DUS

NR. 3 - 2021

DESIGN URE SMYKKER

140th Anniversary SEIKO

New Perspectives

Imagine a finely crafted mechanical timepiece,
inspired by Japanese tradition with a modern,
fresh touch.
That timepiece is here.
Presage

Japanese beauty,
crafted into a mechanical timepiece.

PRESAGE

SEIKO

SINCE 1881

DUS

Indhold

Side 4-5 Leder. Som bekendt er der ikke noget, der er så skidt uden det også er godt for noget

Side 10-11 Til månen og tilbage igen

Side 16-17 Sløret løftes

Side 18-19 Colorful collection - sæt farver på hverdagen

Side 22-23 Magisk urkraft samlet i ny smykkekollektion

Side 26-27 Børn elsker Disney og Disney smykker sælger som aldrig før

Side 28-29 En rigtig succeshistorie

Side 30-31 Fire nye limiterede udgaver af populær serie - og et nyt 60'er design fra Seiko

Side 32-33 - og det er ganske vist . . !

Side 34-35 Sådan får du nye kunder i butikken !

Side 36-37 Dansk kvalitet - made in Dubai !

Side 38-39 Kun to ører og ti fingre er ikke en begrænsning for de smykkeglade

Bemærk!
De produktorienterede artikler vi bringer, baseres som oftest på pressemeddelelser eller anden form for produktinformation, illustrationer og billedmateriale, som vi modtager 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: Design·Ure·Smykker IVS · www.designuresmykker.dk

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 - 2021 · 16. årgang

CHRISTINA®
JEWELRY & WATCHES

Brug dine charms som halskæde

Colorful
Collection

NYHED
Fås nu hos alle CHRISTINA forhandlere

PRISER FRA 299,-
ÆGTE ÆDELSTEN
MÅNESTEN OG CHALCEDONY

36 30 23 06 CHRISTINA JEWELRY AND WATCHES

SOM BEKENDT ER DER IKKE NOGET, DER ER SÅ SKIDT UDEN DET OGSÅ ER GODT FOR NOGET

Er der noget, som corona-pandemien har lært os, så er det at dem, der har forstået at benytte det man kalder viral markedsføring, har klaret sig bedre gennem nedlukningerne end dem, der ikke har. Det er selvfølgelig lidt paradoksalt, at en virus, der spreder sig på en måde, man netop betegner som viralt, har helt klare ligheds-punkter med viral markedsføring på de kendte sociale medieplatforme som f.eks. Facebook, Instagram, Twitter og YouTube.

Det er uomtvisteligt, at de rigtige budskaber spredt via de sociale media, breder sig hurtigere end man overhovedet kan forstille sig og giver mulighed for at skabe et salg, som man ellers aldrig havde opnået ved brug af de traditionelle medier som lokalaviser, dag-blade, lokalradio og skiltning. Fordelen er, at man på de sociale media kan linke direkte til sin hjemme side og webshop, men det fordrer selvfølgelig, at man har en webshop eller via de tilbud, man kommer med, formår at skabe trafik i sin butik.

Sagt med andre ord, så kan man faktisk med en forholdsvis overkommelig indsats på de sociale medier både profilere sin butik og opnå et markant mersalg og derigennem opbygge en loyal kundekreds, man ellers aldrig havde fået fat i. Har man først fået skabt en relation til en kunde gennem sin markedsføring på sociale medier og også præsteret et salg, så har man ikke blot fået mulighed for at motivere til et mersalg men også for at opbygge en værdifuld loyalitet og dermed en række imageambassadører.

Alle, der er på de sociale medier, har sikkert tit set opslag fra skoleklasser som vil se, hvor hurtigt og til hvor mange deres budskab kan nå ud til. Og det er faktisk overraskende at se, med hvilken hastighed et budskab på dit sociale medier spredes – selvfølgelig forudsat at det er et interessant og attraktivt budskab for andre at dele med deres venner og følgere. Dermed være også sagt, at det ikke er nok bare at være på de sociale medier, man skal også være der med det rigtige budskab.

Men hvad er så det rigtige budskab?
Det er groft sagt alt det, der får jeres butik til lige netop at fremstå, som et bedre alternativ at handle hos end hos jeres konkurrenter. Om det så er de produkter/brands I fører, den service I tilbyder, jeres faglige ekspertise eller jeres priser, der gør at I differentierer jer, er for så vidt underordnet – det væsentlige er nemlig, at det I tilbyder opleves mere attraktivt end det kunderne ellers har kunne finde andre steder på nettet. Forbrugerne søger nemlig typisk specifikt på produkter/brands, en ekstraordinær service, priser og ofte også på beliggenhed, hvis de foretrækker at komme og se på det, de ønsker at købe inden de foretager købet.

En god måde at differentiere sig på, er at benytte de sociale medier, især Facebook, Instagram og YouTube til at sælge originale brands ved at formidle den historie, der ofte er bag dem. Der er f.eks. ur-brands, der for hvert solgt ur donerer penge til arbejdet med at sikre Great Barrier Reef mod at forsvinde eller for at bevare isbjørnenes naturlige habitat. Mange originale smykke-brands har også utroligt spændende historier at fortælle og vi ved, at forbrugerne i dag går meget op i den storytelling, som de så også selv kan fortælle videre, når de viser deres ure og smykker frem for venner og familie. Storytelling sælger i øvrigt ikke alene produkter, men bidrager også væsentligt til at profilere forretningen både i lokalsamfundet og på de sociale platforme.

Og ja, der er mange fordomme omkring de sociale medier
Ikke alle synes, at de sociale medier, er guds gave til folket og guderne skal da også vide, at det heller ikke altid er en dans på roser at bevæge sig rundt på dem. Men brugt rigtigt er de altså et ganske effektivt salgs- og profileringsredskab - netop på grund af deres evne til hurtigt at sprede budskaber – præcis på samme måde som en virus. Det kræver en del tid og disciplin, men er på mange måder billigere end mange andre markeds-føringstiltag.

Valget om hvorvidt I vil benytte den form for markeds-føring er selvfølgelig helt jeres eget, men det der internet er altså kommet for at blive. Så er I ikke i gang, så kan det næsten kun gå for langsomt med at komme ind i kampen. Har I brug for råd og vejledning, er I altid velkommen til at kontakte os.

Ha' en rigtig god sommer – og på gensyn til august!

Henrik Bjørkman
Redaktør

TIL LIVETS *Særlige* ØJEBLIKKE

FRIERI — **FORLOVELSEN** — **BRYLLUP** — **MORGENGAVE** — **ÅRSGAVE**

I anledning af vores 75 års jubilæum har vi designet en smuk hjertering med hjerteslebet labgrown diamant (0,20ct)

Jubilæums-tilbud kun 9.995,- / Spar 6.000,-

AAGAARD

BYAAGAARD

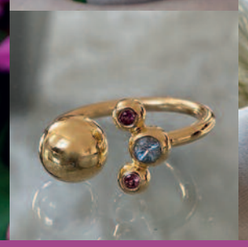
75 ÅRS JUBILÆUM · 1946 - 2021

AAGAARD

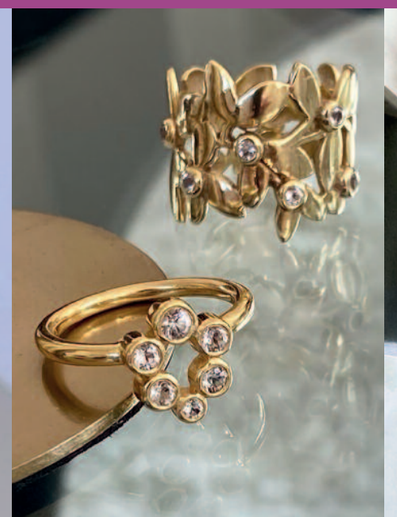
JEWELLERY · DENMARK · 1946

DANSK DESIGN

HÅNDSMEDES I DANMARK



SoMe
bykjaergaard
fine jewelry



TIL MÅNEN OG TILBAGE IGEN...

Half Moon vedhæng
vejl. uds. kr. 400,-

Sparkling Moon ørestikker
vejl. uds. kr. 400,-

Half Moon ørestikker
vejl. uds. kr. 300,-

Galaxy ring
vejl. uds. kr. 600,-

Heart ørestikker
vejl. uds. kr. 200,-

Small Heart vedhæng
vejl. uds. kr. 250,-

Firmaet Spinning Jewelry's nye kollektion Galaxy har et både moderne og elegant udtryk - med et klart galaktisk twist.

Kollektionen er lavet i samarbejde med designeren Thor Høy, der mener, at smykker giver små øjeblikke af glæde, som er med til at udfylde vores basale hverdagsbehov. Han har i mange år designet smykker med stor succes og har nu kastet sig ud i denne fantastiske serie, hvor han tydeligvis har hentet sin inspiration fra universets former, heriblandt måner og stjerner.

Smykkerne fås i rhodineret sterlingsølv og 24 karat guldbelagt sterlingsølv med smukke ferskvandsperler, onyx-sten og swarovski-krystaller. Elementernes fantastiske udstråling kommer til syne i det øjeblik smykkerne bæres og lyset reflekteres af dem i alle retninger og farver.

Smykkerne udstråler femininitet og simplicitet, som passer perfekt til alle årstider. Tidens mode giver anledning til det personlige udtryk, som skiller sig ud fra mængden. Dette fremstår også i vores kollektion, der giver rig mulighed for et helt særligt udtryk og en god fornemmelse af mystik og opdagelse.

Black Onyx Heart vedhæng
vejl. uds. kr. 400,-

Heart in Heart vedhæng
vejl. uds. kr. 500,-

White Pearl Heart vedhæng-
vejl. uds. kr. 400,-

PIA&PER

BARNESMYKKER

Guld 14k m/dia.
kr. 1.495,-

Guld 14k m/dia.
kr. 1.495,-

Guld 14k
kr. 1.645,-

Sølvarmbånd
kr. 189,-

Emalje øreringe
kr. 225,-

Emalje vedhæng
kr. 325,-

Emalje ring
kr. 275,-

Emalje armbånd
kr. 325,-

Sølvarmbånd
kr. 379,-

Sølvringe fra kr. 149,-

Guld 14k hjerte
kr. 1.345,-

Guld 14k knude
kr. 1.945,-

Guld 14k evighed
kr. 1.645,-

Sølv sæt kr. 419,-

Sølvforgyldt sæt kr. 419,-

ARNE NORDLIE

GULLSMED

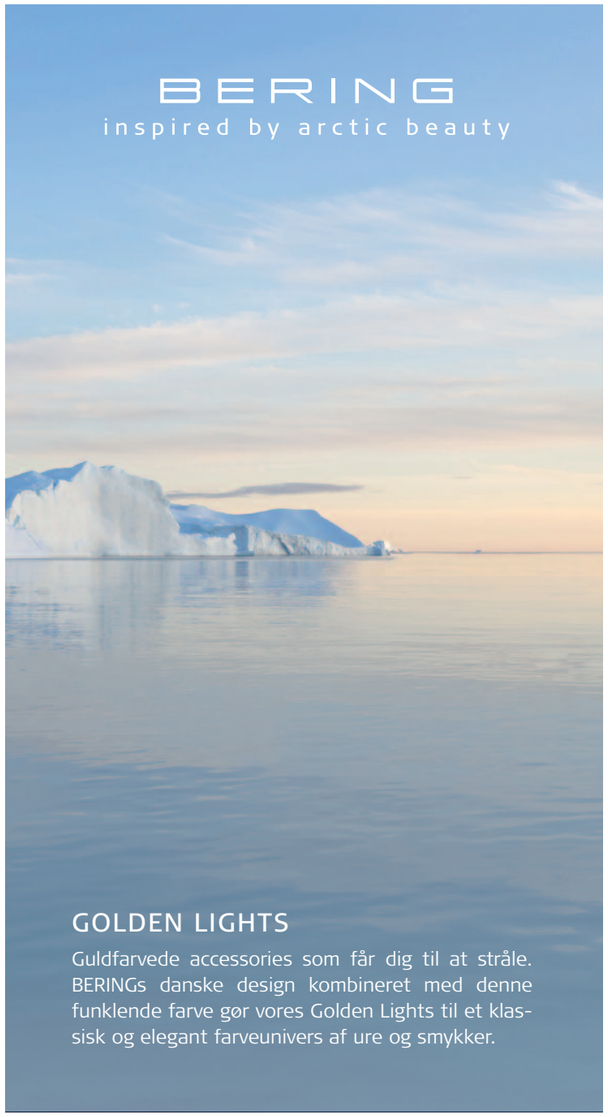
ANMICO agenturer *Michael Frederiksen | 40 21 78 88 | michael@anmico.dk*

aqua dulce

danish design crafted with passion est. 2004

New Summer Collection

www.aquadulce.dk



GOLDEN LIGHTS

Guldfarvede accessories som får dig til at stråle. BERINGs danske design kombineret med denne funklende farve gør vores Golden Lights til et klassisk og elegant farveunivers af ure og smykker.

A

B C D E

I

F G H

A. Ur: DKK 1.899,– | **B.** Armbånd: DKK 399,– | **C. + E.** Charm: DKK 150,– | **D.** Charm: DKK 399,– | **F.** Kombiring: DKK 999,–
G. Inderring: DKK 400,– | **H.** Inderring: DKK 150,– | **I.** Ørestikker: DKK 299,–

Safirglas og 3 års Garanti. Dansk Design.

www.beringtime.com

Marguerit med ferskvandsperle

Collier 11mm 45-48cm kr. 995, - / Collier 9mm 45-48xm kr. 825, -

Ørehænger 9mm kr. 995, - / Ørestik 7,5mm kr. 695, - / Armbånd 7,5+5mm 17-19cm kr. 925, -

LUND COPENHAGEN
CLASSIC JEWELRY SINCE 1858

Vi tager forbehold for trykfejl og prisændringer.

SLØRET LØFTES...

Traditionen tro sender Dana Ure - Festina Denmark hvert forår Special Editions af deres populære Festina Chrono Bike og ur-kollektioner på gaden. Som nyhed i år kommer kollektionen også som en Connected udgave.

Som altid har Special Edition-modellerne fået nye både designmæssige og tekniske features, men udviser også som altid fuldt troskab over for valget af kvalitetsmaterialer, den prestigefyldte og legendariske finish og designets reference til de to-hjuledes verden.

De nye Festina Chrono Bike Special Editions 2021 omfatter 4 nye Quartz Chrongraph modeller med stållænker og 8 nye versioner med gummiremme. Spændende nye farver på urskiverne er kombineret med nye både blanke og matte detaljer. To af gummirems-versionerne har en totalt sort urskive og rem og fire af modellerne er i stærke, klare farver som gul, orange, blå og grøn.

Komfortable og praktiske at have på - men også virkelig funktionelle ure. Ideelle for såvel aktive sportsudøvere som for de almindelige dagligdags rutiner. De er udført i robust 45-50 mm stål-urkasse, er forsynet med hærdet mineralglas og er vandtætte ned til 100 meter.

De leveres i en specialdesignet box og de vejl. udsalgspriser ligger fra kr. 1.898,-

Tradition og innovation går hånd i hånd...

I hvert fald når det gælder de nye Festina Chrono Bike Connected Special Editions 2021, der fås i 4 versioner, som hver leveres i specialdesignet box med en ekstra gummirem i matchende nuancer.

De er selvfølgelig tro mod æstetikken i det tidløse og eksklusive Chrono Bike design men markerer også, takket være Festina Group's nylige strategiske opkøb, overgangen til den opkoblede digitale verden – et virkelig vigtigt og stærkt voksende markedssegment.

Nu kan man filtrere beskeder og opkald samt notifikationer, ens favorit sociale netværk, styre musikken på sin mobil, tage fotos, markere en geografisk position og lokalisere sin mobiltelefon, når man ikke kan finde den. Man kan sågar tænde lyset i et rum eller åbne garagedøren, og med et enkelt tryk på urkransen, kan man se tiden i en anden tidszone.

Det er 4 raffinerede designs, der kombinerer stål med sort eller blå IP-belægning med guld- eller rosaguld detaljer. Den ekstra gummirem som har en farveafstemt camouflageagtig finish, gør den nye kollektion endnu mere attraktiv, da man altid kan tilpasse det til sin påklædning.

Den vejl. udsalgspris for urene i Festina Chrono Bike Connected Special Editions 2021 ligger fra kr. 3.998,-

COLORFUL COLLECTION - SÆT FARVER PÅ HVERDAGEN

Den nye farverige kollektion ”Colorful Collection” designet af Christina Hembo kommer i 6 flotte farver med ægte ædelsten (Chalcedony & Månesten). De unikke dråbeformede smykker kan ses hos din CHRISTINA-forhandler.

Dine kunder kan vælge mellem charms til læderarmbånd og sølvarmbånd, samt matchende øre-stikker og halskæder.

Priser fra kun 299,-

Fotograf: Peter Christian Christensen

RUBEN SVART

www.svart.dk • mail: ruben@svart.dk • telefon: 33 33 04 16

MAGISK URKRAFT SAMLET I NY SMYKKE KOLLEKTION

Når smykkedesigneren Nadia Kjærgaard fra smykkefirmaet ByKjærgaard og den folkekære sanger og sangskriver Julie Berthelsen sætter sig sammen, opstår der altid en helt speciel synergieffekt.

Nadia's kreativitet og faglige ekspertise kombineret med Julie's skabertrang og positive spirituelle tilgang til livets mange tilskikkelser har igen resulteret i en helt ny meget smuk smykkekollektion. Den har fået navnet "The North Star" og om baggrunden for det, fortæller Julie Berthelsen:

"Når Nadia og jeg starter på en designproces, ser vi ofte først på de forskellige ædelsten og ædelmetaller, der eventuelt kan indgå. Her oplevede jeg, at en opal, nærmest havde en magisk tiltrækningskraft – måske fordi den reflekterede lyset i et fantastisk farvespekter. Den ledte med det samme mine tanker hen på Nordstjernen, som altid står klart i min bevidsthed, fordi jeg er vokset op under stjernehimmelen i Grønland, hvor Polaris, som Nordstjernen jo retteligt hedder, altid står klart lysende, som den ledestjerne den jo er. Faktisk har jeg skrevet en sang om den og der synger jeg netop: "Se det lys i det fjerne. Du går, men du ved ikke, hvor du går hen. Se Nordstjernen. Du er aldrig så langt væk, at du ikke kan finde hjem!"

Med det som inspiration og konceptuelt udgangspunkt udviklede Nadia og jeg så en komplet smykkekollektion, hvor opalen helt klart får lov at være det primære omdrejningspunkt i designet. Opalen illustrerer, med sin altid uensartede overflade, for mig også livets uafvendelige ujævnheder – op og nedture. Udover opalens vekslende overflade har vi det også i selve ædelmetallets overflade. Altså lavet ujævn grund for samme symbolik. Hvilket netop gør det vigtigt for os alle, at have en ledestjerne der hjælper os til at navigere gennem livets mange udfordringer. Opalen bliver da også kaldt ædelstenenes stjerne."

Nadia Kjærgaard selv giver også udtryk for, at det som altid med Julie har været en spændende udviklingsproces, som må siges at være helt naturlig set i forlængelse af de to tidligere kollektioner, nemlig Rosetten og My Energy, som hun også har designet i samarbejde med Julie.

Nadia håber også, at North Star kollektionen kan blive en slags ledestjerne for de butikker, der forstår vigtigheden af at forhandle originale designsmykker med en rigtig god historie. Forbrugerne værdsætter i dag historien bag et produkt på lige fod med den materiale- og håndværksmæssige kvalitet og originaliteten i designet.

Alle North Star-smykkerne er fremstillet i sølv og 18 karat forgyldt sølv og ædelstenene er Ethiopian Opal.

Vejledende udsalgspriser
Ring, sølv 1250 ,- Forgyldt 1550,-
Armbånd, sølv 600,- Forgyldt 700,-
Halskæde, sølv 600,- Forgyldt 700,-
Hoop ørering, sølv 800,- Forgyldt 900,-
Kæde ørering, sølv 550,- Forgyldt 650,-

Nova Stella
sustainable nordic heritage

Fotograf: Peter Christian Christensen

www.novastella.dk

FESTINA
Watches since 1902

CHRONO BIKE

Støvring Design har i samarbejde med sin italienske samarbejdspartner spurgt Disney, om der var mulighed for, at de kunne lave nogle flere smykker med de populære figurer fra Anders And universet. Efter flere måneders venten kan firmaet nu med stolthed præsentere en række nye kollektioner af halskæder, ørestikker og matchende armbånd - med både Anders And og Andersine.

Børn elsker Disney og Disney smykker sælger som aldrig før...

Derudover lancerer Støvring Design også 3 nye armbånds-modeller i Frost serien, der jo er et kæmpe hit hos de lidt mindre børn, som er vilde med pigerne og snemanden fra Frost filmene.

Firmaets direktør, Torben Støvring, fortæller også at mange af deres forhandlere efterspørger flere modeller, så forbrugeren kan få flere modeller at vælge imellem og gerne også flere flotte æsker og smykker til at putte i deres flotte display.

”Det har vi taget til os og udvider derfor vores sortiment med endnu et Mickey Mouse sæt med masser af zircioner og et sæt med roser - begge sæt har vi lavet i sølv og dem, som er til guld skal selvfølgelig heller ikke snydes. Så vi sender også hele tre nye sæt i guld på markedet. Et sæt med en rose i ren guld, et sæt med hjerte og krone med ægte en pink safir og et sæt med rosen og en ægte rubin” fortæller Torben Støvring og slutter af med et: ” Pssssttt - og der er flere figurer og modeller på vej!”

Som et kuriosum og en bonusinformation fik vi også at vide, at Støvring Design som bor på Mirabellevej 11 A-B i Randers - lige før jul fik nye nabo, nemlig Disneyanaplus, som er et galleri, der forhandler alle former for Disney licensprodukter, så som skulpterer, litografier, porcelænsfigurer, malerier, limiterede ure og selvfølgelig også Støvring Designs Disney-smykker.

En rigtig succes-historie...

Aqua Dulce Jewellery gjorde for alvor sit indtog hos guldsmedebranchen forrige år, og nu findes Aqua Dulce Jewellery hos mange af de største guldsmedeforretninger i landet. ”Vores forhandlere er som en del af familien.” Det siger Janne Lisberg Fisker, der ejer og driver Aqua Dulce Jewellery - og hendes team, sætter da også en stor ære i at vedligeholde og pleje det gode samarbejde til forhandlerne. Derfor besøger hun og sælgerne, forretningerne så ofte, at det er muligt. ”Når vi besøger vores forhandlere, er det vigtigt for os at have en god dialog, og vi suger al den viden til os, som de giver os. De servicerer jo slutbrugeren hver eneste dag og ved, hvad der er efterspørgsel på. Og det lytter vi naturligvis til,” fortæller Janne og netop derfor rammer Aqua Dulces kollektioner altid plet og favner ifølge forhandlerne også en bred kundegruppe.

Genåbningsglæde

Det har været en hård periode med afsavn under pandemien – særligt har Janne og hendes salgsteam savnet at komme ud og besøge forhandlerne i deres butikker. ”Vi har jo været ramt af nedlukningerne, som så mange andre, men har hele tiden haft positive briller på, og det tror jeg har hjulpet os igennem det. Vi har hele tiden forsøgt at tilpasse os situationen, og har ydet ekstra høj service til vores forhandlere for at hjælpe dem igennem de hårde perioder. Det er vigtigt for os, at vores forhandlere ved, at vi er sammen i det her – vi vil strække os rigtig langt for at hjælpe dem.”

Den første messe efter pandemien er også længe ventet, og Janne og salgsteamet hos Aqua Dulce glæder sig til at skulle på Formland-messen til efteråret og møde deres forhandlere.

Smykker med farver og ferskvandsperler holder stadig

Aqua Dulce Jewellery har et stort udvalg af smykkedesigns med halvædelsten i skønne farver og unikke ferskvandsperler, og det er virkelig noget forbrugerne i dag efterspørger. Kollektionerne tilpasses altid årstiden, og derfor har Aqua Dulce Jewellery også lige lanceret en sommerkollektion fyldt med farver og former, der taler lige ind i forbrugernes hjerter – blandet andet enkle kæder med farvede sten, og øreringe med feminine ferskvandsperler og rå panzerkæder. Aqua Dulce Jewellery er et brand, der er værd at holde øje med og en anerkendt spiller på markedet.

On-line markedsføring på de sociale medier er til stor gensidig inspiration og en ren win-win situation.

Aqua Dulce Jewellery har fingeren på pulsen, og i deres nyhedsbreve og social media content, er det deres mål at inspirere forhandlerne og deres kunder – og de får meget positivt feedback fra dem, beretter Janne: ”Det betyder selvfølgelig rigtig meget for os, at vi får god feedback på vores content. Den visuelle røde tråd, der er i vores content, gør det nemt for kunderne at genkende os på sociale medier, og det er en vigtig faktor i opbygningen af mærkekendskabet. Og det mærker vi helt bestemt, at forhandlerne responderer positivt på.” Aqua Dulce Jewellerys forhandlere inspirerer dem hver eneste dag. ”Vi ser jo de mange smukke billeder og videoer som forhandlerne poster på deres sociale medier. Vores marketingafdeling sørger så altid for at reposte forhandlernes opslag, så vi sammen med dem når ud til flest mulige slutbrugere.” Det tætte samarbejde og vidensdelingen omkring trends mellem Aqua Dulce Jewellery og deres forhandlere er et stort aktiv og er i dag medvirkende til, at deres brand er så succesfuldt.

Vi vil gerne give tilbage

”Ovenpå et hårdt år, har vi mærket en endnu større drivkraft i at række ud og hjælpe – ikke blot vores kunder,” oplyser Janne. Derfor har Aqua Dulce Jewellery i år et særligt smykke i støbeskeen, der skal hjælpe med at samle ind til Støt Brysterne og Knæk Cancer i efteråret. ”Vi ser frem til at lancere smykket, og det er vores håb, at kunderne vil tage godt imod det, så vi kan donere så mange penge som muligt til de to meget vigtige indsamlinger.” slutter Janne.

Kintaro Hattori var blot 18 år, da han grundlagde Seiko i 1881. Gennem sine første halvtreds år ved roret, gjorde han Seiko til en af de ledende urvirksomheder i Japan med egne design- og produktions-faciliteter. Denne præstation var et direkte resultat af hans målrettede vision om, at Seiko altid skulle være "et skridt foran alle andre" og hans ord er stadig til stor inspiration hos Seiko den dag i dag.

FIRE NYE LIMITEREDE UDGAVER AF POPULÆRE SERIER - OG ET NYT 60'ER STIL DESIGN FRA SEIKO!

I anledning af Seikos 140-års jubilæum lanceres der en serie bestående af fire limiterede udgaver, der viser Seiko's ekspertise indenfor urmageri med funktioner som spænder fra automatik til GPS Solar.

Prospex er en moderne genfortolkning af Seikos allerførste dykkerur fra 1965. Limiteret til 6.000 eksemplarer.
Vejl. udsalgspris: 10.750

Presage Sharp Edged seriens urkasse og lænke har en flad overflade med skarpe kanter, som gør uret flot at kigge på fra alle vinkler. Urkassen har en ekstra hård overflade-behandling, som beskytter urkassen og lænken mod ridser og bibeholder urets flotte udseende. Urskiven har et Asanoha mønster, som har været brugt i flere tusinde år i japansk produktion af tekstiler og i arkitektur. Dette geometriske mønster giver urskiven et forskelligt udseende afhængig af, hvordan solen rammer det. Selve uret er drevet af den automatic GMT kaliber 6R64.
Uret er limiteret til kun 3.500 eksemplarer.
Vejl. udsalgspris: kr. 11.950

Astron Urkassen på Astron GPS Solar har den samme kurvede silhouette og de samme brede horn som Quartz Astron watch fra 1969, som forbliver en af Seikos mest anerkendte teknologiske præstationer. Designet er gjort nutidigt med GPS Solar Dual-Time 5X53 Kaliber, som automatisk justeres til den præcise tidszone uanset hvor i verden, du befinder dig.
Limiteret til bare 1.400 eksemplarer.
Vejl. udsalgspris: kr. 19.750

Seiko 5 Sports - den genkendelige urkasse fra Seiko 5 Sport har for første gang nogensinde en hvid urskive. Urets blå krans og visere gør uret til et oplagt ur til brug i de lyse sommer-måneder. Seikos automatic 4R36 kaliber leverer pålidelighed, hvilket serien længe har været kendt for. Uret er en limited edition, og er produceret i 11.000 eksemplarer.
Vejl. udsalgspris: kr. 2.495

Udover de 4 jubilæumsmodeller lancerer Seiko også en nyhed fra Global Brand serien Presage.
Det nye design på Seiko Presage-serien "Style60's" henter sin inspiration fra Crown Chrono-graph, som blev introduceret i 1964. Med nutidige moderne toner af jordfarver forbindes urenes vintage-design fra kollektionen fra 1964 med moderne elementer, for at skabe en serie med en retrolook, som er perfekt til den moderne livsstil.

Den nye serie inkorporerer det karakteristiske kasseformede glas, facetterede timeindekser og skarpt formede visere. Urets blødt afrundede design giver uret et vintagelook a la 1960'erne.
På urskivens indre cirkel og det yderste område med time-indekserne, er der brugt forskellige poleringsteknikker, som både skaber forbedret læsbarhed og et vintage look med for-skelligt udtryk afhængigt af synsvinklen.
Vejl. udsalgspris: Kr. 4.495,-

- OG DET ER GANSKE VIST..!

Vi har modtaget denne kongelige historie fra Lund Copenhagen, der står bag produktionen af et omfattende sortiment af margueritsmykker.

Den første margueritbroche er udformet som et margueritblomsterhoved af 238 brillanter og 444 rosenstene, der er fattet i platin, og den er fremstillet hos juveler Carlman i Stockholm.

Da kronprinsesse Ingrid den 24. maj 1935 ægtede kronprins Frederik til Danmark og Island, fik hun brochen foræret af sin far, den senere kong Gustav den Sjette af Sverige, til minde om moderen, kronprinsesse Margaretha af Sverige, der var død allerede i 1920, kun 38 år gammel, og hvis kælenavn i familien var "Daisy", som er det engelske ord for marguerit.

Kort efter Dronning Margrethes fødsel i 1940, fremstillede flere forskellige fremtrædende juvelerer i Danmark margueritserier i sølv med emalje, herunder Anton Michelsen, Bernhard Hertz og Volmer Bahner (som er den, Lund Copenhagen fortsat producerer og videreudvikler).

Brochen var uden tvivl et af Dronning Ingrids kæreste smykker, og hun bar den meget ofte. Dronning Margrethe bar brochen ved sit bryllup som "noget lånt" sammen med mormoderens kniplinger og slør, som Dronning Ingrid havde arvet efter sin mor.

Margueritten er således symbolet på den smukke kronprinsesse Margaretha. Kronprinsessen arvede både sit rigtige navn og kælenavn efter hendes mormor, Dronning Margretha.

Lund Copenhagen har netop lanceret en ny Margueritserie med ferskvandsperler. De vejledende udsalgspriser ligger mellem kr. 695,- og kr. 995,-

SÅDAN FÅR DU NYE KUNDER I BUTIKKEN!

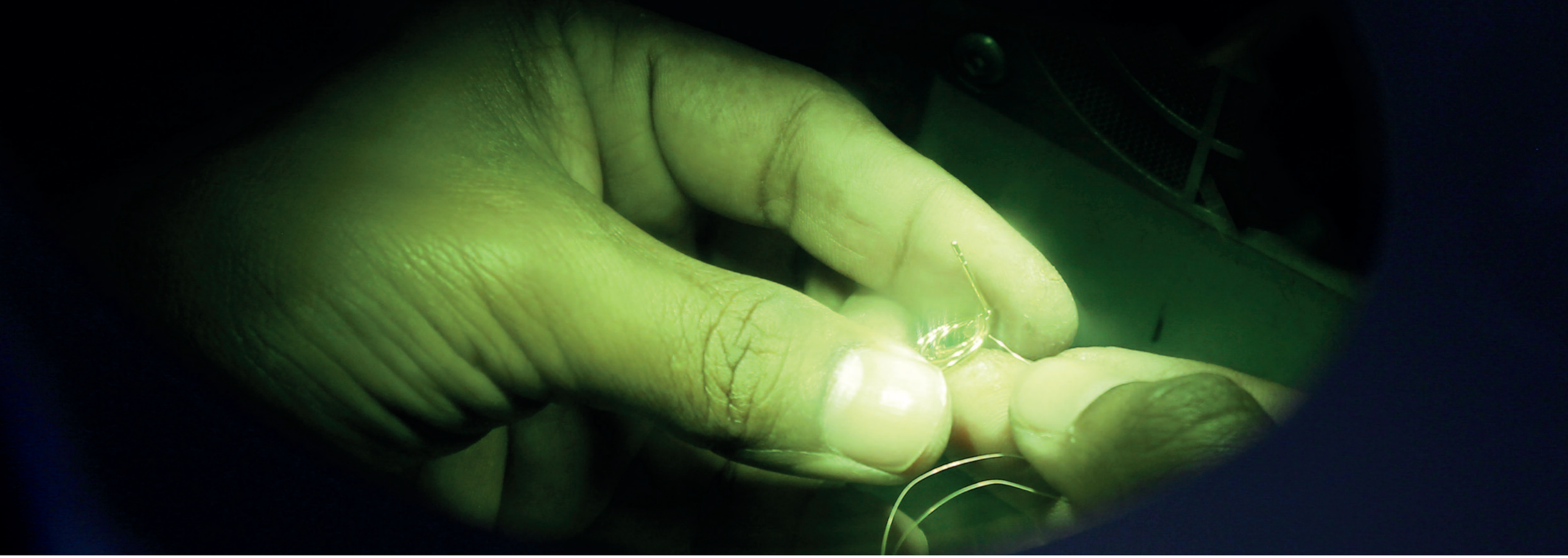
Børnesmykker er din indgangsvinkel til nye kunder - børnene er nemlig de kommende kunder.

Det er derfor vigtigt allerede tidligt at præsentere børnene for lækre smykker, som passer til deres ønsker. Det norske smykkefirma Arne Nordlie har produceret og solgt børnesmykker siden 1951. Konceptet har fra starten været, at børnene også skal kunne få kvalitetssmykker, som er fremstillet i ædle metaller og derfor holder i mange år.

Hvert år udsender firmaet et forhandlerkatalog på 64 sider. Michael Frederiksen fra Anmico Agenturer, som står for salget af Pia & Per børnesmykkerne her i Danmark, fortæller, at forhandlerne har stor glæde af kataloget, fordi de sammen med kunderne bruger det til at finde det helt rigtige smykke.

Vi viser her et lille udpluk af de fine Pia & Per børnesmykker, der kan fås i både 14 kt guld og i sølv. En del af kollektionerne er desuden med emalje i mange skønne farver.

De vejl. udsalgspriser ligger typisk fra godt 250 kr. og op til små 500 kr. - smykkerne fås også som komplette sæt i flotte gaveæsker og de ligger fra omkring 875 kr. op til 1.400 kr.

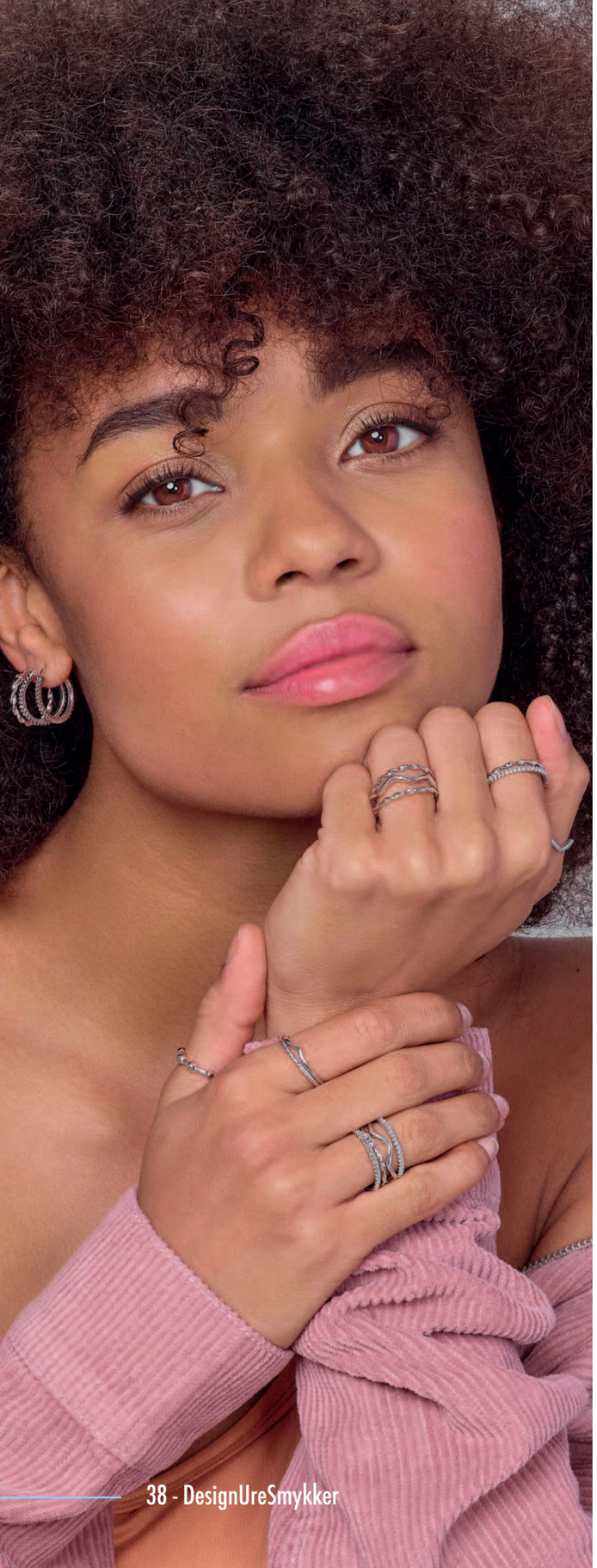


DANSK KVALITET
–MADE IN DUBAI!

Den danske smykkevirksomhed, Blomster Jewellery ApS, som har sit administrative hovedsæde i Viborg og herfra også driver detailforretningen Salmans Guldsmedie, producerer i dag hovedparten af deres smykkesortiment på deres egen fabrik i Dubai. Her har man i dag så stor design- og produktionskapacitet, at man gerne vil tilbyde kollegerne i den danske guldsmedebranche hjælp til både design og fremstilling af de specialopgaver de dagligt får forespørgsler på i deres butikker.

Rami Salman - daglig leder af Blomster Jewellery – fortæller, at fabrikken i Dubai med sine 45 faguddannede medarbejdere kan bistå med alt lige fra de første håndtegnede skitser til et smykke, 3D-modeller lavet i voks, støbning, ædelstensfatning, rhodinering/forgyldning og til den afsluttende polish. Alle processerne superviseres af Rami's far Salman Bustan, der med sin danske guldsmedeuddannelse sikrer, at alt udføres i overensstemmelse med danske kvalitetsnormer - både hvad angår de anvendte materialer og det håndværksmæssige arbejde.

"Det er netop den faglige ekspertise og vores produktionsfaciliteter, vi gerne vil stille til rådighed for de kolleger i branchen som måske ikke selv har ekspertisen eller faciliteterne til løsning af de specialopgaver deres kunder stiller dem," understreger Rami Bustan og fortsætter: "Det er altså ikke de små reparationer eller tilpasninger, vi vil tage os af, men design og produktion af smykker ud fra deres kunders ønsker, vi kan tilbyde hjælp til. Jeg er ankermand under hele processen, så der kun er én man skal kommunikere med og det er også mig der giver et prisoverslag på opgaverne, inden de igangsættes på fabrikken i Dubai. Så kom trygt til os med jeres udfordringer og ønsker," slutter Rami Bustan, som håber kollegerne i branchen vil tage godt imod tilbuddet.



Fra Nordahl Jewellery ses her ringe og creoler med et indbydende grafisk udtryk, fås i sølv og forgyldt.
Vejl. udsalgspriser
200 – 350 kr.

Fra Siersbøl ses ørekæder i guld, som kan hænge gennem et enkelt hul, eller hvor kæden yderligere kan trækkes igennem det næste hul for en ny variant.
Vejl. udsalgspriser
395 – 895 kr.

KUN TO ØRER OG TI FINGRE ER IKKE EN BEGRÆNSNING FOR DE SMYKKEGLADE...

Det har smykkevirksomheden Nordahl Andersen for længst luret.

Forbrugerne i dag vil f.eks. have ringe, som kan stackes og på den måde give dem mulighed for et selvvalgt og individuelt udtryk.

Ringene må gerne have sten i forskellige farver – eller tage afsæt i et grafisk univers med knæk og kanter, snoninger eller kugler på stribe. Der er så mange muligheder – og ringfingeren vil gerne dele fornøjelsen med de andre.

Og ørerne skal ikke stå tilbage. Med flere huller på stribe kan creolerne spille op til hinanden, og ørekæderne kan tage en ekstra runde. Der er et rent slaraffenland, når det handler om at gøre sine ører indbydende og dekorative.

Fra Joanli Nor viser vi her ringe i sølv og forgyldt samt små mini-hoops, begge med farvede kubisk zirkonia.
Vejl. udsalgspriser
325 – 425 kr.

Et lille udpluk af Blomster Jewellerys mange nyheder. Ude snart!