

DUS

NR.3 - 2025

DESIGN ÆRE SMYKKER

stovring
DESIGN

www.stovringdesign.dk

DUS

Indhold

SMYKKESEKTIONEN:

- Side 4 - 5 Leder:
- Side 6-7 20 år i en rigtig god sags tjeneste - tilmed for et brand, der har 50 år på bagen
- Side 10-11 Nu får en klassiker selskab der matcher
- Side 12-13 Nyt spændende brand for kvinder der gerne vil vise, at de elsker sig selv og forstår at nyde livet
- Side 16-17 Fuld sporbarhed via LOT-nummer på hvert enkelt smykke - sikrer dine kunder tryghed og garanti for hudvenlighed
- Side 20-21 Vi bare elsker smykkemesser

URSEKTIONEN

- Side 2-3 Leder
- Side 4 Gerard Butler får nu selskab af Martina Klein som nyudnævnt ambassadør for Festina
- Side 8-9 Udfordret af nettet - hvordan udenlandske ur-webshops har ændret spillet i Danmark
- Side 10-11 Inspireret af militærure - båret af opdagelsesrejsende i det 20. århundrede
- Side 14-15 Til de af jeres kunder, der gerne vil passe på de ting, der virkelig betyder noget for dem



CELEBRATE YOURSELF

MERANNI Jewellery forener eksklusiv kvalitet, bæredygtige materialer og skandinavisk minimalisme & elegance med moderne kant. Smykkerne er håndlavet i 18k Guld Vermeil på 100% genanvendt 925 sterlingsølv – en fransk teknik, der sikrer luksus, lang holdbarhed og slidstærke smykker, designet til hverdage og de særlige øjeblikke.

Vi glæder os til at byde dig velkommen hos MERANNI Jewellery på Formland i Herning d. 17.-19. august 2025 – besøg os på stand L9053 i Hal L.

MERANNI

JEWELLERY
DENMARK

www.merannijewellery.dk



- i en branche i bevægelse men også masser af potentiale. Guldsmede- og urbranchen står i disse år ved en skillevej, hvor tradition møder innovation, og hvor kundernes forventninger forandrer sig i takt med tiden. Vi lever i en æra, hvor kvalitet og historie igen er kommet i fokus – og det er en udvikling, der både rummer udfordringer og muligheder for os som fagfolk.

Mod fremtiden med faglighed og fællesskab

Den stigende interesse for håndværk, bæredygtighed og ægte materialer betyder, at vores fag er mere relevant end nogensinde. Men det kræver også, at vi som branche tør tænke nyt: Vi skal tage den digitale udvikling alvorligt, møde kunderne på deres præmisser og fortsat insistere på at være både fagligt stærke og menneskeligt nærværende.

I en tid hvor mange detailbutikker kæmper med lavere kundestrømme og øget konkurrence - ikke mindst fra nettet – er det altafgørende, at vi står sammen. Vi skal bruge hinanden til sparring, dele viden og løfte vores fælles faglighed. Derfor glæder vi os til, at Formland Jewellery-messen i Herning her i august igen bliver samlingspunkt for hele branchen.

Messen bliver ikke kun en udstilling af smukke produkter og nye trends - den bliver også en anledning til at mødes, drøfte branchens fremtid og blive inspireret af både gamle og nye aktører. Vi håber, at mange af jer vil tage turen til Herning og være med til at præge samtalen om, hvor vi er på vej hen.

I dette nummer af Design Ure Smykker finder I derfor også både en forsmag på udvalgte nyheder fra flere af udstillerne på Formland og spændende artikler om nye produkter fra branchens leverandører

Vi tror på, at vores branche - trods tidens forandringer - har en stærk og vigtig fremtid. Men det kræver, at vi både værner om dens stolte traditioner og samtidig tør gribe de nye værktøjer og muligheder, der opstår.

God læselyst – og på gensyn i Herning!

Med venlig hilsen



Henrik Bjørkman
Redaktør



Forgylde smykker med ferskvandsperler og syn. cubic zirconia

F12249312
Ring
kr. 750,-

F13249312
Ørehænger
kr. 795,-

F16249312
Halskæde
kr. 585,-

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: VK Grafisk Design
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 - 2025 · 20. 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.

20 år i en rigtig god sags tjeneste – tilmed for et brand, der har 50 år på bagen



*Det fortæller en stolt Heidi Bornø, der
i år fejrer sin distributionsvirksomhed
Kazuri Scandinavia's
20-års fødselsdag. Den har
gennem de 20 år stået for importen og
distributionen af de smukke
håndlavede perlesmykker fra Kazuri
i Kenya, der i år fejrer sit
50 års jubilæum.*



Når man står med et Kazuri-smykke i hånden, holder man ikke blot et smykke – man holder et stykke af Afrikas historie, håndværk og håb. Kazuri betyder ”lille og smuk” på swahili, og det er netop kernen i det arbejde, der begyndte i 1975 som et lille værksted i Kenya med en stor vision: At skabe arbejdspladser for enlige mødre og kvinder, der kæmpede for at forsørge deres familier. Før Covid-19 gav Kazuri arbejde til over 300 kvinder, men pandemien ramte hårdt – både menneskeligt og økonomisk. I dag er cirka 60 kvinder tilbage, men indsatsen for at øge antallet igen er stærkere end nogensinde.

Bæredygtighed og socialt ansvar går hånd i hånd

Kazuri har taget store skridt for at sikre både fremtiden for kvinderne og for miljøet. Den dyrbare jord er blevet solgt, og i stedet er produktionen flyttet til et nyt, moderne domicil i Nairobi. Her er bæredygtighed i høj-sæde: Bygningerne er opført i containere, og gulve og vægge er skabt af genbrugsplast – et stærkt symbol på, hvordan skønhed kan opstå af det uventede.

Et unikt håndværk – hver eneste perle fortæller en historie

Kazuris smykker er mere end bare accessories. De er 100 % håndlavede – fra formning og brænding af keramikperler til glasering og samling. Hver perle bærer præg af kvindernes hænder og sjæl, hvilket gør hvert smykke til et unikt kunstværk med dyb mening.

20 år i Skandinavien – fra Gro til Heidi

Siden 2005 har Kazuri Scandinavia været bindeleddet mellem Kenya og det skandinaviske marked. Virksomheden blev grundlagt af Gro Strømness, og i dag er det Heidi Bornø, der med passion og vision driver Kazuri videre her i Norden. I Kenya er ejerskabet også skiftet

gennem årene, og Kazuri ejes nu af Ewelina Piasecka, som brænder for Kazuris sociale mission.

Fremtiden: Nyt design – samme hjerte

For at følge med tidens trends arbejder Kazuri Scandinavia målrettet på at ramme et yngre publikum gennem nye, moderne designs. Samtidig er vores oprindelige DNA intakt: farverig, håndlavet kvalitet med social ansvarlighed i hjertet.

Tak for jeres støtte

Heidi Bornø vil også gerne rette en dybfølt tak til alle sine samarbejdspartnere og kunder for den støtte de har ydet gennem årene. Hun siger: ”Uden jer var denne rejse ikke mulig. Vi glæder os til mange flere år sammen, fyldt med farver, håndværk og håb.”

Kazuri – smykker med mening.



Hagerty® 130 years

— SINCE 1895 —

DET ER SOMMER.
BEVAR GLANSEN I DINE
GULDSMYKKER.

Giv dine smykker deres glans og renhed tilbage med vores premium plejeløsninger.

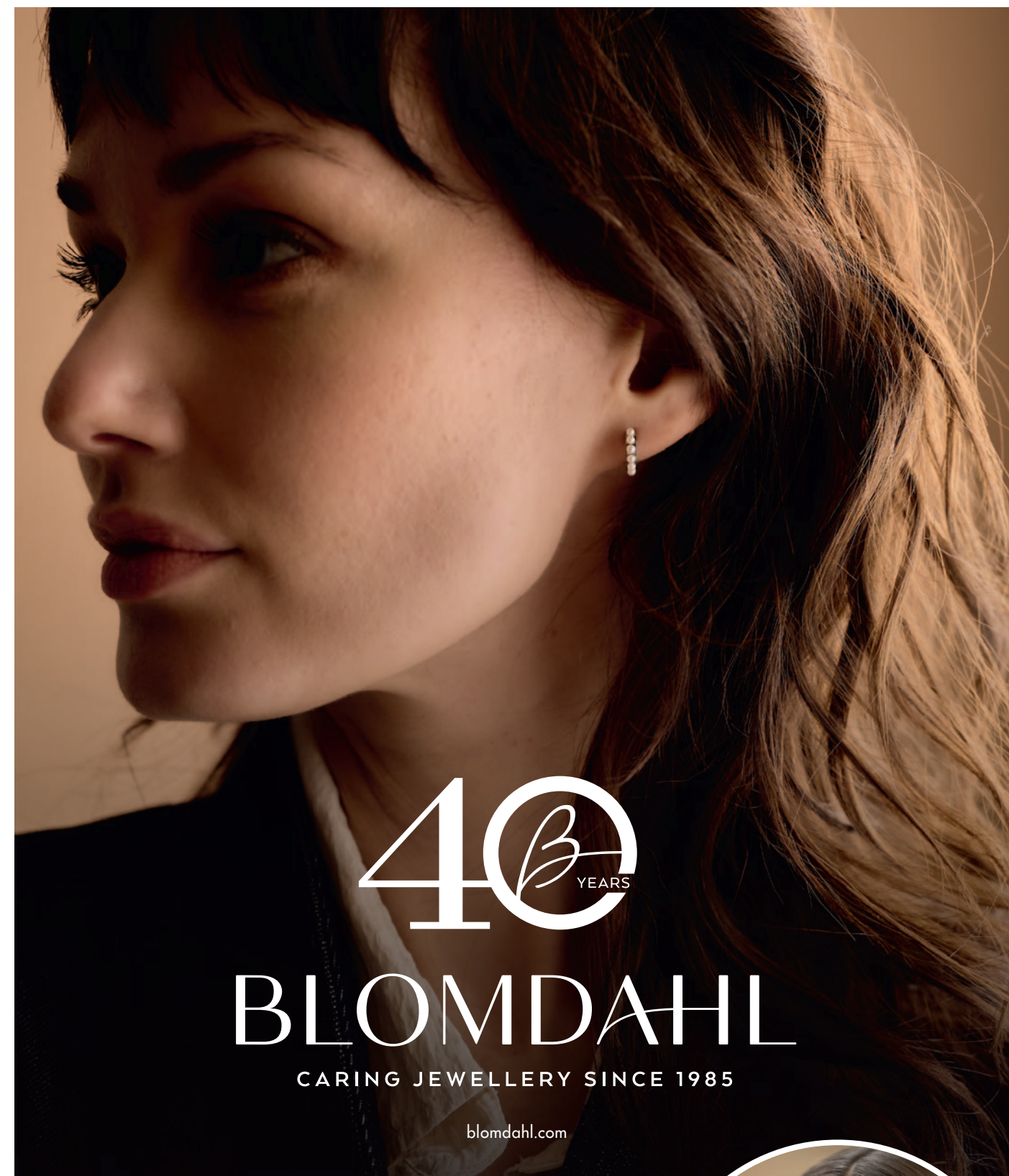


Solcreme, varme og saltvand følger med sommeren – og dine smykker mærker det. Med *Gold Clean* og *Gold Cloth* kan du nemt rense og beskytte gult, hvidt og rosaguld.

Et skånsomt bad fjerner urenheder, og en imprægneret klud fremhæver smykkernes glans. Professionel pleje – hurtig og skånsom.



Nordahl Andersen A/S - 8700 Horsens - +45 66 11 17 00 - info@noa.dk
Hagerty DK - 2680 Solroed - +45 29 25 56 03 - dorte.sparre@hagerty.world



Når dine kunder ønsker at få piercet ører eller næse, foregår det trygt og sikkert ved hjælp af vores velafprøvede medicinske metode, som udføres med sterile engangsprodukter og hudvenlige smykker. Af hensyn til børnene kan du tilmed pierce begge deres ører samtidigt.

Blomdahl har i samråd med hudlæger udviklet bevist skånsomme øreringe, som er særligt velegnede det første år efter en ørepiercing, hvor risikoen for nikkelallergi er størst. Så kan kunden føle sig både tryk og stilfuld med smykker, der er skånsomme mod huden.



Made in Sweden



Kell Borup in action. På værkstedet i Københavnsområdet bliver der hamret, filet, loddet og savet i ædelmetallerne og der bliver skabt smukke kvalitetssmykker med sjæl. Smykkerne er kendetegnet ved godt håndværk, høj kvalitet og ædle materialer.

Nu får en klassiker selskab der matcher...

Besøger du Per Borup Designs stand på Formland Jewellery-messen i Herning her om små to uger, vil du helt sikkert få mulighed for at se en nyhed, der nok skal blive efterspurgt.

Det er nemlig intet mindre end helt nye Dôme de Perles ørestikker med hvid mabeperle og 0,10 ct. TW / VS i 14 kt. rødguld.

De matcher fuldstændig den populære Dôme de Perles ring, som Per Borup Design lancerede tilbage i starten af 90'erne og som der blev solgt rigtig mange af over hele landet.



*Nyt spændende brand
for kvinder der gerne vil
vise, at de elsker sig selv
og forstår at nyde livet...*

MERANNI Jewellery er et forholdsvis nyt smykkebrand, som i år også udstiller på Formland Jewellery 2025 i midten af august og er absolut et besøg værd. Det er et kvindeskabt brand, der er drevet af ønsket om at sprede selvkærlighed, styrke og fejre kvinder og deres personlighed gennem smykker.

Hjertet bag Meranni er en kreativ iværksætter Simran Kholi. Hun har oprindelig en businessbaggrund og en opvækst og en opvækst omgivet af design og æstetik - stærkt præget af en far med grafisk design-baggrund og en stærk passion for godt håndværk, kreativitet og kvalitets design

Simran fortæller: "Jeg ønskede, at skabe smykker i høj kvalitet, med bæredygtige materialer og unikke og tidløse designs, med et moderne twist - hvor skandinavisk minimalisme møder elegant edge. Det inspirerede mig til at skabe mit eget brand - MERANNI Jewellery: et luksusbrand, hvor alle kan være med og som ganske enkelt handler om at elske sig selv!

Alle vores smykker er håndlavede i 100% genanvendt 925 sterlingsølv og 18K guld vermeil - en luksuriøs fransk teknik med et fem gange tykkere lag guld end almindelig forgyldning.

Resultatet er smykker, der ikke bare skinner - de er slidstærke, holdbare og elsket i mange år. Ingen masseproduktion - vi samarbejder udelukkende med certificerede leverandører, der deler vores værdier om ansvarlighed, bæredygtighed, kvalitet og ordnede forhold for medarbejdere, der skaber vores smykker." - Fortæller Simran afslutningsvis.

MERANNI Jewellery tilbyder smykker, der nemt kan styles præcis som kunderne vil - og bæres hver dag, uanset om de er på arbejde, til en aften sammen med vennerne, på ferie, fejrer de særlige øjeblikke eller bare nyder livet.

Vi viser her et lille udvalg, hvor de vejledende udsalgspriser ligger fra kr. 675 til kr. 1.249.

VÆR MED NÅR BRANCHEN FOR SMYKKER OG URE MØDES PÅ FORMLAND

Formland er nordens mest inspirerende fagmesse inden for livsstil, design og interiør. Her samles indkøbere og professionelle aktører fra branchen til netværk, inspiration og handel.

Vi gentager succesen og forvandler en hel hal til et glimtende univers inden for smykker, ure og tilbehør i samarbejde med AU.CLOCK. Her kan du møde spændende brands, netværke med branchen og lytte til foredrag.

Formland Autumn | 17.-19. august 2025



Få overblikket over alle
udstillere, installationer,
foredrag & events

www.formland.dk · [@formland_official](https://www.instagram.com/formland_official) · [#formland](https://www.instagram.com/formland)
MCH Messecenter Herning, Vardevej 1, 7400 Herning

formland jewellery

P E R B O R U P

SIDEN 1962

Dansk håndværk og design af eksklusive smykker.

Find os på Instagram og bliv inspireret:
[@perborupdesign](https://www.instagram.com/perborupdesign)



P.B.O.

www.PERBORUP.dk

Ørestikker. 205,-

Fuld sporbarhed via
LOT-nummer på hvert
enkelt smykke
- sikrer dine kunder tryghed
og garanti for hudvenlighed!



Halskæde kr. 859,-

Blomdahl er og bliver smykkemærket, hvor skønhed og helse går hånd i hånd.

De skaber kvalitetssmykker, der ikke kun er smukke, men også skånsomme mod huden. Ved selv at designe og fremstille deres smykker i Sverige i henhold til ISO 13485, der foreskriver omhyggelig kontrol, detaljeret dokumentation og sporbarhed i hvert led, garanteres ægte hudvenlighed og allerhøjeste kvalitet.

Firmaets smykker er udviklet i samråd med hudlæger for at sikre jer og jeres kunder omsorgsfulde smykker, man kan stole på.



Ørestikker. 205,-

Et eksempel er helt nye hudvenlige øreringe designet og fremstillet i Sverige, hvor der er fuld sporbarhed med LOT-numre på hvert enkelt smykke. På den måde kan Blomdal garantere, at hvert eneste Blomdahl smykke er skånsomt mod huden og at ørepiercing kan gøres helt steril og sikkert for dine kunders helbred.

Smykkerne, der beskytter mod hudallergi er:

- Fri for skadelige stoffer i henhold til REACH-forordningen
- Vandfast, slidstærk overflade, der bevarer sin glans
- Fremstillet i Sverige siden 1985
- Clean Pack / hygiejnisk emballage

Armbånd kr. 759,-



Ørestikker. 255,-



Fra Kenya til Skandinavien
20 år med håndlavede smykker

Siden **2005** har vi støttet enlige afrikanske mødre gennem unikt smykkehåndværk. Det fejrer vi med den nye serie 'Mara Moon' der er inspireret af naturen omkring den øst Afrikanske kyst

Find os på Formland, stand H**6066**

KAZURi
— SCANDINAVIA —

www.kazuriscandinavia.dk



aqua dulce

danish design crafted with passion
est. 2004



SUNELLA NECKLACE
499,-

LUNELLA NECKLACE
499,-



SUNELLA SIMPLE HOOP
12 MM
449,-



SUNELLA SIMPLE HOOP
16 MM
549,-



SUNELLA SEMI BANGLE
699,-



SUNELLA LONG DROP
499,-



SUNELLA EARTHREAD
349,-



ELARA EARTHREAD
449,-



SUNELLA ARMBÅND
299,-

ELARA ARMBÅND
549,-

Så er kontoret flyttet i haven...



Vi bare elsker smykkemesser

Ja, Wanna Arun og Torben Støvring fra Støvring Design elsker at besøge de forskellige smykkemesser, der bliver afholdt i forskellige lande - verden over.

"Ofte går turen til Italien både i januar og september, Bangkok og Hongkong i marts og september. Så der er en stor rejseaktivitet forbundet med at købe nyheder" fortæller Wanna. "Men vi elsker det" tilføjer Torben, "og vi sætter en ære i at finde de produkter vores kunder efterlyser."

Han pointerer også: "Dejligt at være på forkant. I år har forespørgslen været sløjfer, så der er købt stort ind i både sølv, forgyldt sølv, 8 og 14 karat. Ligeledes har flere af jer spurgt på forgyldte smykker. Ikke kun basis vare, som kugler, hjerter, m.v. som vi har haft som standard i mange år, men smykker hvor der er

brugt tid på at udvikle designet af dem a'la dem, I kan se på forsiden af DUS. Torben elsker at forkæle, så især ham og lidt hans hustru Wanna, har købt ikke mindre end 300 nye forskellige forgyldte smykker hjem. Og de fleste af dem til virkelig fornuftige vejl. udsalgspriser. Et par forgyldte ørestikker starter ved blot kr. 150 i vejl. udsalg for et par sløjfeørestikker med syn. Cubic zirconia."

1008 nyheder bare i år...

Torben erkender, at især han har købt for meget i år. Hele 1008 nyheder er det faktisk blevet til.

Så han har ikke fået besøgt jer ude i butikkerne så ofte og slet ikke i foråret som han plejer. Der er også blevet brugt lang tid på at få fotograferet samtlige smykker i den kvalitet som Støvring Design står inde for til brug i kataloger og deres B2B shop.

For at gøre plads i i sin kollektion, så Torben ikke skal slæbe på en hel eller to kuffeter mere ved sælgerbesøg. Har Wanna og Torben valgt, at sætte ikke mindre end 856 forskellige smykker på tilbud så der er langt over 2500 forskellige smykker på tilbud nu.

Den side uge i juli har Torben desuden kun lavet aftaler m.h.t. sælgerbesøg med tilbudsvare - Outlet minus 50% i håb om, at finde plads til alle deres nyheder, som kommer i kollektionerne her lige inden Formland-messen - midt i august. De er ved at blive kodet til deres B2B shop, hvor I som forhandler kan se alle de mange tilbud under Outlet. Og ja - det er kun jer forhandlere, da Støvring Design udelukkende har en B2B shop og ikke selv sælger til private på nettet.

Det er også snart jul...

Afslutningsvis fortæller Torben: "Vi har også lige været med på modeloptagelser af Støvring Designs nye julekatalog. Det var spændende at møde hele teamet bag. Model, fotograf, stylist, redaktør og mange, mange flere."

Vi viser her lidt billeder fra Behind the scenes - som Torben har sendt os.



Sela



Efterårets største kollektion nogensinde - klar til at gøre en forskel!



Lunella



Lumi

**Et gennemført feminint univers
med plads til både det kendte og det nye**

Janne Lisberg Fisker fra smykkeproducenten Aqua Dulce glæder sig til Formland Jewellery-messen og hun fortæller stolt: "Vi satte os for at udvikle en stærk kollektion til efteråret – men undervejs voksede den. Nye idéer opstod, gamle blev genopdaget og forfinet. Det har været svært at sætte punktum, og derfor er det blevet vores største kollektion til dato. Den ser vi virkelig frem til at præsentere på den kommende messe.

Kollektionen kombinerer en videreudvikling af vores velkendte serier med opståelsen af helt nye linjer og former, der tilfører friskhed og dybde til vores feminine univers – som sammen med et let grafisk præg giver smykkerne kant og personlighed." En kollektion med hjerte og holdbarhed

Janne fortæller videre: "Vi ved, at markedet efterspørger smykker, der kan holde - både i kvalitet og i tidens skiftende trends. Derfor har vi fokuseret på at udvikle designs, som er tidløse, elegante og samtidig moderne nok til at vække interesse hos både loyale og nye kunder.

De nye former og serier tilføjer et ekstra lag til vores kollektion og skaber nye muligheder for at imødekomme forskellige smag og stilarter - alt sammen med udgangspunkt i det feminine univers, som vi ved, vores kunder elsker."



Karla


PERRELET
1777



**TURBINE
POKER**
LIMITED EDITION

VI SES PÅ FORMLAND DEN 17-19. AUGUST
DANA URE A/S

customers 1st

Kassesystemet bygget til danske smykkebutikker

Tillid siden 2016

Anytime[®]


DIRKS JEWELLERY
COPENHAGEN


P. HERTZ

HENRIK ØRSNES
URE • GULD • SØLV


SUREL
GULDSMED



- ✓ 2× hurtigere ekspedition
– ingen kø, ingen kolde fødder.
- ✓ Certifikat-, reparation- og
indbytte-modul samlet ét sted.
- ✓ Én lagerstatus på webshop, pop-
up og butik – også på varianter
(ringstørrelser, kædelængder).

**Se det live til
Formland Autumn**

17.-19. august 2025
Hal L - Jewelry
Stand nr. 9042

» Eller se mere på c1st.com

Til de af jeres kunder,
der gerne vil passe på de ting,
der virkelig betyder noget for dem.



Det har Hagerty altid gjort. Siden 1895 har Hagerty rensat og beskyttet hverdagens mest værdifulde genstande. Smykker, sølv, accessories, boligdekoration og tekstiler.

Hagerty's helt klare mission er nemlig at bevare glans og skønhed uden at gå på kompromis med effektivitet, sikkerhed eller respekt for materialerne. Anerkendt af eksperter verden over er mærket blevet en international reference, med produkter designet og fremstillet i Europa.

Blandt alle de genstande, der bringes tilbage til livet, er der én, der fortjener særlig opmærksomhed: Uret. Et stilfuldt element, et personligt arvestykke eller en daglig ledsager – der kræver særlig pleje.

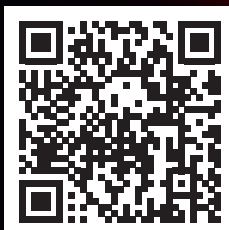
Til rengøring af urlænker og armbånd i stål, titanium eller andre metaller findes en effektiv og nem anvendelig ekspert-duo: Metal Bracelet Cleaner renser i dybden uden at beskadige, og fjerner effektivt sved, støv og daglige rester.

Som supplement giver Stainless Steel Cloth, en imprægneret og ikke-slibende pudseklud, metallet sin glans tilbage og beskytter mod oxidation. En diskret og præcis rutine, der forlænger glans og levetid af det, kunderne bærer om håndeledet – hver dag.





Skræddersyede
forsikringsløsninger
til ur- og guld-
smedebranchen.



HDI Global SE

Tryghed i hverdagen og beskyttelse mod risici.

Ur- og guldsmedebranchen står over for en række risici, der kræver en målrettet forsikringsstrategi. Med mere end 15 års erfaring har HDI Danmark opnået omfattende ekspertise i at forstå, hvilke skadesituationer denne branche står over for, og det gør HDI i stand til at skræddersy forsikringsløsninger, der er tilpasset virksomhedernes individuelle behov.

Scan her og bliv klogere på, hvordan HDI er med til at skabe tryghed i din hverdag.

BEAUTIFUL, CLASSIC
& TIMELESS DESIGN
SINCE 1950



UNIQUE
FROSTING

Besøg os på stand nr. L 9330
på Forland Jewellery

75

YEARS OF ORIENT
1950 - 2025



Den nye Festina FIELD-kollektion er Schweizisk præcision til hverdagens eventyrere.

Den er en hyldest til den rene funktionalitet og i et design, der, selvom det er minimalistisk og funktionelt, opnår en enestående æstetisk appel. Disse ure er skabt til dem, der finder eventyr i hverdagen – på hver vej, de går, og i hver mission, de gennemfører.

Superluminova®-behandling sikrer optimal synlighed, selv i svagt lys. Safirglasset, der er forbedret med en antirefleksbelægning, giver overlegen modstandsdygtighed og konstant klarhed. Urene er fremstillet i Schweiz og udstyret med et højtpræcist kvartsurværk, hvilket garanterer pålidelig ydeevne under alle forhold og visere, indekserne og tallene er behandlet med Superluminova®.

De nye Festina FIELD-modeller er designet til dem, der søger tilflugt i naturen, finder balance i bjergene og ser hver udfordring som en mulighed. Et ur skabt til dem, der lever det udendørs liv og sport med passion – hverdagens eventyrere – denne nye kollektion er en afspejling af deres essens. Et præcisionsværktøj og en identitetserklæring.

Med en sober og tidløs æstetik kombinerer hver model den kompromisløse læsbarhed fra klassiske fieldure med den avancerede teknologi fra moderne schweizisk urmagerkunst. Skiverne fremkalder de miljøer, hvor eventyret udfolder sig: ørkener, skove, bjerge og åbne himmelstrøg.



F20082/1



F20082/2



F20082/3

FESTINA FIELD KOLLEKTION

Ure skabt til dem, der forstår, at det sande eventyr også ligger i hverdagens små detaljer

- 41,8 mm poleret urkasse i 316L rustfrit stål
- Schweizisk kvartsbevægelse
- Ridesikkert safirglas
- Superluminova® på tal, indekser og visere
- Skruet krone for øget vand- og støvmodstand
- Vandtæthed: 10.ATM
- Tilgængelige urskivefarver: Camel Beige, Army Green, Denim Blue, Graphite Black
- Tre nemt udskiftelige remme medfølger:
- Armbånd i 316L rustfrit stål
- Læderrem, der matcher urskivens farve
- NATO-rem i koordineret farve med uret

F20082/1 – /2 – /3

F20082 – 39 mm urkasse og NATO-rem

- 39 mm poleret urkasse i 316L rustfrit stål
- Schweizisk kvartsbevægelse
- Ridesikkert safirglas
- Superluminova® på tal, indekser og visere
- Vandtæthed: 10.ATM
- Tilgængelige urskivefarver: Camel Beige, Army Green, Graphite Black
- NATO-rem:
- Khaki (til beige og grøn urskive)
- Sort (til sort urskive)

Inspireret af militærure - båret af opdagelsesrejsende i det 20. århundrede



Udfordret af nettet

- hvordan udenlandske ur-webshops har ændret spillet i Danmark

I løbet af det seneste årti har urbranchen i Danmark gennemgået en stille revolution - eller rettere, en disruption. Hvor det førhen var naturligt at købe sit ur hos den lokale urmager eller i specialiserede urforretninger, har markedet i stigende grad flyttet sig til nettet. Ikke mindst til udenlandske webshops, som med lave priser, stort udvalg og aggressiv markedsføring har vundet betydelige markedsandele. For mange danske butikker har det medført en hård kamp for overlevelse - og en nødvendig gentænkning af forretningsmodellen.

Hvordan skete det?

Disruptionen kom ikke over natten. Allerede i 2010'erne begyndte de første store internationale aktører at tilbyde armbåndsure online med rabatter, danske oversættelser og fri fragt. Med platforme som Chrono24, Jomashop og WatchShop blev det pludselig muligt for den almindelige dansker at købe både eksklusive og mere prisvenlige ure fra udlandet - ofte til priser, som de danske butikker ikke kunne matche, især ikke efter moms og told blev nedbrudt med forskellige smuthuller.

Samtidig professionaliserede de udenlandske aktører sig i en grad, hvor de kunne tilbyde alt det, en moderne forbruger efterspørger: live chat, hurtig levering, nem returnering og overbevisende branding. De solgte ikke bare ure - de solgte drømme, status og identitet, pakket ind i algoritmeoptimerede annoncer og målrettede nyhedsbreve.

Hvorfor lykkedes det?

Flere forhold spillede sammen:

1. Prisforskellen: Udenlandske webshops opererer ofte med lavere omkostninger, lavere moms, og i nogle tilfælde parallelimport, som giver dem en prismæssig fordel.

2. Større udvalg: Internationale platforme kan nemt tilbyde modeller, som slet ikke er tilgængelige hos danske forhandlere - især nichemodeller, limited editions eller ældre kollektioner.

3. Forbrugerens nye adfærd: Den moderne kunde starter med Google, YouTube og Trustpilot - ikke med et besøg i gågaden. Tryghed skabes i anmeldelser og unboxing-videoer, ikke nødvendigvis i et fysisk showroom.

4. Manglende digital omstilling: Mange danske urforretninger kom sent i gang med e-handel. Nogle har stadig ikke en webshop, og de, der har, har ofte svært ved at konkurrere med de internationale giganter på brugervenlighed, SEO og prissætning.

Hvor meget har det ændret?

Det er vanskeligt at opgøre nøjagtigt, hvor stor en del af ur-salget der i dag sker udenom de danske butikker, men branchens aktører melder samstemmende om faldende fysisk kundetrafik og pres på avancerne. Flere forretninger er enten lukket eller har reduceret sortiment og personale. Samtidig har nogle brands valgt at begrænse adgangen til deres ure for at beskytte deres distributionskanaler - med det resultat, at

mange danske forhandlere mister adgangen til populære mærker, som i stedet sælges eksklusivt online eller i flagship stores.

Hvad kan man gøre?

Disruption betyder ikke nødvendigvis nederlag - men det kræver omstilling. De forretninger, der klarer sig bedst i dag, har fundet nye veje:

- Fokus på service og ekspertise: Reparation, tilpasning, vurdering og rådgivning er ydelser, der ikke nemt kan eksporteres digitalt.

- Oplevelsesbaseret handel: Fysiske butikker, der skaber en særlig atmosfære, event-oplevelser og personlig betjening, tiltrækker stadig loyale kunder.

- E-handel med dansk profil: En professionel dansk webshop med lokal troværdighed, hurtig levering og mulighed for fysisk service kan stadig tiltrække kunder - især hvis den kombineres med storytelling, video og social proof.

- Partnerskaber og nichefokus: Samarbejde med mindre, uafhængige mærker og fokus på mekaniske ure, vintage eller bæredygtighed kan skabe unikke positioner på markedet.

Fremtiden

Urbranchen er ikke død - den er i bevægelse. Kunderne forsvinder ikke, men de handler anderledes, søger oplevelser og stiller højere krav. De danske urforretninger har stadig en rolle at spille - men kun hvis de tør tænke nyt og møde disruptionen med mod, strategi og service i verdensklasse.



VI SES PÅ FORMLAND DEN 17-19. AUGUST
DANA URE A/S

Bonett

MØD OS PÅ FORMLAND



Ole Brix Eftf. ApS • 70 25 32 22 • info@bonett.dk



Gerard Butler får nu selskab af Martina Klein som nyudnævnt ambassadør for Festina

Den 13. juni 2025 annoncerede Festina i Barcelona, at den anerkendte model, tv-vært og iværksætter Martina Klein er udnævnt til ny international ambassadør for mærket. Hun vil nu sammen med Gerard Butler indgå i en ny kampagne, der hylder værdien af personlig tid og vigtigheden af selvomsorg og det at forbinde sig med det, der virkelig betyder noget.

Under sloganet "Festina, min tid" inviterer kampagnen forbrugerne til at stoppe op, reflektere og nyde tiden med sig selv. I en verden, der aldrig står stille, opfordrer Festina os til at kigge indad, sætte pris på hverdagen og genoprette balancen.

Martina Klein udstråler nemlig perfekt Festinas ånd: en moderne, hårdtarbejdende kvinde med personlighed, erfaring og en autentisk måde at være i verden på. Hendes tilstedeværelse afspejler mærkets kerneværdier: autenticitet, friskhed, karakter og ekspertise. Sammen med Gerard Butler, Festinas ambassadør gennem mere end et årti, danner de nu en karismatisk og relaterbar duo, som vækker genklang hos forbrugere over hele verden.

Kampagnen blev optaget i New York i løbet af juni måned og vil blive lanceret i september 2025. Den visuelle fortælling vil have en elegant, naturlig og følelsesladet tone og vil være synlig globalt på tryk, digitalt, på outdoor medier, i e-handel og på salgssteder.

Natalia Rodríguez, marketingdirektør hos Festina, udtaler: "Med denne kampagne tager vi et skridt fremad i måden, vi kommunikerer på. Vi ønsker at tale om tid på en mere intim og personlig måde, og både Martina og Gerard er de perfekte partnere til at dele dette budskab. Martina repræsenterer den virkelige kvinde af i dag: selvsikker, professionel, autentisk og fuld af inspirerende energi."

Martina Klein selv tilføjer: "Jeg er begejstret over på denne måde at blive en del af Festina-familien. For mig er personlig tid en nødvendig luksus, og det er et ægte privilegium at kunne repræsentere et mærke, der værdsætter dette koncept."

Festina, min tid!




FESTINA
+ SWISS MADE

FIELD
COLLECTION

VI SES PÅ FORMLAND
DEN 17-19. AUGUST

DANA URE A/S

Hvordan synes vi selv det går...

Urbranchen er en dynamisk og mangfoldig industri, der omfatter alt lige fra design, fremstilling og distribution af ure, som spænder fra børneure over luksuriøse mekaniske ure til moderne smartwatches. I takt med den hastige teknologiske udvikling og ændrede forbrugerpræferencer har branchen oplevet betydelige forandringer i de seneste år.

En af de mest markante tendenser er selvfølgelig overgangen fra traditionelle analoge urer til digital teknologi. Smartwatches, som kombinerer funktionalitet med stil, er blevet ekstremt populære. Disse enheder tilbyder en række funktioner, herunder fitness tracking, notifikationer fra smartphones og endda sundhedsovervågning. Virksomheder som Apple, Samsung og Garmin har etableret sig som førende spillere på dette marked, og de har tiltrukket en ny generation af forbrugere, der værdsætter teknologi og livsstilsprodukter.

Samtidig har den traditionelle urindustri ikke stået stille. Mange luksusmærker, såsom Rolex, Patek Philippe og Omega, har fokuseret på at bevare deres arv og håndværk. Der er en stigende interesse for mekaniske urer, hvor forbrugerne værdsætter kvalitet, historie og det håndværksmæssige aspekt. Dette har ført til en revitalisering af det klassiske urmarked, hvor vintage-ure og limited editions bliver særdeles eftertragtede blandt samlere.

Bæredygtighed er også blevet et centralt tema inden for urbranchen. Forbrugerne stiller i stigende grad krav til, at produkter er fremstillet med omtanke for miljøet. Mange producenter arbejder på at implementere bæredygtige materialer og produktionsmetoder. Derudover er der en voksende interesse for second-hand og vintage-ure, hvilket understøtter en cirkulær økonomi og reducerer affald.

Den globale pandemi har også påvirket urbranchen. Med nedlukninger og ændrede forbrugsmønstre har mange virksomheder været nødt til at tilpasse sig en ny virkelighed. E-handel og digitale platforme er blevet afgørende for at nå kunderne, og mange mærker har investeret i online salg og markedsføring. Samtidig har fysiske butikker måttet finde nye måder at engagere kunderne på, hvilket har ført til innovative oplevelser og events.

Endelig er det værd at nævne, at diversitet og inklusion også vinder frem i branchen. Flere brands arbejder aktivt på at inkludere forskellige kulturer, køn og aldre i deres markedsføring og produktudvikling, hvilket skaber en mere repræsentativ og tilgængelig branche.

Alt i alt står urbranchen i dag over for både store udfordringer og spændende muligheder. Med en blanding af tradition og innovation, bæredygtighed og teknologisk fremskridt, er det en spændende tid for både producenter og forbrugere. Branchen er i konstant udvikling, og det bliver interessant at se, hvordan den vil forme sig i fremtiden.

Ha' en rigtig god sommerr!



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: VK Grafisk Design
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. 2 - 2025 · 20. 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.

DUS

NR.3 - 2025

DESIGN URE SMYKKER



FESTINA

 **SWISS MADE**

RIVÉ SQ

