

DUS

NR.3 - 2023

DESIGN URE SMYKKER



CANDINO
SWISS WATCH

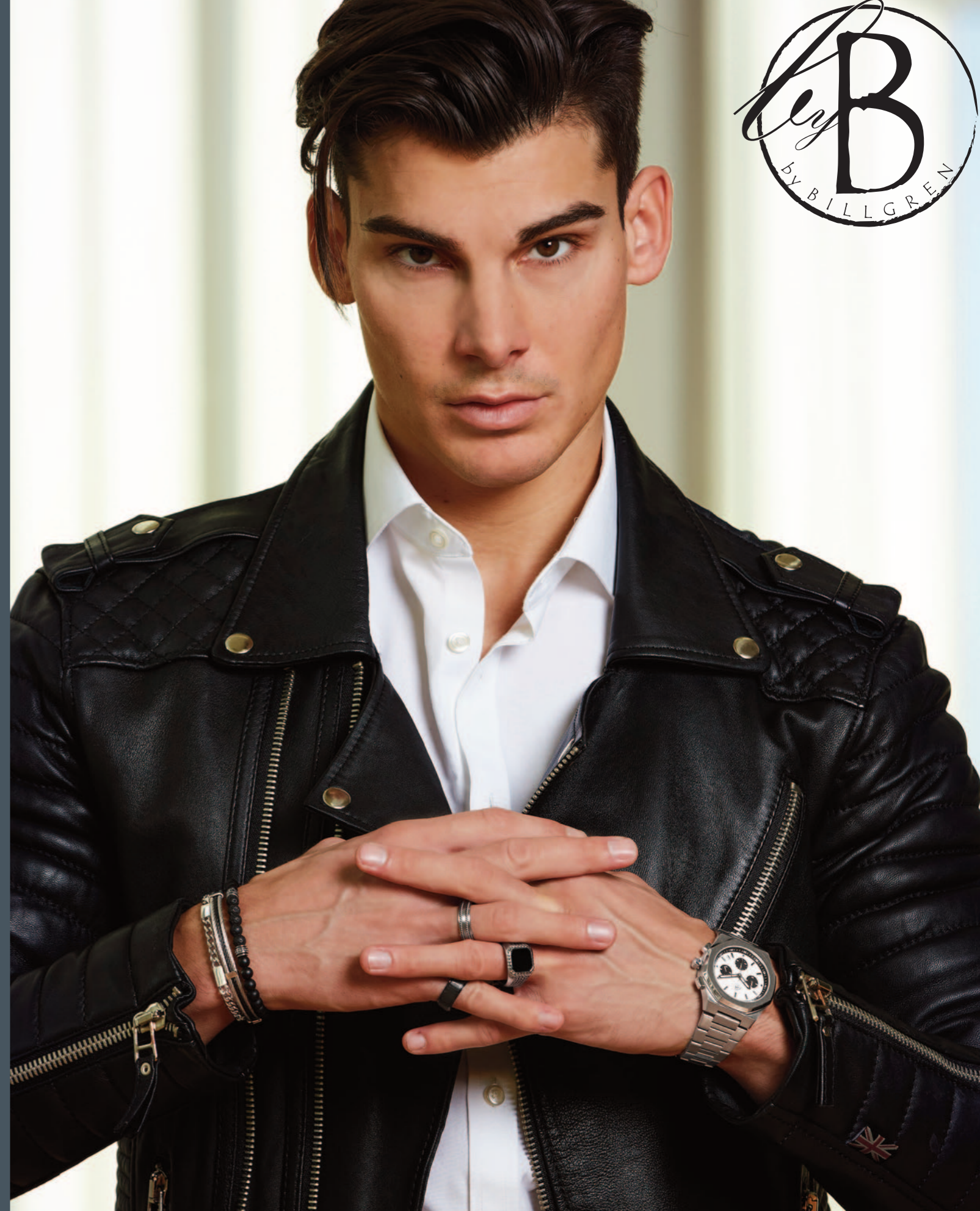
My Swiss Made Timepiece

www.candino.dk

DUS

Indhold

- Side 4 Leder: Hvad sker der
- Side 6-7 Kæder uden reaktion
- Side 10-12 En hel serie gode ideer
- Side 14-15 Guldkorn
- Side 16-17 Kulør på tilværelsen - også under vandet
- Side 18-19 This is a man's world!
- Side 22-23 Champagne - is the stuff dreams are made of!"
- Side 30-31 Er armbåndsuret gået helt af mode?



by BILLGREN herresmykker

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

www.bybillgren.com

Hvad sker der?

Dette års første halvdel er overstået. Signalerne vi har fået har været meget blandede. Nogle har oplevet stagnation, andre at det nærmest har været status quo i forhold til første halvår sidste år og andre igen fortæller, at de har haft virkelig travlt og oplevet en pæn omsætningsfremgang sammenlignet med samme periode sidste år.

Vores egen vurdering er, at branchen er udfordret på flere områder. Ikke nok med at corona-pandemien, den efterfølgende økonomiske krise bl.a. grundet krigen i Ukraine og den galopperende inflation der fulgte i kølvandet på den, har påvirket danskernes købelyst ganske betydeligt. Noget andet er, at der er tydeligvis både er sket markante ændringer i kundernes indkøbsadfærd og oveni det en, sikkert generationsbestemt, ændring i de værdier kunderne lægger vægt på.

Godt nok er inflationen aftaget og næsten tilbage på samme niveau som før krisen, men forbrugerne er stadig tilbageholdende med at bruge penge på luksusartikler, hvilket smykker jo repræsenterer for rigtig mange. I hvert fald når det gælder smykker af ædle metaller i høj karat, med rigtige ædelsten (ligeledes af høj carat) og udført i høj håndværksmæssig kvalitet. Bevares, der vil altid være et marked for og kunder til den type smykker, hvor prisen ikke er et spørgsmål, men det er nok ikke dem, hvor omsætningshastigheden er specielt høj.

Det har givet fået mange til at tage smykker i de lidt lavere prisklasser ind i sortimentet og det har vel også øget salgsvolumen en del - men næppe øget indtjeningen nævneværdigt. Lægger man dertil at nethandelen er øget væsentlig, blandt andet som en direkte konsekvens af coronaen, så medmindre man selv har præsteret et øget netsalg fra evt. egen webshop, har man formodentlig tabt salg til de store veletablerede webshops - både når det gælder smykker og ure.

Endelig tror vi, at de opvoksede nye generationer af unge forbrugere er langt mere optagede af andre værdier end bare de materiale- og håndværksmæssige værdier, som vores branche tidligere levede højt på. I dag betyder ting - som bæredygtighed, råvareudvindingens CO2-aftryk, genbrug/re-cirkulation, produktionslandets renommé (børnearbejde, miljø- og klima- bevidsthed) og afstanden til det (transport) - noget for ret mange unge. Ligesom designet, konceptet, historien bag design og produktudvikling, brand-buildingen og producentens erklærede værdisæt - sammenfattet i en god storytelling - i dag er ret vigtige parametre for de unges valg.

Når alt det er sagt, så mangler vi endda at tale om effekten af brugen af de digitale medier i markedsføringssammenhæng. Instagram, Facebook og Tik-Tok er uhyggelig stærke budskabsformidlere, når det gælder modeartikler - og YouTube-videoer samt influencere er også ganske effektfulde kommunikationskanaler.

I sidste nummer af DUS opfordrede vi i vores leder til, at I gav os lidt feedback m.h.t. hvordan I bruger vores magasin, om hvor meget I får læst det og om jeres personale også kigger i det, samt i hvilket omfang I bruger det som inspirationskilde i forbindelse med disponering af indkøb. Det fik vi ikke meget respons på, men det kan der selvfølgelig være mange forskellige årsager til - I har jo en butik, der skal passes.

Men hvad er jeres oplevelse ude i butikkerne? Deler I vores opfattelse af de udfordringer branchen har? Eller mener I, at det er helt andre faktorer, der gør sig gældende for smykke- og urbranchens markedsvilkår lige nu?

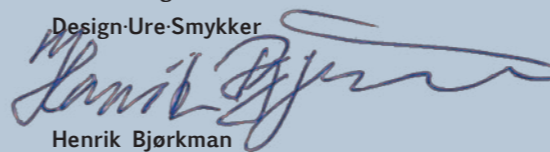
Det vil vi da gerne vide. Så hvis I kan afse 5-10 minutter til kort at beskrive jeres holdning i en mail, vil vi være meget taknemmelige. Måske kontakter vi jer efterfølgende for at få eventuelt uddybende kommentarer.

Send mailen til redaktion@d-u-s.dk - på forhånd tak!

Må I få jer et rigtig godt efterårssalg. Hvem ved, måske ses vi på Formland-messen her senere på måneden ellers "høres" vi ved, når vi sender vores julenummer ud i starten af november.

Go' sensommer!

Med venlig hilsen
Design-Ure-Smykker



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. 3 - 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.

Kæder uden reaktion...

Den svenske smykkeproducent Blomdahl har løftet sløret for nogle af deres efterårsnyheder, som bl.a. omfatter en række nye kæder, der som altid er udført i allergivenlige materialer i samråd med hudlæger. Jeres kunder kommer altså ikke til at opleve nogen reaktioner i form af hudirritation eller allergiudslæt, når de bærer dem.



Grand Twist - en smuk halskæde som hudlægerne også har sagt god for, med en sølffarvet, hudvenlig belægning ovenpå meget høj kvalitets rustfri stål (316L). For både mænd og kvinder. Kædebredde 4 mm. Vejl. udsalgspris kr. 849

Ear Ring øreringene er udført i rent medicinsk titanium. De fås i tre størrelser med diametre på henhv. 25 mm, 30 mm og 35 mm. Vejl. udsalgspris kr. 249



Medium Link armbåndet, som fås til både mænd og kvinder, er ligeledes udviklet i samråd med hudlæger med en guldfarvet, hudvenlig belægning oven på rustfri stål af meget høj kvalitet (316L). Kædebredden er 4,5 mm. Vejl. udsalgspris kr. 749



Hudvenlige ankelkæder kr. 749



Clover ørestikkere, der naturligvis også er godkendt af hudlæger, er i rent medicinsk titanium med tre krystalsten i hver stikker. Sølvfarvet overfladebelægning, der ikke kommer i kontakt med huden. Fås også i guld titanium og i medicinsk plast. Diameter 8 mm. Vejl. udsalgspris kr. 579



Medium Link unisex halskæde med en guldfarvet, hudvenlig belægning på rustfri stål af meget høj kvalitet (316L). Kædebredde 4,5 mm. Vejl. udsalgspris kr. 849

FORMLAND

20.-22. AUGUST 2023

Nordens mest
inspirerende
livsstilmesse



FÅ 60% RABAT MED KODEN:
DUS23

Bestil din
billet på
formland.dk



MCH

Bliv inspireret på Formland Autumn 2023

Lærerige talks

Dyk ned i et inspirerende foredragsprogram, og bliv klar til dit besøg på Formland. Se frem til tre dage spækket med et spændende og relevant program fyldt med input, ideer og oplevelser. Her kan du snuse til udviklingen, høre om aktuelle trends og deltage i lærerige debatter.

Se Speak Up programmet



I ét med elementerne

Grounded – gå på opdagelse i et univers med grobund i elementerne, hvor vrangen vendes ud for at skabe en ny vinkel. Fornem formsproget, mærk materialerne og drøm dig væk i visuelle fortolkninger af elementerne jord, ild, vand og luft på trendzonen af Studie Flyhelsted.

Læs mere om Grounded



Det handler om kærlighed

Salon d'Amour byder indenfor til et skræddersyet event- og workshopområde, som fokuserer på samvær og nærvær. Få inspiration til at skabe kærlige købsoplevelser for dine kunder i de inspirerende rammer af Anette Eckmann / Eckmann Studio.

Tilmeld dig workshops



CANDINO
SWISS WATCH



My Swiss Made Timepiece

www.candino.dk



En hel serie af brand go'e ideer...



På Grundlovsdag, mandag den 5. juni, var der ikke kun brandfolk på øvelse på Falcks Redningskorps legendariske plads i Randers. Smykkefirmaet Støvring Design havde endnu engang fået tilladelse til at låne pladsen til at lave modeloptagelserne til deres nye julekatalog 2023/24 - alt imens der også var brandfolk på øvelse - så der var masser af vand, røg og damp.

Det var også en brand go' idé at Torben Støvring i år har valgt den kendte danske supermodel Lee Levi, som for øvrigt var på vej til USA for at medvirke i hele 3 film. Hun har dansk mor og israelsk far og har faktisk haft sin barndom på Rømø. I dag har hun intet mindre end 154.000 følgere på Instagram og da vi talte med Torben Støvring i midten af juli, var hun afsted på fotooptagelser i Tel Aviv i Israel og var i øvrigt lige kommet fra Bulgarien, hvor hun skulle være covermodel på magasinet Grazia. Før det havde hun været på optagelser i Monte-Carlo, Monaco og New York USA og lige lagt ansigt til ikke mindre end Chanel. "Så vi var taknemlig over at hun ville bruge tid på os." - oplyser Torben Støvring og fortsætter: "Hun er jo en berejst kvinde, men også en kvinde helt nede på jorden."



Fotograf: Djan Hyldgaard





En anden brand go' ide er . . .

- at Støvring Design har valgt, at lave deres julekatalog med faneblade, som aldrig er set herhjemme i et smykke-katalog før. Firmaet har igen i år valgt, at deres forhandlere skal have mulighed for at udskifte helt op til 8 sider og denne gang helt valgfrie sider. Det giver dem mulighed for at vise smykker fra andre smykkefirmaer og ikke mindst ure.

På den måde kan deres navn/brand komme på forsiden på et af fanebladene, hvilke givet vil øge interessen for at deltage i Støvring Designs katalog - og endnu vigtigere at udsende det til slutbrugerne.



Torben Støvring oplyste også, at firmaet har oplevet en betydelig vækst i kundekredsen bare i år, så det har været svært at servicere alle kunder med en tilfredsstillende besøgsfrekvens. "Derfor er det også en brand go' idé, at vi nu har fastansat en erfaren herre til at tage sig af forhandlerne på Sjælland. Han har tidligere fungeret som kørende sælger for de 2 største urfirmaer herhjemme og de seneste 10 måneder også solgt smykker for et konkurrerende smykkefirma." - Slutter Torben Støvring.




PERRELET
1777



LAB PERIPHERAL
Dual Time Big Date
#luxuryinmovement

www.perrelet.com



Guld Korn...

Michael Frederiksen fra Anmico Agenturer har fortalt os, at der er kommet rigtig mange nyheder til efteråret og julehandlen fra den norske smykkeproducent Arne Nordlie.

Vi viser her nogle af nyhederne i 14 kt. guld – de skal nok blive bestsellers i de kommende måneder.

Alle guldsmykker fra Arne Nordlie er i 14 kt. guld og vedhæng er incl. en forgyldt eller rhodineret kæde.

De vejl. udsalgspriser på guldsmykkerne starter fra 1.295 kr.

”Alle forhandlere modtager i øvrigt det nye katalog med alle nyhederne fra Arne Nordlie her i starten af september,” fortæller Michael og slutter af med: ”Og selv er jeg på vej rundt til jer alle med præsentation af hele kollektionen.”





Kulør på tilværelsen... - også under vandet!

"Diver" - hedder den nye dykkerurserie, i virkelig flotte farver, som Festina for nylig sendte på markedet. Traditionen tro er det igen lykkedes Festina at skabe en ur-kollektion, der er den perfekte blanding af elegance og funktionalitet. Designet er klassisk fornemt og som altid, er det ure med innovative teknologiske features - med andre ord, fremragende værdi for pengene!

Diver-urserien er vandtæt til 20 ATM svarende til 200 meters dybde, er udstyret med et solidt safirglas og har analog tidsvisning og dato. Urkassen har en diameter på 45,7 mm, skivens diameter er 33 mm og lænkens bredde er 26,5 mm, hvorimod gummiremmens bredde måler 28,9 mm.

Den vejl. udsalgspris ligger på kr. 1.498,- for remmodellen. Og kr. 1.798,- for lænkemodellen.



This is a man's world...



Firmaet Anmico Agenturer, der bl.a. repræsenterer det svenske mandesmykke-brand By Billgren i Danmark, har givet os et lille indblik i efterårets nyheder.

By Billgren har nok et af nordens største og mest mangfoldige udvalg i smykker til mænd. Der er masser af armbånd, halskæder, øreringe og ringe, så kunderne vil altid kunne finde noget de kan lide – tilmed til ganske fornuftige priser.

Smykkerne er udført i rustfrit stål, hvilket giver den fordel, at de kan tåle at blive brugt hver dag - ligesom det næsten aldrig giver anledning til allergisk betingede hudreaktioner.

Husk også at salget af smykker til mænd er steget voldsomt gennem de seneste år.

De vejl. udsalgspriser ligger på:

Øreringe fra kr. 99,-

Armbånd, ringe og halskæder fra kr. 299,-




FESTINA
Watches since 1902



CHRONO BIKE 2021

MINERAL GLASS
10 BAR WATER RESISTANT
CASE DIAMETER: 45.50 mm
316L STAINLESS STEEL CASE

CHRONO BIKE

www.festina.dk



N U R A N

Champagne

**) Et berømt citat fra den legendariske film
Ridderfalken, hvor Humphrey Bogart i rollen
som detektiven Sam Spade udtaler disse
bevingede ord.*

”Champagne - is the stuff dreams are made of!”



*Udover den Champagneinspirerede kollektionen, har
Nuran også udvidet serien af sine populære 14kt. bogstav-vedhæng – nu fås
de i nummeret større (9,5mm).
De fås i rød-, hvid- og rosaguld med en enkelt brillant eller fuldt pavéret.*



*Rosering i 14 karat med diamanter.
Ringen er designet, så den kan sidde sammen med for eksempel en vielsesring eller
en alliancering. Oplagt som frierring.
Ringen er selvfølgelig også
at finde med en champagnefarvet diamant som centersten i Champagne serien.
Roseringen fås i rød-, hvid- og rosaguld.*

Nu har guldsmed og smykkedesigner Nuran lanceret en
hel smykkekollektion inspireret af de smukke champagnefarvede
diamanter, som jo nemt leder tankerne hen på den
liffigt boblende ædle drik, der som bekendt fås i
mange smukke sarte farver.

Kollektionen omfatter blandt andet . . .

Halscollier i 14 karat med hvide og champagnefarvede diamanter.
Fås i rød-, hvid- og rosaguld.

Øreringe i 14 karat med hvide og champagnefarvede diamanter.
Fås i rød-, hvid- og rosaguld.

Derudover byder efterårsnyhederne fra Nuran på en serie af nye
creoler i flere størrelser - med brillanter.





Balancier

316L Stainless steel
In House Movement
with Balancier
Sapphire crystal



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,-



Rhod. kreoler i sølv.
Kr. 229,-



Forgyldte kreoler i sølv.
Kr. 299,-



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



Guld ørestikk.
Kr. 1.775,-

Sølv

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

Vi kalder det en sidevogn...

Hvis man gerne vil vække opsigt - skille sig ud, ja så må man nødvendigvis gøre noget ekstraordinært og den mulighed tilbyder vi branchens leverandører.

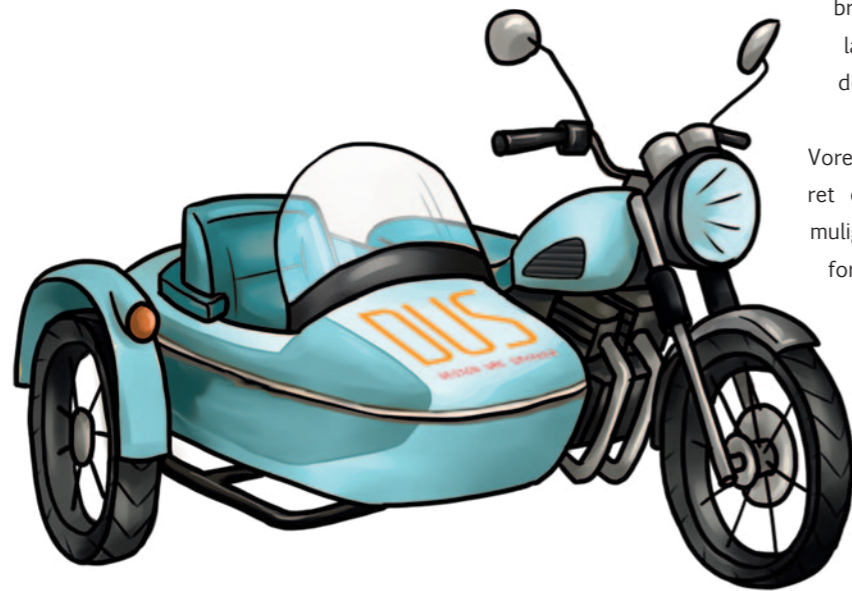
Har I allerede eller vil gerne have produceret en tryksag, det være sig et løbsblad, en folder eller en flersidet brochure, som I gerne vil have distribueret ud til landets smykke- og urforretninger så kan vi gøre det på en både nem og billig måde.

Vores magasin udsendes 6 gange om året, adresseret og emballeret i en plastfolie, hvilket gør det muligt at inkludere forskellige former for tryksager i forsendelsen. Det gør distributionsomkostningen væsentlig billigere end den portoudgift man ellers skulle betale, hvis man selv sendte det ud som almindelig post.

Vi kalder det en sidevogn. Og udover at vi står for distributionen, kan vi også påtage os produktion af jeres tryksag til trykpriser I næppe selv kan matche.

Lad os give jer et tilbud på, hvordan I kan få budskaberne om jeres produkter målrettet ud til branchens mange forhandlere, så de får det bedste beslutningsgrundlag for at vælge at føre jeres varer i deres butikker.

Ring til Geert Krøll-Schwartz på 22 21 34 80 eller send en mail på annoncer@d-u-s.dk, hvis I gerne vil høre mere om muligheden for en tur i sidevognen - det koster ikke så meget som du måske tror.



BLOMDAHL
FEELGOOD JEWELLERY

blomdahl.dk

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



aqua dulce

SE DEN NYE
KOLLEKTION

MØD OS PÅ MESSE

NORDSTIL
HAMBURG
22-24. JULI

FORMLAND
HERNING
20-22. AUGUST


CANDINO
SWISS WATCH



Your swiss made

www.candino.dk



Er armbåndsuret gået helt af mode?

Der er dem, der siger, at det ikke nytter noget at kæmpe imod udviklingen. Men selvom der er et gran af sandhed i den anskuelse, så er der også undtagelser, der bekræfter, at det nogle gange betaler sig at kæmpe imod ved at forstå at omstille sig til de ændrede markedsvilkår.



Faktum er dog, at salget af armbåndsure har udvist en stigende tendens de senere år. Man kan jo heller ikke benægte at de yngre generationer, som er vokset op i den digitale tidsalder med mobiltelefoner, tablets og computere, i stigende omfang har fravalgt at bære armbåndsure. De lader til at klare sig fint med uret på deres mobiltelefoner og de både digitale og analoge tidsvisere de i øvrigt måtte omgive sig med i hjemmene, i biler og offentlig transport, på uddannelses-institutionerne, på arbejdspladserne og i bybilledet.

Selvfølgelig har de "digitale generationer" i et vist omfang taget hele Smartwatch-kategorien til sig, hvilket både har taget salg fra de analoge ure og samtidig

repræsenteret et mersalg grundet den markedsudvidelse Smartwatch-kategorien naturligt har afstedkommet.

Men producenterne af de mere traditionelle armbåndsure har så sandelig også udvist et væld af initiativer for at imødegå en negativ salgsudvikling. Midlerne har været mange, kreative og velgennemtænkte. Det drejer sig især om design, teknologi, materialevalg, farver, forskellige kvalitetsdimensioner, tilbehør og ikke mindst brand-opbyggende storytelling. Det har allerede givet gode resultater og skabt præferencer for de ur-brands, der virkelig har forstået at profilere sig markant og positionere sig i forbrugernes bevidsthed. De mange flotte annoncer for armbåndsure i dette nummer af vores

magasin, vidner da også om producenternes målrettede indsats for og tro på at armbåndsuret aldrig kommer til at gå af mode.

Så spørgsmålet er måske i virkeligheden, om i ude i butikkerne også selv kan bidrage til at de mere digitalt orienterede generationer igen kommer til at gå med armbåndsure og skabe et mersalg.

Det handler jo i dag meget om at appellere til kundernes behov for at udvise modebevidsthed, at kunne sammensætte sit outfit rigtigt, så det understreger deres personlighed og fremhæver deres maskulinitet eller femininitet på en iøjnefaldende måde. Det kan man gøre på flere

måder - bl.a. ved at tematisere sine vinduesudstillinger og i dialogen med kunderne være mere bevidst om at påpege de farve-, design- og modemæssige sammenhænge mellem påklædning, ure og smykker.

Faktisk kan netop disse sammenhænge også bruges til at skabe et mersalg, hvor man kan benytte salget af et ur til også at sælge smykker der på den ene eller anden måde matcher og vice versa.

Vi er i hvert fald sikre på, at der er et stort potentiale i mange af dem, der typisk af praktiske grunde mener, at de sagtens kan undvære et armbåndsur.

stovring
DESIGN

2023/2024 collection

Ønsker i forhandlingen – Kontakt os venligst – www.stovringdesign.dk