

# »Zeit für Optimisten«



Antje Heepmann

In einfachen Zeiten ist es nicht schwer, optimistisch nach vorne zu blicken. Doch in der aktuell wirtschaftlich schwierigen Lage – vor allem für den Einzelhandel – muss man schon eine gehörige Portion Selbstvertrauen mitbringen, um sicher zu sein, dass man es auch in Zukunft schaffen wird. Doch Zuversicht allein reicht nicht aus. Hinzu kommen müssen Aktivität und Engagement – am besten im Verbund mit anderen. Denn, »so wie es jetzt ist, kann es nicht bleiben«, wie die deutsche Band Silbermond in ihrem Hit »Zeit für Optimisten« ganz richtig feststellt.

Nachdem die JRG Jewellery Relations Group sich bereits auf einen gemeinsamen Weg der Branche aufgemacht hat, um Schmuck und Uhren wieder auf der Begehrlichkeitskala weiter nach oben zu bringen, sind nun die »Schmuckwelten« in Pforzheim an den Start gegangen, um dieses Ziel ebenfalls zu erreichen. Der eingeschlagene Weg ist ein anderer, aber auch hier geht es um Gemeinsamkeit, um Aktivität und um Optimismus. Denn ohne diesen wäre ein Projekt solchen Ausmaßes nie ans Laufen gekommen. Über den Startschuss, die Eröffnung am 17. Juni, dieses von Optimisten erdachten Konzeptes berichten wir in der kommenden Ausgabe.

Zu hoffen ist, dass das große Ziel, Schmuck und Uhren wieder verstärkt ins Bewusstsein der Verbraucher zu bringen, erreicht wird. Gelingt dies, dann sind die Aussichten auf gute Umsätze gar nicht so schlecht. Denn trotz (T)Euro können sich die Bundesbürger heute mit ihrem Verdienst mehr Waren und Dienste leisten als noch vor zehn Jahren, teilte das Institut der deutschen Wirtschaft in Köln Ende Juni mit.

Verstärkt ins Bewusstsein der Schmuckhersteller geraten ist auf jeden Fall der Mann. Hier bietet die Schmuckwelt eine Fülle an Accessoires – von Klassikern wie Manschettenknöpfen und Krawattenklammern bis hin zu Ringen, Ketten und Arm-

bändern. Dank prominenter, schmucktragender Vorbilder wie David Beckham, Marius Müller-Westernhagen oder Ben Becker hat die Männerwelt entdeckt, dass das Tragen von Schmuck ihnen nichts von ihrer männlichen Ausstrahlung nimmt. Dafür sorgen nicht zuletzt die markanten Designs und die Materialauswahl der Hersteller. Man darf also optimistisch sein, dass Mann sich wieder auf den Schmuck besinnt – Nachholbedarf gibt es allemal. Das vielfältige Angebot in Sachen Männerschmuck zeigen wir Ihnen in dieser Ausgabe.

Dass Schmuck – speziell auch in Deutschland gefertigter – aufgrund seiner hohen Qualität und attraktiven Designs gute Chancen beim deutschen Konsumenten und im internationalen Wettbewerb hat, dazu tragen auch die deutschen Scheideanstalten einen wichtigen Teil bei. Und auch sie können das Interesse an den schönen Preziosen steigern. So öffnete beispielsweise in diesem Frühjahr die Allgemeine Gold- und Silberscheideanstalt in Pforzheim ihre Tore für ein Fernsehteam von Pro7, das für die Sendung Galileo den ersten Teil einer Dokumentation mit dem Titel »Vom flüssigen Gold zum edlen Schmuck« filmte. Das Fernsehen hat also die Faszination Schmuck entdeckt – auch das gibt Anlass zum Optimismus.

»Wir haben den Wind des Erfolges im Rücken, der uns unglaublich antreibt«, so beschreibt Thomas Körner die Umsätze der ersten sechs Monate der Marken der Festina Gruppe in Deutschland: Was ihn so optimistisch stimmt, erfahren Sie im ausführlichen Interview mit dem Geschäftsführer der Festina Uhren GmbH.

Hoch hinaus geht es bei den Fliegeruhren, die sich anhaltender und zunehmender Beliebtheit erfreuen. Einen Überblick über das Angebot der Hersteller finden Sie in dieser Ausgabe. Außerdem zeigen wir Ihnen die Neuheiten der Uhrarmbandhersteller, aus Leder, Metall, Kautschuk oder Silikon, von klassisch bis trendig. Viel Vergnügen beim Lesen!

*Antje Heepmann*