogan og et værdibaseret løfte. Et løfte, der fortæller, at det for os handler om vores kunder. Altså dig og din forretning. Men det er samtidig også et løfte om, at vi arbejder på at give dig og dine medarbejdere mulighed for at prioritere jeres kunder frem for alt. Customers 1st. Betyder jo kunderne først.

Af den grund skal den nye visuelle identitet, vores navn og ikke mindst det nye website cementere, at forretninger, der bruger Customers 1st' software, har mulighed for at prioritere sine kunder, så de kan give dem en oplevelse, der gør at de bliver ved med at komme igen.

Brian Jakobsen, adm. direktør og medstifter af Customers 1st, siger følgende om det nye identitetsskift:
"Vi har altid sagt, at vi ikke bare er et kassesystem, men at vi hjælper detailbranchen med at skabe liv i butikkerne. For butikkerne bliver mere levende ved at få personalet ud på gulvet, så kunderne kan få den rette vejledning. Det har vi bevist, at vi kan i Danmark, og det skal vores brand afspejle, når vi skal imødekomme efterspørgslen og potentialet, vi mærker ude i Europa."

Dét betyder det for dig som kunde
Nyt er godt. Men det er ikke kun godt for os. Det er også godt for dig, specielt hvis du er kunde og bruger vores software. Forbrugerne lever nemlig i dag i en virkelighed, hvor den komplette oplevelse med et brand spiller en afgørende rolle. Og det ved de fleste butiksejere godt.

Derfor er høj kundeservice og positive kundeoplevelser ofte i forreste linje for mange af landets detailforretninger.

Det handler ikke længere 'bare' om at have de rigtige varer på hylderne, som du kan slå ind på et kasseapparat. Den tanke skal vi væk fra. Og det er netop denne tankegang, som vi bygger vores nye strategi og visuelle profil op om. Men bare rolig. Vi er stadig de samme personer bag, og vi hverken sletter eller fjerner vigtige komponenter i systemet. I stedet bygger vi flere smarte værktøjer på til alle vores kunder.

I mere end én forstand var det mormors perler, der startede en drøm...

Vi fik os en snak med Emmaline Johansson på hendes stand på Formland-messen, hvor hun præsenterede sit smykkebrand, der bærer hendes eget navn.

Hun fortalte, hvordan hun i 2020 stiftede sin smykke-virksomhed med en drøm om at videreføre sin mormors kreativitet. Emmalines smykkeunivers tog nemlig udgangspunkt i nogle perler, hun havde arvet fra sin mormor, som kom med mange kreative "perler" og var et forbillede for hende.

Alle hendes smykker er designet og håndlavet af hende selv. De er produceret i 925s sterlingsølv og forgyldt 925s sterlingsølv - med en tanke om at forene kvalitet og dansk design.

Hun understregede også, at et bæredygtigt udgangs-punkt har høj prioritet for hende. Derfor er emballa-gerne til hendes produkter produceret i 100% genbrugspapir og FSC® certificerede råvarer - fra danske producenter. Derudover er 'Emmaline Johans-son' et såkaldt Slow fashion brand som følger 'made to order' princippet, for at mindske overproduktion og spild, hvilket jo også bidrager til en grønnere omstilling. Så kunder, der køber Emmaline Johansson smykker, udviser omtanke for en bæredygtig livsstil og for at investere i kvalitetsprodukter, der er designet og hånd-lavet her i Danmark.

Det synes vi var en spændende historie og vil derfor gerne sprede Emmaline Johanssons budskab, med hen-blik på måske at gøre guldsmedeforretninger landet over interesserede i at forhandle hendes smykker.

by BILLGREN herresmykker

Agent i Danmark: Anmico Agenturer
Michael Frederiksen tlf. 40217888 mail. michael@anmico.dk -- Louise Holm Munch tlf. 60140133 mail. louise@anmico.dk

www.bybillgren.com

Kr. 750,-

Kr. 650,-

Kr. 350,-

Kr. 695,-

Kr. 650,-

Kr. 350,-

Kr. 550,-

www.izabelcamille.dk

Når en indsats skal belønnes...

Snart får gymnasieeleverne læseferie og så er der stof som skal repeteres, eksamensfeber som skal håndteres og karakterer der skal opnås.

Men når så det hele er overstået, så skal de unge mennesker også belønnes for deres indsats. Ligesom det for studenterne gjaldt om at være godt forberedt, så har Støvring Design lyttet til forhandlernes ønsker og sørget for, at der vil være studenterhuer til alle. Tilmed i flere forskellige udformninger, så de kan tilpasses flere af farverne, som der bruges på studenterhuerne, for de forskellige gymnasiale uddannelser.

Studenterhuerne er lavet i enten rent sølv eller forgyldt sølv og huernes bånd er udført i blyfri emalje, som henholdsvis en rød eller blå stribe.

De fås også i både sølv- og guldversionen, uden den farvede emalje, så de kan bruges til nogle af de mange andre farver, studenterhuerne laves med i dag.

Sølvpriser er kr. 495 inkl. kæde og forgyldt kr. 595 inkl. kæde

En god historie!

På Formland i Herning løb vi også ind i Isabella Diaz på en stand med nogle spændende smykker.
Hun har efterfølgende sendt os denne historie om sig selv og hendes smykkevirksomhed Diaz Jewellery.
Vi har valgt at bringe historien helt uredigeret, da vi synes, det er en rigtig god historie.

Kort om brandet

Diaz Jewellery er skabt med et brændende ønske om at kommunikere vigtige budskaber gennem unikke smykkedesigns af høj kvalitet, som udelukkende fremstilles i ædelmetaller. Smykkerne støbes i 925 sterlingsølv og er belagt med 18 karat guld. Alle vores produkter designes i Danmark af Isabella Diaz, hvorefter de produceres hos vores familieejede samarbejdspartner i Spanien. Vi arbejder udelukkende med leverandører som har diverse certifikater og konstant arbejder i en mere forsvarlig retning. Det er yderst vigtigt for os at holde produktionen så lokalt som overhoved muligt, og derfor producerer vi med stolthed indenfor EU's grænser og i genbrugt guld og sølv.

Historien om hvordan det startede

Diaz Jewellery lancerede sin første kollektion 'Golden Havana' i foråret 2020 efter et par år i støbeskeen. Jeg var i gang med mit andet sabbatår, havde rejst en del og vidste på dette tidspunkt stadig ikke hvad jeg ville med mit liv. En sommerdag i 2018 fik jeg som et lyn fra en klar himmel en idé til nogle smykker. Uden nogen former for kompetencer eller brancherelevant erfaring begyndte jeg at skitsere smykkerne og bygge på konceptet. Researchede mig frem til en producent i Spanien efter utallige afslag, lukkede døre og ubesvarede mails.

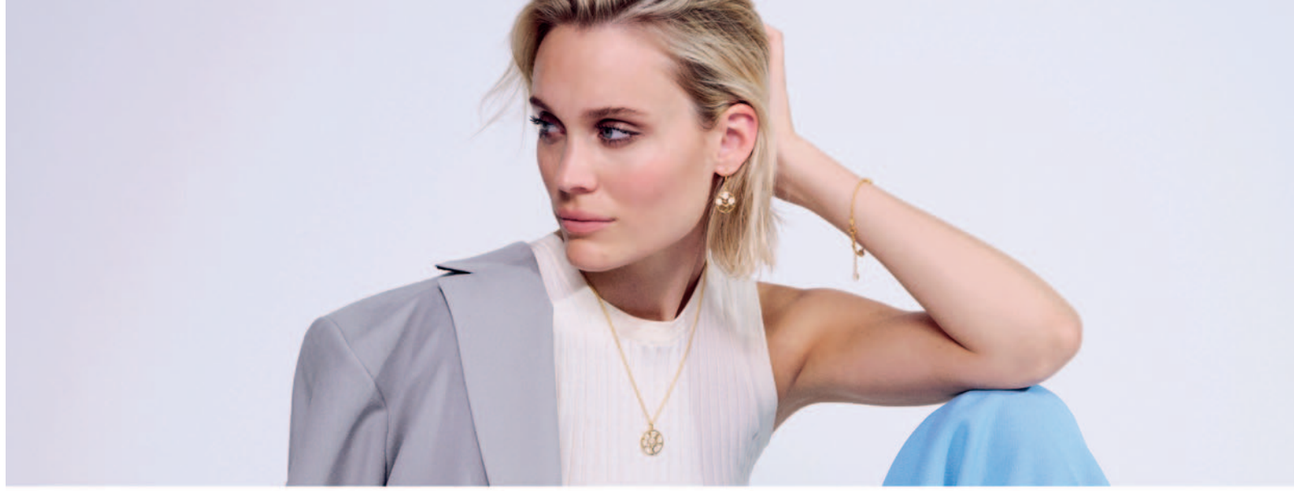
I mellemtiden havde jeg fundet min drømmeuddannelse, som jeg ville gøre alt for at blive optaget på. Nemlig Smykker, Teknologi og Business på KEA. Jeg søgte ind, men fik desværre afslag i første omgang. Det resulterede i en fuldtidsstilling hos en velkendt smykkeforhandler, hvor jeg på kort tid blev chefens højre hånd og skabte mig utrolig meget erfaring indenfor branchen. Året efter søgte jeg ind igen, og blev endelig optaget på uddannelsen. Lancerede Diaz Jewellery i maj 2020 og startede på KEA i august og har siden kørt det sideløbende med hinanden.

Jeg startede vitterligt fra bunden, uden netværk eller viden om hvordan jeg skulle komme i gang. Har altid lært ved at kaste mig ud i tingene og aldrig ladet frygten for at fejle tage over. Det har skabt den iværksætter jeg er i dag, og gjort at jeg allerede har erfaret en hel masse, på godt og ondt.

Vision og mission

Diaz Jewellery har en vision om at skabe et styrkende brandfællesskab for kvinder, hvor diversitet er i fokus og smykkerne minder bæreren om, at de kan opnå det de sætter sig for. Diaz Jewellery oplever manglende diversitet i smykkebranchen. Der er mange unge kvinder som savner nogen de kan spejle sig i, når de køber smykker. Derfor gør vi meget ud af at vise vores designs på modeller med forskellige etnicitet, størrelse og baggrund. Der skal være plads til alle, og derfor er en af vores kærneværdier diversitet. Jeg selv er halv dansker og halv cubaner, og er vokset op i et splittet jeg, hvor jeg mange gange har følt at jeg ikke har hørt 100% til ét sted. Det er en af grundstenene og motivationen for at forene flere verdener og værne om vores alles forskelligheder. Sammen vil vi altid være stærkere.

Bagom brandet finder man en ung iværksætter med store ambitioner og kæmpe passion for at inspirere, fortælle historier samt vigtige budskaber gennem sine designs. Jeg, Isabella Diaz, er i dag 25 år gammel og bliver færdiguddannet smykkedesigner om mindre end et år. Der er et stort potentiale i Diaz Jewellery baseret på salg, efterspørgsel og vores unikke branddna der med nye teknologier forener tropiske design elementer med det nordiske og enkle.



NYHEDER FORÅR 2023

Marguerit m. ferskvandsperler

Collier 45-48cm kr. 1.575, - / Ørehænger kr. 1.675, -
Ørestik kr. 715, - / Armbånd 17-18-19cm kr. 1.775, -

Marguerit flerfarvet

Collier 18mm 45-48cm kr. 1.350, -
Ørestik 11mm kr. 915, -

Se alle vores forårsnyheder 2023 på forhandler log-in: www.lundcopenhagen.dk

LUND COPENHAGEN
CLASSIC JEWELRY SINCE 1858

Vi tager forbehold for trykfejl og prisændringer.

Det er smykker, du altid gerne vil bære – og så skånsomme mod din hud, at du kan.
Omsorg, der både kan ses og mærkes.