



Perlen ohne Ende: Die Models der Agentur „Top S.“ zeigten Kollektionen – gefertigt meist von Produzenten und Herstellern in Pforzheim und Umgebung.

Fotos: Ketterl



Manch hübsches Model hat den ein oder anderen Gast doch zu sehr vom Schmuck abgelenkt.



„Ich fand die gesamte Präsentation toll, die Trends kamen rüber. Ab und zu beschenke ich mich selbst mit Schmuck.“

Sabine Schofer-Kuge, Vorsitzende der Elternschule



„Da war viel Schönes dabei. Vergangenes Jahr hat mir mein Mann zu Weihnachten eine Weißgoldkette mit Brillanten und Tahititropfen geschenkt.“

Tove Gellner, Schmuckunternehmerin



„Ich habe lange genug die Pforzheimer Schmuckbranche repräsentiert. Daher freut es mich sehr, dass wir mit einem solchen Event Flagge zeigen.“

Joachim Köhle, Schmuckfabrikant im Ruhestand



„Mein Mann schenkt mir gerne Schmuck – zu Weihnachten, am Hochzeitstag. Ich mag alles, was mit Perlen zu tun hat.“

Karola Daum, Gattin des Sparkassen-Chefs

Spielerische Formen der Weiblichkeit

Das liebe Geld – etwas sollte man schon davon übrig haben, wenn es um Schmuck geht, hochwertigen zumindest. Aber auch andere Dinge sollte man übrig haben: ein Mindestmaß ästhetischen Bewusstseins, Begeisterung und Liebe für Details – zumindest jedoch das nötige Kleingeld, um sich eines der Stücke kaufen zu können, das die Models der Agentur Top S. am Dienstagabend auf der „Trendshow Schmuck und Uhren Frühjahr und Sommer 2004“ über den Laufsteg trugen.

Herb bis romantisch

„Das Geschlecht wird wieder stärker betont“, sagte der Stuttgarter Moderator Lambert Liesenberg in der Kundenhalle der Sparkasse Pforzheim Calw. Will heißen: herb die Männer, weiblich und romantisch die Frauen. Schmucktrends orientieren sich klar an denen der Mode. Und die rufe eben von Paris bis New York nach mehr Weiblichkeit. Also sind bei den Kollektionen im kommenden Frühjahr und Sommer runde, harmonische Formen angesagt, feminine Linien, alles schmeichelt, alles fließt. So sehen es die Schmuck-Experten.

„Eine Woche vor der Inhorgenta in München, einer der größten Schmuckmessen, sollen auch in Pforzheim die Trends für die kommende Saison gesetzt werden“, erklärt Alfred Schneider, Hauptgeschäftsführer des Pforzheimer Bundesverbands Schmuck und Uhren, dessen Tochtergesellschaft Deutsche Schmuck und Uhren GmbH (DSU) das Event veranstaltete. Er wolle mit der Show zum einen über die Medien Trends zum Endverbraucher transportieren und zum zweiten auch die Einzelhändler rechtzeitig auf diese hinweisen.

Zwar haben sich bei der bisher zweiten Trendshow weniger Firmen als im vergangenen Jahr beteiligt, doch hat die Show mit rund 500 Besuchern mehr Publikums-Zuspruch erhalten als 2003. Geladen waren Vertreter der Stadt, der lokalen Schmuckbranche, aber auch überregionale Juweliere und Fabrikanten. Schneider plant, das Event weiterzuführen.

Stark statt schüchtern

Tja, die Trends. Kleine Kostprobe gefällig, wie die teilnehmenden Hersteller der Schmuck- und Uhrenbranche sie definieren, wie sie Selbstbewusstsein und Weiblichkeit in reizvolle Kollektionen umsetzen? Bei Engelkemper ist Bernstein wieder in, und zwar in seiner jungen, feinen Variante. Perlen-Experte Gellner zeigt sich teils verführerisch in einem Collier mit barocken Süßwasserperlen, teils sinnlich-feminin mit Südseezuchtperlen am Seidenband. Niessing präsentiert üppig verspieltes Gold oder für Mutige Acryl mit großen Platinscheiben als Halsschmuck. Süßwasserzucht-



Herrenuhren werden wieder eleganter im kommenden Sommer.



Flotter Dreier: Nicht nur Schmuck, auch Mode präsentierte die Trendshow.



Blau- und Pastelltöne sind statt schriller Farben schwer im Kommen.

perlen zeigt auch Köhle – zart rosa bis orange. Erst vor einigen Monaten vorgestellt hatte das Unternehmen seine Collierschließe mit in Brillanten besetzten „Easy-Click“-Verschluss. Bei Schofer sind die Ketten selbstbewusst mit großen, klaren Gliedern, oder einprägsam im Falle der Strickkette.

Geht es nach den Designern der Firma Stahl, sind schüchterne Kettchen out. Auffallendere, verspieltere Formen sollen Weiblichkeit und Stärke signalisieren. Cédé geht weg von den grellen 70ern und poppigen 80ern hin zu Farbsteinen in pastelligen Frühlingstönen. Feminin verspielt für Damen und elegant bis klassisch-dezent die Herren – so zeigt sich Elaine Ferrari Goldwaren.

Große Zifferblätter angesagt

Ringe, Colliers und Creolen, die sich frei bewegen, bringt Aluna auf den Markt. Ornamentale, florale Muster und Farben spielen mit Sommersymbolen. Uhren mit großen Zifferblättern sind bei Bunz im Kommen. Außerdem kombiniert das Atelier Platin mit leuchtendem Blau. Große, helle Zifferblätter sind auch bei Jean Marcel angesagt, der Trend geht zum Automatik-Werk. Bettelarmbänder in Silber, sowie Diamanten sind bei Bruno Mayer wieder en vogue.

In Blätter-, Schlangen- und Tropfenformen zeigen sich die fantasiereichen Kollektionen von Guthmann & Wittenauer. Aristo ergänzt die limitierte Fliegeruhr jetzt um die neue Dakar-Uhr, die an die Strapazen der Rallye Paris-Dakar angelehnt ist. Brillanten präsentiert Leo Wittwer. Edel und elegant zeigt sich sein Schmuck, auch Korallen sind wieder in. Wahre Schätze zeigten die Models, die diesmal von Mondri, Berri, Balina und Pretty Woman ausgestattet wurden. Später waren sie in den Vitrinen der Präsentations-Firma Kling zu bewundern. Exklusivität hin, Luxus her – wenn's an Geld fehlt, scheinen die Kreationen nahezu in unerreichbarer Ferne. Aber ein bisschen träumen wird ja wohl erlaubt sein.

Michael Müller



„Die Einigkeit, die diese Show schafft, war in Pforzheim bisher ein Problem. Schmuck sollte eben nicht nur in Basel oder München gezeigt werden.“

Hans-Hermann Volz, Schmuckhersteller



„Die dynamische, flotte Präsentation widerlegte das Vorurteil, man könne Schmuck nicht an Models präsentieren.“

Philipp Reiser, Präsident des Bundesverbandes Schmuck und Uhren



„Die tolle Mode hat etwas abgelenkt. Ich finde es aber toll, dass die Pforzheimer Schmuckindustrie langsam offensiv wird.“

Gerhard Schuth, geschäftsführendes Vorstandsmitglied der Bundesagentur für Arbeit in Pforzheim



„Ich trage selbst meist nur Ringe – das war's. Die Ohringe hab' ich von einer Freundin geschenkt bekommen.“

Gogo Stojanovic, Model aus Frankfurt

ZUMTHEMA

Die Sponsoren

Die Trendshow wurde ermöglicht durch die beteiligten Schmuck- und Uhrenfirmen, die Agentur Dr. Simon Kommunikation sowie durch die Sponsoren „Sparkasse Pforzheim Calw“, die Mode-Marke „Mondi“, die Internet-Messe für Schmuck und Uhren „ISU“, und die Fachzeitschrift „FZ“.

mich



Mehr über die Show und die Kreationen unter:
www.isu.de
www.echt-ist-echt.de