

EDEL METAAL

79e jaargang - december 2024

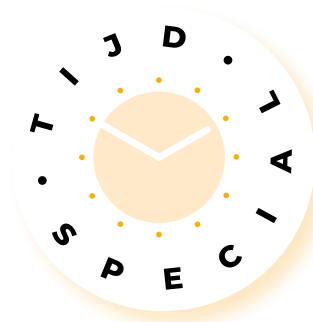
Nummer 6

Edelmetaal is het vakblad van de
Federatie Goud en Zilver

EigenTIJDse horlogemerken

Wat je met een koeienhorloge kunt bewijzen

Geef goud als je van elkaar houdt



F U N C T I O N E E L E N
M O D E R N

TOKIO
NEW YORK
PARIS

»»»100th
ANNIVERSARY OF THE
FIRST CITIZEN WATCH

Time for new
horizons.

The new Radio-controlled chronograph
made of strong Super Titanium™ and
with a sustainable Eco-Drive technology.
Always the right time. Everywhere.

SUPER TITANIUM



CITIZEN

AT8238-84M / KALIBER H800

citizenwatch.eu   



Colofon

Edelmetaal Magazine is een uitgave van de Federatie Goud en Zilver. 79e jaargang, nummer 6, december 2024

Losse verkoopprijs

€ 20,00 (excl. btw + porto)

Officieel orgaan van

Federatie Goud en Zilver (FGZ)

Redactie en productie

Federatie Goud en Zilver
Röntgenlaan 11
2719 DX Zoetermeer
079 - 331 53 00

Advertenties

Federatie Goud en Zilver
Röntgenlaan 11
2719 DX Zoetermeer
079 - 331 53 00
Daniël Voskamp
advertentieverkoop@fgz.nl

Administratie

Edelmetaal
Röntgenlaan 11
2719 DX Zoetermeer
079 - 331 53 00
www.edelmetaal.nl
edelmetaal@fgz.nl

Abonnementen

Nederland € 97,50 excl. BTW
Europa € 155 excl. BTW
buiten Europa € 240 excl. BTW
Werknemers van aangesloten bedrijven en leerlingen van de branchegerichte MBO-opleidingen € 65 excl. BTW.
Opgave bij de administratie o.v.v. werkgever of school. Ingang: ieder moment.
Voor het resterende deel van het jaar wordt een factuur gezonden. Opzegtermijn na de eerste vaste contractperiode van één jaar: 6 maanden met inachtneming van een termijn van één maand. Opzeggen kan per e-mail of post bij de administratie.

Druk

Auke Communicatie
Van Alkemadelaan 68
2597 AN Den Haag
070 - 324 80 25
www.aukesmits.nl

Uitgever en copyright ©

Federatie Goud en Zilver.
Niets uit deze uitgave mag verveelvoudigd en openbaar gemaakt worden zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Cover

De nieuwe G-SHOCK STEEL EDITION GM-2110. Zie pagina 41.

PIANEGONDA



Eurogold B.V.
Ledderweg 1a, 8161 SZ Epe

www.eurogold.nl

Telefoon: +31 (0578) 615 333
E-mail: info@eurogold.nl



Tijd

In de aanloop naar deze TIJD Special heb ik een bezoek gebracht aan de Vlaamse stad Lier, waar je het werk van de meesterlijke uurwerkmaker Louis Zimmer kan bewonderen; de Jubelklok met Astronomische Studio (aangedreven door één mechanisme), gemaakt ter viering van 100 jaar onafhankelijkheid van België, en de nog uitgebreidere Wonderklok, die getoond werd op de wereldtentoonstelling te Brussel in 1935.

Zimmer leerde het vak van zijn vader (bedrijfsopvolging!) en hij bekwaamde zich daarnaast in de vakken astronomie en geologie. De manier waarop hij daardoor uurwerktechniek met astronomische complicaties wist te combineren is uniek en zo exact dat de Wonderklok zelfs de precessie van de aarde weergeeft, met een wijzer die slechts één omwenteling per 25.800 jaar maakt. Voor wie dit nog niet kent: google dit en ga erheen! U zal niet zijn eerste fan zijn - u bent in het gezelschap van onder meer de koninklijke familie van België en Albert Einstein.

Een nieuwe generatie Zimmers loopt al warm op de Vakschool. En dat is maar goed ook want deze mensen zullen hard nodig zijn om het vak voort te zetten, dat blijkt wel uit het arbeidsmarktonderzoek naar de uurwerk-technische branche en uit de roep om grootwerksspecialisten tijdens de bijeenkomst van de Sectie Uurwerktechniek van dit voorjaar. Vanuit het bedrijfsleven doen we er daarom van alles aan om ze te steunen, zoals met het project Ambacht+ (zie het artikel op p. 65), met nieuwe lesstof en uitstroomprofielen, met gastlessen en met ervaren collega's die stageplekken bieden.

Ik hoop dat de studenten met u meelesen in deze editie van Edelmetaal die bol staat van de artikelen over uurwerken en uurwerktechnici. Maar ook de goudsmiden en juweliers worden in dit nummer niet vergeten. Sterker nog, we roepen u op om mee te doen aan onze nieuwe promotiecampagne om sieraden zo hoog mogelijk op het wensenlijstje van de consument te krijgen. Onze vertrouwde slogan is terug: "Geef goud als je van elkaar houdt!" En vergeet ook niet de vernieuwde informatiefolders over goud/zilver, diamant, edelstenen, parels en horloges, die gaan helpen om uw klanten te binden en, door de onderhoudsadvisen, om ze vaker terug te zien in uw winkel of atelier.

Maar genoeg van mij, u heeft het druk in deze periode. Daarom tot besluit alleen nog dit: veel succes in december en tot volgend jaar!

Patrick Thio

secretaris/directeur

Federatie Goud en Zilver

G-SHOCK

Built
DIFFERENT



GM-2110

Inhoud

UURWERKEN

- Een selectie van 10 leuke, minder bekende horlogemerken **20**
- Horloges & samenwerkingen, waarom twee soms beter is **26**
- Wat je met een koeienhorloge kunt bewijzen **32**
- De winnaars van de Grand Prix d'Horlogerie de Genève **38**

INTERVIEWS

- Distributie Ice-Watch & Watch People in eigen hand **14**
- Van Hell Juweliers opent Breitling Boutique **18**
- Jitsko Vrieze over praktijkbegeleider zijn **24**
- 70 jaar Arn van Ess Juwelier & Goudsmid **34**
- 150 jaar Wielinga Juweliers **46**
- Sylke van Peenen over de stap naar zzp-klokkenmaker **50**

PRODUCTNIEUWS

- TIJDnieuws, overzicht van nieuwe horloges **8**
- Casio: G-SHOCK Steel Edition **41**
- DELMA maakt al een eeuw horloges **42**
- 100e verjaardag van eerste CITIZEN zakhorloge **45**
- Kasius biedt nieuwe collectie met lab grown edelstenen **49**

TECHNIEK

- 350 jaar balansveer **30**
- De kunst van het decoreren van uurwerken **36**

EN VERDER

- Q&A by Esther: Samen sterke connecties bouwen **52**
- Taxaties met een verhaal: Vintage horloges **55**
- Events & Agenda **57**

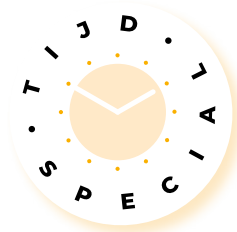
IN DE PRAKTIJK

- Promotiecampagne Geef goud als je van elkaar houdt **62**
- Nieuwe informatiefolders, speciaal voor leden **64**
- Ondernemen met je handen **65**
- Sectie brengt uurwerktechnici bij elkaar **67**
- Horlogereparaties aannemen **69**
- Waarom u lid moet zijn van de FGZ **71**
- Vakschool Schoonhoven aan het woord **72**



Nieuwe horloges EigenTIJDS

DOOR: JOKE SANTS



Wie er leuk uit wil zien, wil natuurlijk ook bij de tijd zijn. Letterlijk en figuurlijk. En daarom mogen in een TIJDspecial de nieuwste producten op het gebied van horloges natuurlijk niet ontbreken. Edelmetaal licht een aantal nieuwe modellen van diverse merken uit. Een klein overzicht, want het is onmogelijk om al het nieuws te laten zien...



Ebel

De EBEL 1911 Globe is een moderne versie van de Voyager uit 1989. Voorzien van wereldkaartmotief met gespiegelde afwerking en gerodineerde of geelgouden continenten. Met worldtimer-functionaliteit waarbij de lokale tijd op 24 locaties in de tijdzones die de wereld telt gevolgd kan worden.

Advies-w.v.p. € 2.900 - € 3.600.

WWW.EBEL.COM



Frederique Constant

Frederique Constant onthult een nieuwe versie van het karakteristieke model Classics Première, met een zalmkleurige wijzerplaat, een primeur voor deze lijn. Dit model, exclusief bedoeld voor de Europese markt, heeft verfijnde details, een gepolijste rvs kast en een diameter van 38,5 mm.

WWW.FREDERIQUE-CONSTANT.COM

AWAKE

Het jonge Franse indie-horlogemerkt AWAKE presenteert een collectie van vier nieuwe modellen met wijzerplaten die gemaakt zijn volgens de eeuwenoude techniek 'Son Mai', de Vietnamese kunst van geschuurde natuurlijke lak, uitvergroot door de toepassing van puur bladzilver.

WWW.AWAKEWATCHES.COM





Danish Design

De nieuwe kleur Choco van Danish Design komt naar voren in verschillende modellen waaronder de afgebeelde Pico Choco. Dit model heeft een goudgekleurde stalen kast, chocoladebruine wijzerplaat en leren band in dezelfde kleur.

Advies-w.v.p. € 169.

WWW.WEISZGROUP.COM

Diesel

De Diesel VERT uit de collectie Metamorphe is sportief en trendy en verkrijgbaar in verschillende uitvoeringen.

De VERT is het eerste Diesel-horloge dat is ontstaan in virtual reality, door gebruik te maken van nieuwe vormen van 3D-concepting in het ontwerpproces.

WWW.FOSSILGROUP.COM



CORUM

De Admiral 38 collectie in 18-karaats Rose Gold van CORUM heeft wijzerplaten in malachiet of blauwe aventurijn. De bezel van deze modellen is bezet met 72 diamanten. Elke wijzerplaat, geslepen uit steen, is uniek en voorzien van nog eens 10 diamanten. Met automatisch uurwerk dat zichtbaar is door de saffierglas achterzijde. Advies-w.v.p. CHF 27.100.

WWW.CORUM-WATCHES.COM



Bering

De Bering Limited Edition Solar herenmodellen in de bekende Deense minimalistische stijl combineren functionaliteit, vormgeving en duurzaamheid. In bicolor staal met groene en blauwe wijzerplaat. Opladen gaat via zonne-energie, de batterij hoeft niet vervangen te worden.

WWW.BERINGTIME.COM



Junghans

De nieuwe max bill Damen is verkrijgbaar in glanzende goudtinten gecombineerd met een witte wijzerplaat. Verkrijgbaar met een platte kast van 33 mm in drie uitvoeringen: een zilvergekleurde kast met zwartleren band en een goudgekleurde kast met witleren of goudgekleurde milanaise band.

Advies-w.v.p. € 745, € 795 en € 845.

WWW.JUNGHANS.DE



OMEGA

In dit feestelijke seizoen presenteert OMEGA vier modellen. De feestelijke selectie bestaat uit een Speedmaster, Seamaster, De Ville en Constellation. Advies-w.v.p. resp. € 6.200, € 7.300, € 5.400 en € 10.700.

WWW.OMEGAWATCHES.COM



Olympic

Voor de herfst en winter lanceerde Olympic collecties voor zowel heren als dames.

Advies-w.v.p. van € 39,95 tot € 159.

WWW.PDAGROUP.NL



Swatch

In 1984 organiseerde Swatch in New York het allereerste World Breakdance Championship. In 2024 lanceert het merk de collectie BREAK FREE. De horloges worden gepresenteerd als BIOCERAMIC WHAT IF? Swiss-Made, licht, soepel en comfortabel, maar ook levendig en opvallend. En met als detail het herkenbare werk van Keith Haring. Advies-w.v.p. € 130.

WWW.SWATCHGROUP.COM



Maurice Lacroix

Na de deelname aan de eerste TimeforArt in 2022 deed Maurice Lacroix dit jaar opnieuw mee aan deze liefdadigheidsveiling. De skeleton 'With What Eyes' is in samenwerking met Rodrigo Hernández ontworpen. Deze ontwerper staat bekend vanwege zijn reliëfs. Het horloge is dan ook voorzien van een reliëf dat twee apen die elkaar aankijken voorstelt.

WWW.WEISZGROUP.COM



Bell & Ross

Met de nieuwe BR-03 Horizon zet Bell & Ross een iconisch instrumenten van het dashboard van een vliegtuig om op de pols. Dit horloge, gelimiteerd tot 999 stuks, completeert de collectie van horloges geïnspireerd door instrumenten aan boord. Met automatisch uurwerk en gangreserve tot ca. 54 uur. Leverbaar met oranje en zwarte band. Advies-w.v.p. € 4.500.

WWW.BELLROSS.COM

Fossil

Afgebeeld uit de nieuwe collectie Raquel van Fossil een dameshorloges en ringhorloge, beide in goudkleurig staal. De kastbreedte van het horloge is 26mm en de kast van de ring meet 15mm. De rekband zorgt ervoor dat de ring eenvoudig omgedaan kan worden.

WWW.FOSSILGROUP.COM





MeisterSinger

MeisterSingers Edition Notre Dame heeft een indrukwekkend roosvenster, geïnspireerd op de roosvensters van de Notre Dame, en een klinkende 'Sonnerie au Passage' op het hele uur. Met dit model viert MeisterSinger de heropening van de kathedraal na de brand in 2019. Beperkt tot 70 stuks.

Advies-w.v.p. € 4.599.

WWW.MEISTERSINGER.COM



Alpina

Nieuw van Alpina is de Heritage Automatic. In twee varianten, een met beige wijzerplaat met Arabische cijfers en een met grijze uurcirkel met afwisselend Arabische cijfers en bronzen uurmarkeringen. Dit uurwerk reproduceert de esthetische normen van de jaren 1920 en 1940: een ingeperkte diameter van 38 mm, dauphine wijzers, leren band met gesp en meer.

WWW.ALPINAWATCHES.COM



Liu Jo

Afgebeeld een smartwatch voor heren van Liu Jo. Voor smartwatches heeft Liu Jo een virtuele support opgezet om juweliers en consumenten te ondersteunen.

WWW.LIUJO.COM





Smarty

De nieuwe Smarty2.0 smartwatch voor kinderen combineert veiligheid en plezier in een compact ontwerp. Met ingebouwde GPS en SOS-oproepfunctie. Met de Smarty kunnen kinderen o.a. spelletjes spelen, chatten, videobellen en foto's maken. Leverbaar in twee kleuren.

WWW.PDAGROUP.NL



Raymond Weil

De collectie millesime van Raymond Weil is uitgebreid met vijf mechanische 35mm horloges, verkrijgbaar in verschillende uitvoeringen. De drie afgebeelde 2125-modellen hebben een band in grijs of blauw leer en in roségekleurd staal. De twee 2145-modellen zijn voorzien van een maanfase op 6 uur.

WWW.WEISZGROUP.COM



Samsung

De Galaxy Watch 7 Special Edition van Samsung heeft power voor de hele dag dankzij de 3nm-processor. Navigeren gaat met Dual-Frequency GPS. Het horloge houdt hartslag, workouts en slaap bij met de BioActive Sensor. Galaxy AI gebruikt deze gegevens om inzichten over gezondheid en welzijn te verbeteren met Energy Score en Wellness Tips.

WWW.PDAGROUP.NL



Armani

Van Armani Exchange: het herenmodel Dante Chronograph Watch AX1958 in goudkleurig staal met zwarte wijzerplaat en voor de dames model AX5721, eveneens in goudkleurig staal met vierkante kast van 27mm.

WWW.FOSSILGROUP.COM

Distributie nu in eigen hand met een ervaren sales team

‘Ice-Watch hoort bij iedere juwelier thuis’



DOOR: MONICA KRUISMAN
FOTO'S MAURICE EN MARK: MAURITS VAN HOUT

Het ontbreekt bij Maurice van Gelderen en Mark Hastman niet aan ambitie als het gaat om de verovering van juweliers in Nederland voor het kleurrijke horlogemerken Ice-Watch. Er is nog veel groeiruinimte voor de horlogecollecties in de prijsklasse tot 100 euro, die passen bij elke mode- en levensstijl. Kids, dames, heren; het gamma is breed, de collecties en vernieuwingen talrijk. “We willen de hele onderkant van de markt naar ons toetrekken”, klinkt het zelfverzekerd.

Mark en Maurice vullen elkaar aan als het gaat over de vraag wat er voor de juwelier veranderd is sinds de distributie van Ice-Watch niet langer verloopt via de tussenhandel.

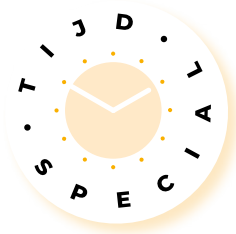
Meer marge

“Een belangrijk verschil is dat er ruimte is ontstaan om de juwelier een hogere marge te geven. We garanderen 2,5 op alle producten. Ook kunnen we onze marketing in Nederland uitbreiden, bijvoorbeeld voor socials en influencers. Bepaalde zaken zijn sneller aan te passen als dat nodig is en er zijn kortere lijnen voor momenten dat juweliers iets samen willen doen met het merk. Ice-Watch heeft veel geïnvesteerd in een goed werkende digitale omgeving.

De juwelier krijgt een login op onze B2B-portal. Daar zie je direct wat er op voorraad is en wat de bestsellers zijn. Het is nu veel makkelijker om je collectie op peil te houden. Foto's van collecties zijn direct te downloaden voor de eigen website, voor socials. Wij gaan zelf veel langs bij onze relaties, direct en persoonlijk contact blijft belangrijk. We willen het merk in Nederland echt een nieuwe impuls geven. Na een tijdje van stagnerende cijfers zeggen we nu: We're back!”

Ice-app

Het merk is trots op de Ice-app. Een tool die je op een leuke manier betrokken houdt bij Ice-Watch, speciaal ontwikkeld voor de juwelier. Je kunt deelnemen aan een quiz en door



de vragen te beantwoorden leer je de collecties beter kennen. Iedereen die eraan meedoet, ontvangt om de zoveel tijd een goodie. Met de app heb je altijd de juiste informatie bij de hand.

Betaalbare smartwatch

De ICE smart is het laatste jaar het best verkopende model, vertelt Maurice. "Meer dan de helft van onze omzet komt uit smartwatches. Door de prijsstelling onder de 100 euro is het heel simpel voor jong en oud om met een smartwatch in aanraking te komen. Alles basisfuncties zitten erin. Bellen, berichten ontvangen, hartslagmeter, stappenteller en nu ook gps. Echt heel compleet."

"Onze nieuwste collectie is ICE holiday. Best een gewaagde stap, want het is een wat 'rijker' model, met een ovale vormgeving. Wij denken dat de trend richting het ovale gaat, niet terug naar rond. Er zit meer aanbod bij voor mannen. Draag



ICE holiday



ICE smart

“

Ice-Watch heeft veel geïnvesteerd in een goed werkende digitale omgeving”

”

je het large model met stalen kast, dan heb je echt wat om je pols. Opvallende details, zoals schroeven in de lunette en ton-sur-ton kleuren, geven deze lijn een heel eigen karakter." ICE holiday is de derde iconische collectie van Ice-Watch. "De eerste collectie bestond uit het 'Rolex'-model in wel honderden kleuren en maten. Daarna volgde het bekende ICE model, een heel onderscheidend horloge uit één stuk. Nu hebben we de ovale holiday." Ice-Watch eigenaar Jean-Pierre Lutgen bedacht de naam als parodie op zijn vrije tijd: business on holiday.

Watch People, Swiss made

Op de afgelopen najaarsbeurs introduceerde CEO Jean-Pierre Lutgen het nieuwe horlogemerken Watch People. Hij zag dat er aan de onderkant van de horlogemarkt van Zwitserse makelij weinig fun te beleven was. Daar wilde hij verandering in brengen. Swiss, but not boring. Mark gaat er



Watch People WP1



Watch People WP6

wat dieper op in: “We vullen met Watch People een gat in de markt, een plek waar saaiheid heerst. Met Zwitserse horloges die kleurrijk en fun zijn, maar tegelijkertijd elegant en verfijnd. Qua prijs sluit het mooi aan op Ice-Watch, namelijk

“ **De collecties van Watch People zijn met een knipoog geïnspireerd op legendarische modellen uit het luxe segment** ”

van 150 tot 250 euro. Wat bijna ook weer uniek is voor Swiss made, met saffierglas. De collecties zijn allemaal met een knipoog geïnspireerd op legendarische modellen uit het luxe segment. Jonge generaties komen tegenwoordig via

social media veel in aanraking met dure merken. Nu maakt Watch People het betaalbaar om een dergelijk model te dragen.”

Change. You can

Het motto van Ice-Watch is: Change. You can. Door de diversiteit en betaalbaarheid kun je bij elke outfit een andere kleur horloge dragen. Voor iedere lifestyle is er een passend model. En veel keuze voor kids. Het merk zorgt ervoor dat de collecties steeds veranderen, zodat het blijft verrassen. Maurice en Mark zijn onvermoeibaar op pad om dealers te bezoeken. Zij zijn ervan overtuigd dat Ice-Watch bij iedere juwelier thuishoort.

WWW.ICE-WATCH.COM, WWW.WATCHPEOPLE.COM



Mark Hastman en Maurice van Gelderen op de beurs in Utrecht

Wie zijn...?

De mannen die sinds vorig jaar hun mouwen opstropen voor de directe distributie van Ice-Watch zijn Mark Hastman en Maurice van Gelderen. Mark is in 2000 begonnen bij Paul Simons Watches & Design als accountmanager voor Frederique Constant en Alpina. In 2015 overgestapt naar MeisterSinger bij Time Company. Na acht jaar ging hij de nieuwe uitdaging aan om het merk Ice-Watch opnieuw op de kaart te zetten in Nederland. Maurice heeft ook gewerkt bij Paul Simons Watches & Design. Later deed hij de distributie van het horlogemerkt William L.1985. Hij ging aan de slag bij de PDA Group als brandmanager van onder andere Hugo Boss. In 2007 was Maurice bij de introductie van Ice-Watch in Nederland. Hij is enthousiast over de hernieuwde samenwerking met de oprichter van het merk Jean-Pierre Lutgen en zijn oud-collega Mark.



WATCHPEOPLE

SWISS  MADE



FREEDOM IS THE ONLY LUXURY

Mark Hastman | mark.hastman@ice-watch.com | tel : +31 6 31991580
Maurice Van Gelderen | maurice.vangelderen@ice-watch.com | tel : +31 6 55891122

watchpeople.com

Van Hell Juweliers opent Breitling Boutique in Apeldoorn 'We gaan voor een nieuwe uitdaging'



DOOR: THEA VAN SETTEN
FOTO'S: ROZEMARIJN ARENDS

Onlangs opende Van Hell Juweliers in het naast gelegen monumentale pand een gloednieuwe Breitling Boutique. Leon van Hell, de vierde generatie van het familiebedrijf, runt de boutique. "Ik vind het een enorme eer dat ik dit mag doen. Horloges zijn mijn passie en ik ben al jaren een enorme fan van Breitling."

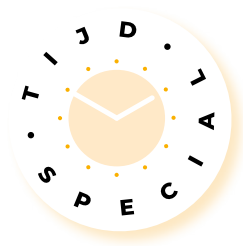
Ze bestaan al 91 jaar; familiebedrijf Van Hell met zaken in Amersfoort en Apeldoorn. "Inmiddels zit de vijfde generatie in de zaak in Amersfoort", vertelt Ab van Hell (derde generatie), die al weer 31 jaar verantwoordelijk is voor de zaak in Apeldoorn. "Met mijn achternicht Joanne en -neef Martijn staat de vijfde generatie in de winkel in Amersfoort. Mijn zoon Leon en dochter Mirjam werken al weer een aantal jaren hier in Apeldoorn. Die gemoedelijke familiale sfeer dragen we ook uit aan de klant." Leon vult aan: "Dat is onze kracht. Samen met onze vakkennis bieden we vooral persoonlijke aandacht. We willen mensen echt blij maken."

Breitling boutique

De exclusieve juwelierszaak Van Hell met merken als Arthur Scholl, Bigli, Tirisi, Longines, Christiaan van der Klaauw en een Breitling-corner wilde verder uitbreiden. "We kregen de mogelijkheid om het pand uit 1868 hiernaast te kopen", zegt Ab. "Net toen we in onderhandeling waren over de koop van dit pand kwamen er mensen op bezoek van Breitling om te praten over uitbreiding van hun corner. Zij vroegen wie de eigenaar was van het naastgelegen pand; ze vonden dat dit monumentale pand toch wel heel erg geschikt zou zijn voor een Breitling Boutique. Zo is het aan het rollen geraakt." Of hij het ook meteen zag zitten? Ab: "Als er één merk is waarmee ik het aandurf, is het Breitling. Zij gaan al 140 jaar mee. Het is een sterk merk qua productontwikkeling, innovatie en marketing. In de verkoop loopt het nog steeds goed, in tegenstelling tot sommige andere exclusieve horlogemerken."

Haalbaarheid

"Uiteraard hebben we het kostenplaatje goed onderzocht", licht Ab toe. Onze situatie is anders dan bijvoorbeeld de Breitling Boutiques in Den Haag en Amsterdam, omdat we het in combinatie doen met onze huidige zaak. Er is letterlijk een doorgang gemaakt van de ene naar de andere zaak. We hopen dan ook op een kruisbestuiving in de omzet. Bovendien is het in deze tijd bijzonder om dit exclusieve horlogemerk als juwelier te kunnen verkopen.



De trend is dat exclusieve horlogemerken zich terugtrekken bij juweliers. Dat zie je bijvoorbeeld bij Cartier, Rolex en Omega.”

“Daarnaast hebben we ook goed gekeken naar Breitling-dealers in de regio”, vult Leon aan. “Dat zijn er niet zo veel. Naar het westen toe zit de dichtstbijzijnde dealer in Zeist en naar het oosten in Enschede. We hebben dus met onze Breitling Boutique in het midden van het land een unieke positie.” De ruimte die vrij is gekomen in de oude Breitling-corner is opgevuld met een aantal nieuwe juwelenmerken zoals Schaffrath en Annamaria Cammilli.

Wereldwijd retailconcept

De Breitling Boutique in Apeldoorn is de vijfde die in Nederland is geopend. De andere boutiques zijn in Amsterdam, Den Haag, Rotterdam en Nijmegen. Een zesde boutique is

“ **Je wordt als het ware ondergedompeld in Breitling** ”

in aanbouw in Enschede. “Dan is de markt ook wel verzadigd”, denkt Ab. “Misschien nog één in Maastricht. Maar die ligt dan weer op een drielandenpunt.” Wat is er zo bijzonder aan een boutique van Breitling? Leon: “Het is de sfeer die ze creëren, die helemaal bij het merk past. Het is een concept dat wereldwijd op dezelfde manier wordt toegepast. Je wordt als het ware ondergedompeld in Breitling. De inrichting is industrieel chic. Een beetje op zijn New Yorks, met bakstenen wanden, stoere leren zitjes, een motor in de zaak etc. De thema’s air, land & sea, die terugkomen in de collecties, zijn ook in de inrichting verwerkt. In een aparte boutique kun je die sfeer toch beter doorvoeren dan in een corner”.

Aantrekkingskracht

“Het was een vereiste van Breitling dat Leon de boutique zou gaan runnen. Ik heb er alle vertrouwen in dat het een

succes wordt,” vertelt Ab trots. “Ik adem Breitling,” lacht Leon. “Ik ben helemaal gek van het merk en hoop dat samen met mijn collega over te brengen op de klant. De collectie is heel breed, zowel voor heren als voor dames. Er zitten veel topmodellen in die al jaren worden verkocht, zoals de Navitimer, de Classic Avi en Superocean Heritage.



Leon en Ab van Hell: “We willen mensen echt blij maken.”

Dat vind ik ook het mooie van Breitling. In alle horloges komt de historie van het merk terug. Ze zijn ook heel actief in hun marketing met beroemde ambassadeurs zoals Erling Haaland, Charlize Theron en Giannis Antetokounmpo. Het is echt een merk waar je bij wilt horen.”

WWW.VANHELL-JUWELIERS.NL

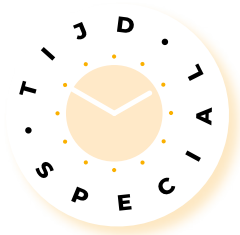
Bij het ter perse gaan van deze Edelmetaal was de verbouwing van het pand nog niet helemaal klaar, waardoor hier geen beeld van is.

10 tips voor kleine merken

Onbekend, maar niet onbemind

DOOR: ELZEMARIE KARSDORP

Waar vinden we nog die onbekende, maar interessante horlogemerken nu toegankelijke beurzen spaarzaam zijn? Gelukkig melden ze zichzelf online, per mail of persoonlijk zodat we bij gebrek aan een beurs toch een selectie hebben kunnen maken van 10 leuke merken. Het zijn nieuwkomers en oude bekenden, voor hippe jongeren of stijlvolle ouderen en van design tot klassiek. Wellicht is dit tiental welkom bij de Nederlandse juwelier?



Ligure Watches

Het Nederlandse Ligure is het merk van drie Nederlanders die een gezamenlijke passie samenbrachten in een nieuw horlogemerk. Gemaakt volgens een volledig eigen ontwerp verschenen in het voorjaar van 2022 de eerste horloges en sindsdien verschijnen er regelmatig nieuwe uitvoeringen van de Tartaruga, Italiaans voor schildpad vanwege de kenmerkende schildpadvormige kast en met een kroon op 4 uur. De Tartaruga is een duikhorloge dat ook boven water niet misstaat. Het team achter Ligure richt zich op dit moment op de Nederlandse markt waar inmiddels elf verkooppunten zijn. Advies-w.v.p. € 795.



Morval Watches

Morval Watches is het merk van Ralph van Wezel, in het dagelijks leven hoofd van een ziekenhuisapotheek, maar in oktober verschenen de eerste horloges van zijn eigen horlogemerk. Morval Watches staat voor horloges met een vrij ingetogen design, maar met details die het voor de liefhebber leuk maken, zoals dubbelzijdig ontspiegeld glas, de uit een plaat gefreesde uren indices, een opengewerkte achterzijde en een conisch toelopende kast zodat het platter oogt op de pols. Het horloge is niet als een standaard bouw pakket ergens besteld, maar door Ralph van Wezel zelf ontworpen en de onderdelen zijn van verschillende toeleveranciers afkomstig en in Nederland geassembleerd. Advies-w.v.p. € 699.



Vandaag

Vandaag. De naam klinkt goed toch? Al is de naam niet afkomstig uit het Nederlands, maar uit Nederduits. Het jonge merk is ontstaan uit een bedrijf dat al twintig jaar horloges voor andere merken maakte, maar het nu zelf is gaan doen. Vanuit Oldenburg in het noordwesten van Duitsland brengt Vandaag horloges met een minimalistisch design met een vleugje sportiviteit. Daarnaast is functionaliteit belangrijk als het om chronografen en duikhorloges gaat. Een ontwerp met mannelijke charme is hiervan volgens Vandaag het resultaat. Wat we ons daarbij moeten voorstellen, zien we in de pilotenhorloges Schallmauer Horizont met quartz uurwerk en de Schallmauer Automatic met automatische uurwerk. Advies-w.v.p. kwartshorloge € 349 en automaat € 1.679.





Angelus

Geen nieuwkomer, maar toch onbekend bij het grote publiek is het Zwitserse Angelus. Het merk werd in 1891 opgericht door de gebroeders Stolz en legde zich de afgelopen eeuw toe op chronografen, gecompliceerde horloges en alarmhorloges. Een recent wapenfeit is de Instrument de Vitesse. Instrument de Vitesse is een chronograaf voor korte bursts, en dan zonder sub counters. Met behulp van de discrete tachymeterschaal, gedrukt op de rand van de wijzerplaat, de centrale secondewijzer en de knop op de kroon is het een instrument om de gemiddelde snelheid over een maximumperiode van 60 seconden te meten. Advies-w.v.p. CHF 17.200.

Byrne

Niet voor de massa, maar voor iedereen die iets anders zoekt is er het jonge merk Byrne. Byrne is een horlogemerk dat in 2022 is opgericht door John Byrne, een ervaren horlogemaker met een achtergrond in de horloge-industrie. Op dit moment heeft Byrne wereldwijd vijftien verkooppunten, maar het streeft naar een constante verdere groei. Het merk staat bekend om zijn innovatieve ontwerpen, waaronder het unieke Gyro Dial-systeem, waarbij de uurmarkeringen op verzoek of om middernacht veranderen. De nieuwste variant is deze Meca Gyro Dial. Advies-w.v.p. CHF 25.000.



Depancel

Depancel is een jong, Frans horlogemerk dat zich richt op het maken van betaalbare en hoogwaardige horloges geïnspireerd door de auto-industrie. De naam is een samenstelling van de oude Franse luxe autofabrikanten Delage, Panhard and Facel Vega. Sinds 2018 maakt het Franse merk chronografen voor mannen die van autosport houden. Zoals de Allure Chronograph MecaQ 36 mm die de toon zet voor toekomstige creaties in de Depancel collecties. Het horloge combineert technische bekwaamheid met een strak eigentijds design en wordt aangedreven door quartz-technologie. Advies-w.v.p. € 595.



SevenFriday

SevenFriday is meer dan een horlogemerk. Het is een trendy lifestylemerk dat industrieel geïnspireerde kleding, eyewear, accessoires en horloges maakt. Gericht op iedereen die elke dag leeft alsof het vrijdag is maakt SevenFriday producten met een retro-futuristische uitstraling. Als het om horloges gaat is de ME-serie een goed voorbeeld. Met zijn aerodynamische kast vindt het horloge de perfecte balans tussen vernieuwend maar toch vertrouwd, vooruitstrevend maar acceptabel. Een opvallend visueel kenmerk van de ME zijn zonder twijfel de drie uitgesneden saffierglaspanelen, die bijdragen aan de moderne look en feel van de serie. Advies-w.v.p. \$ 1.490.





Nivada Grenchen

Nivada Grenchen is geen jong merk. Integendeel zelfs, want het Zwitserse horlogemerkt heeft een rijke geschiedenis die teruggaat tot 1926. Het merk stond ooit goed bekend om zijn robuuste, functionele horloges maar met de opkomst van het kwartsuurwerk verdween het merk uit beeld. In 2018 heeft Nivada Grenchen een comeback gemaakt door vintage ontwerpen opnieuw uit te brengen, gericht op liefhebbers van retro- en toolhorloges. Het merk combineert moderne technologie met authentieke designs uit de jaren '50 en '60. Nieuw is de Chronoking Mecaquartz, die verkrijgbaar is met een tachymeter of een GMT-functie. Leuk is ook dat de bezel kan worden vervangen door een van de vijf andere kleuren. Advies-w.v.p. € 520.

Doxa

Doxa is een pionier in de ontwikkeling van duikhorloges, een merk dat al sinds 1889 bestaat en anno 2024 kan worden gezien als een nichemerkt. Al is het wel een merk dat op dit moment stevig aan de weg timmert. Het grote merk van vroeger maakte in 1997 een nieuwe start, met iconische collecties voor de actieve man en vrouw van nu. De vijf belangrijke collecties zijn de SUB 200, SUB 300T, SUB 300, SUB 600T en SUB 300 Carbon. Elk daarvan is nu ook uitgevoerd in de kleur Sea Emerald, niet alleen omdat dat een trend is, maar ook omdat het de nauwe band van Doxa met de duiksport nog eens benadrukt. Advies-w.v.p. van SUB200 € 970 tot SUB300 Carbon € 4.190.



Jean Marcel

Wie op zoek is naar ultraplatte horloges die elegant onder de mouw van een overhemd kunnen worden gedragen, is bij Jean Marcel aan het juiste adres. Het merk heeft zijn wortels in het Duitse Pforzheim, maar wordt in Zwitserland gemaakt waarbij het zich al drie decennia toelegt op ultraplatten horloges. De Stealth-modellen kenmerken zich door hun extreme dunheid en minimalistische design. In de edelstalen kast klopt het chronometer gecertificeerde en aangepaste ETA 2892A2 kaliber. Advies-w.v.p. € 2.149.



GOUD KOOP JE BIJ

DRIJFHOUT

Klokkenmaker Jitsko Vrieze over praktijkbegeleider zijn 'Bij mij moeten stagiairs nadenken'



DOOR: WILMIE GEURTJENS
FOTO'S: MAURITS VAN HOUT

Jitsko wordt nog elke dag blij van zijn vak. Zijn stagiair vult op de achtergrond zelfstandig een werkbon in.

Op school leer je de basis van je vak, maar pas tijdens een stage merk je hoe breed de dagelijkse praktijk is. Bijvoorbeeld bij de Haagse winkel/werkplaats The Course of Time, waar Jitsko Vrieze graag zijn passie voor klokkenmaken overdraagt op de nieuwe generatie.

"Mijn eerste stagiaire benaderde me een aantal jaren geleden zelf. Ze wilde meer leren over onderhoud en reparatie van grootwerk. Zulk eigen initiatief, daar houd ik van. Ik heb geen klik met iemand die zegt: 'Ik moet stage lopen voor mijn opleiding, zeg maar wat ik moet doen'. Ik heb een enorme passie voor mechanische uurwerken en vind het mooi om mijn kennis over te dragen. Ook omdat ik het heel belangrijk vind dat er meer uurwerkmakers bijkomen."

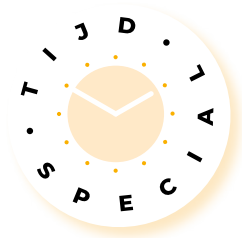
Een plan maken

"Tijdens je stage begin je met meters maken. Het vak leren door het heel veel te doen. Voor ze beginnen laat ik nieuwe stagiairs een lijstje maken van het soort uurwerken dat ze willen herstellen. Daardoor moeten ze nadenken over wat

ze bij mij komen doen en wat ze belangrijk vinden. Vervolgens vraag ik hen om een plan te maken. Welke klokken ze de komende maanden willen repareren en binnen hoeveel tijd ze dat gedaan willen hebben. En dan probeer ik dat samen met hen voor elkaar te krijgen. Ik heb overigens niet altijd stagiairs. Het hangt er vanaf wie zich meldt. Weer die motivatie hè!"

Vrij

"Pas als ze dat stageplan hebben, kunnen ze bij mij beginnen. Maar vanaf dat moment laat ik ze heel vrij. Ze krijgen een klok uit de winkelvoorraad en mogen die gaan repareren. Ik observeer hoe het gaat. Wanneer het nodig is geef ik tips of beantwoord vragen. Soms lopen ze vast. Blokkeren



ze. Dan ben ik wat voorzichtiger. Ik zeg: 'Wat zou je zelf kunnen bedenken om het op te lossen?' Als het echt niet gaat help ik ze natuurlijk verder. Ik geef ook weleens theoretische opdrachten. Zo berekende een stagiaire voor een klok waarvan de slinger ontbrak de vereiste slingerlengte en maakte vervolgens een hele nieuwe, van begin tot eind."

Zelf nadenken

"Elke dag evalueren we. Wat vond je makkelijk, wat vond je moeilijk? Wat vond je leuk? Ik creëer een sfeer waarin ze zich vrij voelen om te vragen en, opnieuw, zelf na te denken. Toen ik ooit stage liep bij de legendarische meneer Gaemers* gaf

“ **Met vakkennis alleen red je het niet, je moet ook weet hebben van de administratieve processen die erbij horen** ”

hij me ook dat vertrouwen. Uiteindelijk ben ik door hem mijn bedrijf hier op het Noordeinde gestart. Dat vertrouwen en de liefde voor het vak geef ik graag door aan anderen."

Eigen atelier

"Wat me heel erg opvalt is, dat klokkenmakers zelden iemand in dienst nemen. Een eigen atelier beginnen is daarom al snel een logische stap. Maar zelfs met uitmuntende vakkennis alleen red je het niet. Je moet ook weet hebben van de administratieve processen die erbij horen. Van kostprijsberekening, een offerte maken en een factuur schrijven. Je moet kunnen omgaan met klanten, een verkoopgesprek voeren, aan marketing doen. Ook op die gebieden probeer ik mijn stagiairs wat mee te geven."

Sexyer

"Belangrijk is natuurlijk dat ze op school al over ondernemerschap leren. Daarom was ik betrokken bij het vormgeven van het nieuwe kwalificatiedossier voor de Vakschool via de SBB, de Samenwerkingsorganisatie Beroepsonderwijs Bedrijfsleven. We hebben heel wat vergaderd over hoe

het leerprogramma er in de huidige tijd uit moet zien. Met ingang van dit schooljaar is Ondernemerschap daarvan voortaan een nieuw vast onderdeel. Verder hebben we de uitstroomrichtingen sexyer gemaakt. Dus in plaats van de wat stoffige keuze tussen grote klokken of horloges kunnen leerlingen kiezen voor de richting luxury specialist, designer of restauratie/conservatiespecialist."



Papierwerk is een wezenlijk onderdeel van het runnen van een eigen bedrijf.

Vakschool

"Af en toe organiseert de Vakschool een Praktijkbegeleidersdag. Dat vind ik leuk. Praten met anderen die hetzelfde doen en van elkaar leren. Elke stagiair heeft ook altijd een docent als contactpersoon, bij wie ik wanneer nodig terecht kan voor overleg. Waarom ik zoveel tijd besteed aan Praktijkbegeleider zijn? Het is natuurlijk altijd gezellig om samen aan het werk te zijn. Maar ik wil ook helpen om zoveel mogelijk nieuwe klokkenmakers op te leiden, zodat het beroep blijft leven. Enthousiasme kweken en het vak weer laten groeien. De huidige groep uurwerkmakers komt om in het werk. Voor de nieuwe generatie ligt de markt open."

WWW.THECOURSEOFTIME.NL

** Antoon Gaemers (1949-2020) was de vierde uurwerkgeneratie Gaemers aan het Noordeinde in Den Haag. Hij was in het bijzonder gespecialiseerd in mechanische uurwerken en internationaal bekend als kenner op het gebied van chronometrie.*

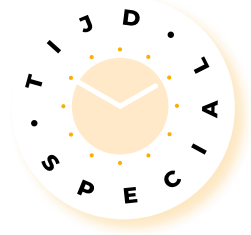
Aanmelden?

Wie zich aan wil melden als praktijkbegeleider kan dat doen bij de SBB: www.s-bb.nl.

Hoe samenwerkingen leiden tot bijzondere horloges **Waarom twee soms beter is dan één**

DOOR: ELZEMARIE KARSDORP

Een kunstenaar, een ander merk, een product of een designer. Horlogemerken die iets opvallends willen brengen, gaan steeds vaker een samenwerking aan met een andere partij. De horloges die hieruit voortkomen, hebben hun voordelen voor de beide partijen en de klant. Maar wat maakt een succesvolle 'collab'?



We zien het steeds vaker: horlogemerken die een samenwerking aangaan met een partij van buiten en vervolgens een bijzonder horloge de wereld in sturen. Het kan een kunstenaar zijn of een architect, een sporter of een influencer, een bedrijf of een ander horlogemerken. Net als je denkt dat we alles wel gezien hebben, dient het volgende opvallende gelegenheidsduo zich alweer aan. Maar waarom doet een horlogemerken zoiets?

→ Een eerste reden is dat een merk graag iets nieuws wil brengen en hiervoor op zoek is naar een frisse blik van buiten. Door samen te werken met een andere partij kan een horlogemerken profiteren van nieuwe creatieve ideeën en expertise die ze anders misschien niet zouden hebben. Een samenwerking met een modeontwerper of kunstenaar kan leiden tot een uniek design dat afwijkt van de gebruikelijke stijl van het merk. Een andere onbaatzuchtige reden is om dit te doen voor een goed doel.

→ Een belangrijke reden is het vergroten van de markt. Door zo'n samenwerking krijgt het merk ook aandacht van een nieuwe groep klanten, mensen die anders misschien

nooit naar het merk zouden hebben gekeken. Een grote markt kan ook een internationale markt zijn. In een regio waar het merk nog geen bekendheid geniet, kan het helpen om mee te liften op de bekendheid en het imago van een ander, lokaal sterk merk of persoon.

→ Ook maakt een creatieve samenwerking het mogelijk om een keer extra op te vallen. Een opvallend horloge kan het imago van een merk verbeteren, maar dan zonder dat dit ten koste gaat van de collectie die vaak al decennialang zorgvuldig is samengesteld en past bij het beeld dat een merk van zichzelf heeft gecreëerd. Door een andere partij in te schakelen is duidelijk dat dit een eenmalige actie is, die geen deel uitmaakt van de vaste collectie.

→ Een samenwerking kan ook zijn bedoeld om bij te dragen aan het versterken van het imago en het creëren van exclusiviteit en prestige. Prestige door een band aan te gaan met iets of iemand die groter is dan jijzelf en exclusief omdat het vaak om gelimiteerde edities gaat die een idee van zeldzaamheid oproepen.

Casio x Uno

Wie kent Uno nu niet? Het populaire kaartspel sinds de jaren zeventig zien we nu in een horloge van Casio. Het merk maakt dit colabo model A168WEUC in samenwerking met Mattel en liet zich hiervoor inspireren door Uno. Het horloge is ontworpen naar het klassieke uiterlijk van het kaartspel en de typische Uno Wild card-kleuren rood, blauw, geel en groen. Als het lampje wordt geactiveerd, verschijnt het woord 'Wild' op het lcd-scherm. Advies-w.v.p. € 99,90.





Frederique Constant x seconde/seconde

Wat doe je als horlogemerks als je eens een keer echt gek wilt doen? Dat bel je seconde/seconde. Het Franse bedrijf van Romaric André voegt met plezier een portie humor en ironie aan horloges toe. Van Frederique Constant kreeg hij de vraag om met zijn ontwerp duidelijk te maken dat het merk eigen uurwerken maakt en dat de assemblage handwerk is. Hij bewerkte de Slimline Moonphase Date met als resultaat een wijzerplaat met ongelijkmatige uuraanduidingen, een handgeschreven merknaam en een maanfase die met de hand getekend lijkt. Advies-w.v.p. € 3.295.

Ace x Christopher Ward

Kan een juwelier ook het initiatief tot en collab nemen? Zeker wel; Ace Jewelers doet dat zelfs veelvuldig, met vaak een verrassend resultaat. De nieuwste collab van Ace Jewelers is een samenwerking met het Britse horlogemerks Christopher Ward. Die heeft geleid tot The Twelve Hebrew. Dit speciale model is gebaseerd op het model The Twelve, maar naar een idee van Ace nu met een blauwgradiënt wijzerplaat in een stalen kast en het Hebreeuwse cijfer '12', als een subtiele knipoog naar cultureel erfgoed en tijdloos design. Advies-w.v.p. € 1.350.



Armin Strom x Franz Gertsch

Kunnen we spreken van een samenwerking tussen een horlogemerks en iemand die is overleden? In het geval van Armin Strom zeker want de kunst en de persoon van Franz Gertsch (1930–2022) zijn nauw verbonden met het merk en de mensen erachter. Het horloge dat Armin Strom creëerde als eerbetoon aan Gertsch is de Mirrored Force Resonance Lapislazuli. Geïnspireerd op de 'Blauwe Fase' die kenmerkend is voor de kunstwerken die Gertsch maakte. Een horloge ten behoeve van TimeForArt, een veiling waarvan de opbrengst is bedoeld ter ondersteuning van opkomende kunstenaars.



Seiko x Porter Classic

Seiko sloeg voor een nieuw model in de Presage Craftsmanship Series de handen ineen met Porter Classic, een Japans modemerks, bekend om hoogwaardige producten die ambachtstechnieken combineren met modern design. Oprichter Katsuyuki Yoshida heeft een sterke interesse in zakhorloges en vroege 20e eeuwse Seiko-ontwerpen. Dit nieuwe horloge eert daarom de Laurel, het eerste polshorloge van Japan, dat Seiko in 1913 creëerde. Net als de originele Laurel is de wijzerplaat van email waarvoor Katsuyuki Yoshida koos voor een chique zwarte emailen wijzerplaat. Advies-w.v.p. € 2.400.





Franck Muller x Loes van Delft

Franck Muller en de Nederlandse kunstenaar Loes Van Delft slaan opnieuw de handen in elkaar voor een exclusief horloge. De wijzerplaat van dit nieuwe model toont een 'skull', omlijst door vurige kleuren en dynamische vormen. Het beeld op de wijzerplaat symboliseert zowel het einde als het begin, met de skull als metafoor voor verandering en vernieuwing. Met slechts 75 stuks verkrijgbaar, is dit tweede ontwerp een musthave voor kunst- en horlogeliefhebbers die het gedurfde omarmen. Advies-w.v.p. € 19.500, inclusief een origineel kunstwerk van Loes Van Delft.

Ressence x Shantell Martin

Enjoy Life. Een mantra die kunstenaar Shantell Martin graveerde op een Ressence TYPE 1 Squared. Bekend om haar muurschilderingen en live performances, heeft Martin de uitdaging van Ressence aangenomen om direct op een wijzerplaat te tekenen. Met een witte wijzerplaat en zwarte wijzers, uitgesneden in Ressence's kenmerkende vlakke roterende schijven, is deze TYPE 1 Squared het perfecte blanco canvas voor Martin's zwart-op-wit tekeningen. Het horloge is een kunstwerk voor om de pols. Perfect om op een hoge opbrengst voor het goede doel te rekenen tijdens de TimeForArt 2024-veiling.



Tag Heuer x Porsche x Carrera Panamericana

Als er een merk is dat zijn marketingmachine zo goed heeft afgesteld dat elke samenwerking raak is, dan is het Tag Heuer. Met een geschiedenis als tijdmetr in de autosport ligt de samenwerking met Porsche en de Carrera Panamericana-race voor de hand. Het drietal vormt de kern van de nieuwe creatie: de Tag Heuer Carrera Chronograph Tourbillon x Porsche Panamericana. Deze chronograaf met tourbillon toont op verschillende manieren de autosport-historie van het drietal en is een limited edition van 255 stuks. Advies-w.v.p. CHF 35.000.

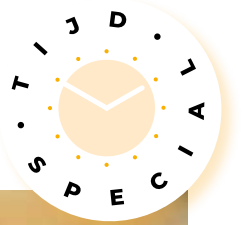


**TIME FOR BUSINESS
& HOLIDAY.**

Maurice Van Gelderen
maurice.vangelder@ice-watch.com
tel : +31 6 55891122

Mark Hastman
mark.hastman@ice-watch.com
tel : +31 6 31991580

De balansveer is onmisbaar en onverbeterlijk 350 jaar in beweging



Slechts een enkel merk is in staat zelf een balansveer te maken, maar Rolex maakt sinds 2000 gebruik van de eigen Parachrom-veer

DOOR: ELZEMARIE KARSDORP

Het staat misschien niet in uw agenda, maar in 2025 staan we stil bij de 350ste verjaardag van de balansveer. De vinding van Christiaan Huygens is al eeuwenlang onmisbaar in elk mechanisch horlogeuurwerk. Maar wat maakt dat zo'n klein onderdeel van een uurwerk eeuwenlang onmisbaar bleef?

Het is 4 oktober 1675 als Christiaan Huygens goed nieuws ontvangt. Hij krijgt het patent dat hij aanvraagde op de uitvinding van de balansveer. Een belangrijk moment, want anderen, zoals de Britse wetenschapper Robert Hooke, experimenteerden met vergelijkbare ideeën. Huygens kreeg echter het patent omdat hij de balansveer als eerste succesvol toepaste in een werkend horloge. En hoewel hij de eerste was, was hij zeker niet de enige of de laatste, want sinds 1675 moet de balansveer toch in miljarden mechanische uurwerken zijn gebruikt.

Nauwkeurige tijdmeting

Huygens, een van de grootste wetenschappers van zijn tijd, hield zich onder meer bezig met de ontwikkeling van nauwkeurige meetinstrumenten en bestudeerde hoe hij tijdmeting betrouwbaarder kon maken. Zijn eerdere werk op het gebied van penduleklokken was al revolutionair; de slinger zorgde ervoor dat de tijd stabiel werd gemeten, maar dit

idee was natuurlijk niet geschikt voor draagbare horloges.

De oplossing voor draagbare tijdmeters was de balansveer. De balansveer is een dunne spiraalvormige metalen veer die is bevestigd aan de balans, de oscillerende massa die ronddraait binnen het horloge. Zonder veer heeft de balans de gelegenheid om vrijelijk te bewegen waardoor een nauwkeurige tijdweergave lastig wordt. De taak van de balansveer is om het balanswiel voortdurend te corrigeren. Doordat de veer op- en afwikkelt, wordt het balanswiel in tegenovergestelde richting teruggeduwd. Hierdoor kan de balans in een ritmische beweging blijven, het echappement (gangmechanisme) in een regelmatig tempo laten lopen en zo nauwkeurig de tijd aangeven.

De vinding van Christiaan Huygens kan 350 jaar later worden gezien als een prestatie die de horlogewereld voor altijd veranderde. Natuurlijk is in een mechanisch uurwerk elk onderdeel onmisbaar, maar een radertje of een schroefje had iedereen kunnen bedenken. Het is de kleine, ogen-

schijnlijk eenvoudige veer die nog altijd de verantwoordelijkheid draagt voor een nauwkeurige tijdmeting van een horloge.

Verbeteringen

Hoewel de balansveer een revolutionaire stap voorwaarts betekende, heeft de tijd sindsdien niet stilgestaan. De vinding van Huygens is in zijn opzet ongewijzigd, maar wel verder verbeterd. Dat zien we vooral terug in het materiaalgebruik, want om optimaal te presteren moet een balansveer gemaakt zijn van een materiaal dat bestand is tegen invloeden van buitenaf zoals temperatuurveranderingen en magnetisme. Door de eeuwen heen zijn dan ook talloze materialen en technieken ontwikkeld om deze verstoringen te minimaliseren, waarbij onder andere materialen als Glucydur, carbonstaal en Nivarox worden gebruikt, speciale legeringen die hun eigenschappen behouden onder verschillende omstandigheden. Recentelijk is silicium populairder geworden vanwege de ongevoeligheid voor magnetisme en temperatuurveranderingen.

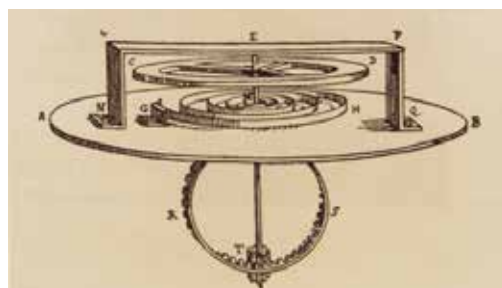
Er zijn ook andere factoren die de balansveer kunnen beïnvloeden. Een kleine variatie in de dikte van de veer of in de spanning kan al zorgen voor aanzienlijke verschillen in de tijdsweergave. Dit betekent dat elk mechanisch horloge zorgvuldig moet worden afgesteld om de veer op de juiste spanning te houden. Het is de kunst van de horlogemaker om de balansveer zo te installeren dat deze optimaal functioneert. Een balansveer op zich is dus nog geen garantie voor nauwkeurigheid, daar is ook de vaste hand van de horlogemaker noodzakelijk voor.

Ondanks de vooruitgang in technologie is de balansveer nog steeds een onmisbaar onderdeel in mechanische horloges. Dat betekent niet dat nooit is geprobeerd de balansveer een enkele reis richting het museum der horlogetechniek te bezorgen. Door de opkomst van het kwartsuurwerk werd de balansveer zelfs overbodig, maar batterijen en kristaloscillatoren zorgden weliswaar voor een nog nauwkeurigere tijdmeting, het mechanische horloge inclusief balansveer blijft onverminderd populair.

Concurrentie

Op mechanisch vlak had de balansveer van concurrentie weinig te duchten. Maar in horloges kan het gaan om een combinatie van mechanisch en elektronisch die de balans-

veer overbodig maakt. Zoals in bijvoorbeeld de Seiko Spring Drive die gebruikmaakt van een mechanisch uurwerk dat elektronisch geregeld wordt, zonder gebruik te maken van een balansveer. Of de Bulova Accutron, die een stemvork verkiest boven de balansveer. In klokken zijn wat meer mogelijkheden, al zijn de principes achter een klok als de Atmos van Jaeger-LeCoultre die met een torsieveer de slinger laat bewegen en wordt aangedreven door temperatuur- of luchtdrukveranderingen voor een polshorloge schier onmogelijk. De balansveer, een kleine maar onmisbare component, blijft dus symbool staan voor de kunst van het horlogemaken.



De tekening van de balansveer waar Christiaan Huygens in 1675 een patent op kreeg

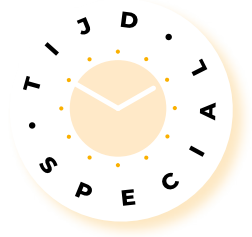


Christiaan Huygens. Foto: Haags Historisch Museum

Dankzij Christiaan Huygens' uitvinding beweegt de balansveer nog steeds in mechanische uurwerken wereldwijd, als een echo van de eeuwenoude geschiedenis die horlogemakers en liefhebbers verbindt. Het is een wonder van techniek en historie, en zolang niemand een beter idee heeft en de passie voor horlogerie blijft bestaan, zal de balansveer het corrigerend hart van het mechanische horloge blijven vormen.

Chronoglide restaureert verroeste Rolex

Wat je met een koeienhorloge kunt bewijzen



DOOR: WILMIE GEURTJENS

Kalle Slaap en een stralende mr. Steele

Een compleet verroeste Rolex Oyster Perpetual met afgebroken kroon repareren? Nadat die vijftig jaar in een vochtig weiland heeft gelegen? Kalle Slaap, eigenaar van het Noord-Hollandse bedrijf Chronoglide, achtte dat zeker mogelijk. Bovendien dacht hij: “Als we dit kunnen, kunnen we alles”.

Er was eens een boer in Oswestry, een dorp op de grens van Engeland en Wales. Deze meneer Steele zag, midden jaren vijftig van de vorige eeuw, in de buurt gestationeerde Amerikaanse soldaten pronken met hun Rolex. Zo'n oersterk horloge wilde hij ook wel, al was het best een prijzig geval. Twintig jaar lang genoot hij dag in dag uit van zijn solide polsklokje. Tot hij het in 1974 kwijtraakte in de koeienstal. Hij vond zijn trotse bezit nooit meer terug.

Metaaldetector

In juni van dit jaar gebeurde er echter iets bijzonders. Een dorpsgenoot die voor de lol aan metaaldetectie deed, vroeg de inmiddels 95-jarige meneer Steele of hij op diens uitgestrekte gronden met een metaaldetector mocht rondstruinen. Dat was no problem. Die hobby leidde onverwacht tot een spectaculaire vondst. In de verste uithoek van het terrein lag de sinds een halve eeuw verloren gewaande Rolex. Vermoedelijk door een koe in de stal opgegeten, en vervolgens bij het buiten grazen via de natuurlijke weg in de natte weide gedeponeed.

Gratis restaureren

Kalle Slaap, in Grootchermer met hart en ziel hersteller van mechanische horloges, las het fantastische verhaal op de BBC-site. Hij was meteen geïntrigeerd en dacht: 'Als we dát hier in het atelier kunnen herstellen, kunnen we alles'. Via een journalist van de BBC kwam hij in contact met de familie Steele. Hij bood aan de Rolex gratis te restaureren. De Steeles hadden al heel snel vertrouwen in Kalle en zijn medewerkers, dankzij de talloze filmpjes op het eigen YouTube-kanaal van Chronoglide. Toen begon voor het vijfkoppige team een enorme klus. Uiteindelijk staken ze er honderdzestig uren in, tussen het dagelijkse werk door.

Authentiek restaureren

Alles in de Rolex was verroest. Met dank aan de, door het ploegen van de grond ontbrekende, kroon. Daardoor was het normaal gesproken waterdichte horloge wijd open gezet voor de vochtige omgeving. Een nieuw uurwerk in de kast monteren zou een klusje zijn van anderhalf

uur, maar Chronoglide restaureert op de authentieke manier. Inclusief het gebruik van oude machines. Twintig procent van de onderdelen moest vervangen worden, de overige tachtig procent wist het team zelf op te knappen. Ontbrekende onderdelen vonden ze in een wereldwijde zoektocht op internet, andere maakten ze op de draaibank. Alles van messing werd schoongemaakt en soms opnieuw vernikkeld. De kroon werd van een identiek Rolexmodel gehaald.

Dikke Bertha

De grootste uitdaging was het uitboren van verroeste schroeven zonder de originele onderdelen te beschadigen. En zelfs dat lukte met hulp van de 1800 kilo wegende Bertha, een Deckel coördinatenboormachine uit 1959. Het

“ **De grootste uitdaging was het uitboren van verroeste schroeven** ”

hele binnenwerk werd goed geolied en afgesteld, de kast gepolijst en uiteraard voorzien van een metalen Rolexband uit dezelfde periode als het horloge. Eind september reisde het hele team naar Oswestry, om het horloge hoogstpersoonlijk terug te geven aan een stralende meneer Steele en zijn minstens zo opgetogen zoons.

Altijd te repareren

Wat Kalle bereikt heeft met deze waanzinnige restauratie is, behalve heel veel werkplezier, een nog klinkender wereldwijde reputatie. Het hele proces is te volgen in een dertien-delige serie op het YouTube-kanaal van Chronoglide. Dat heeft inmiddels 40.000 abonnees, en de vele filmpjes zijn in totaal meer dan drie-en-een-half miljoen keer bekeken. Chronoglide verkoopt geen horloges. Het bedrijf restaureert alleen en neemt moeilijke klussen aan. Met het 'koeienhorloge' hebben Kalle en zijn medewerkers laten zien dat kwaliteitshorloges altijd te repareren zijn. Je moet er alleen tijd en geld in willen steken.

WWW.CHRONOGLIDE.NL



Vóór: de Rolex na de vondst in het weiland



Ná: het horloge na de restauratie



Vóór: het compleet verroeste uurwerk



En ná: het uurwerk na de restauratie

Aandacht en doorzetten

Kalle is niet alleen een hartstochtelijk liefhebber van mechanische horloges. Hij draagt zijn liefde en kennis ook graag over op nieuwe generaties. YouTube blijkt daarvoor het meest geschikte middel. Daarmee inspireerde hij bijvoorbeeld jonge mensen in Bangkok en Mexico om een eigen horlogemakerij te beginnen, en het lokt stagiairs uit talloze landen naar Grootschermer. Hij vertelt hen dan vaak: "Je gaat meer over jezelf leren dan over horlogemaken. Je ontwikkelt hier je fijne motoriek, je geduld, aandachtig blijven en doorzetten als het tegenzit. Net zo goed als een goede zithouding aan de werkbank en rustig ademhalen." Verder werkt hij aan een Engelstalig boek, getiteld 'Watch-making explained'. Via een bijbehorende QR-code zijn filmpjes te zien waarop hij de stof nogmaals uitlegt, en waarin hij bovendien elke maand de inhoud kan vernieuwen.

Arn van Ess Juwelier & Goudsmid

70 jaar origineel, opvallend en onderscheidend



DOOR: JOKE SANTS

Jan van Ess tijdens '140 jaar Van Gogh in Drenthe'

In het Drentse Emmen viert Arn van Ess Juwelier & Goudsmid dit jaar het 70-jarig bestaan. Een mijlpaal voor een familiebedrijf dat zich altijd onderscheidt door vakmanschap en eigen visie op sieraden en horloges, vertelt eigenaar Jan van Ess. “Onze focus ligt op kleinere en unieke merken van familiebedrijven in binnen- en buitenland, waarbij vormgeving centraal staat. Onze slogan ‘Origineel, opvallend, onderscheidend’ benadrukt deze visie.”

Wat in 1954 begon met Arnold en Elza van Ess, werd in 1980 overgenomen door hun zoon Jan. Deze moest op 22-jarige leeftijd onverwacht de leiding van de zaak op zich nemen na de plotselinge dood van zijn vader. Jan bracht als gediplomeerd goudsmid nieuwe mogelijkheden met zich mee en heeft inmiddels 44 jaar ervaring in het juweliers- en goudsmidsvak.

Een eigen koers

Al bij de oprichting in 1954 zocht Arnold van Ess naar manieren om zich met het bedrijf te onderscheiden. “Mijn vader nam toen al een reclamebureau in de arm om zijn plekje in de markt te verkrijgen. Voor die tijd was dat best bijzonder”, zegt Jan. “Deze vroege aandacht voor positionering legde de basis voor een onderneming die altijd net dat stapje ver-

der ging. Ik heb dat voortgezet door me te richten op onderscheidende merken en unieke ontwerpen. Door te kiezen voor een selectief assortiment met bijzondere vormgeving kunnen wij klanten iets authentieks en onderscheidends bieden. We denken dat juist deze bewuste keuzes ervoor zorgen dat de winkel opvalt in de markt en de focus op kwaliteit en originaliteit behouden blijft.”

Arn van Ess Juwelier & Goudsmid kiest dus bewust voor een eigen koers. Het bedrijf is geen allemansvriend, wat tot uitdrukking komt in de zorgvuldig geselecteerde collectie van kleinere, unieke merken. “Maar het onderscheid zit niet alleen in de producten”, aldus Jan. “Ook de sfeer en aankleding van de winkel spelen een grote rol, net als de persoonlijke benadering van klanten. Bij ons draait het om

helpen kopen, niet om puur verkopen. Ik denk dat deze aanpak ervoor zorgt dat klanten zich welkom voelen en ons een aankoop gunnen, waarbij de focus ligt op een unieke beleving, niet op de prijs.”



Voor het jubileum worden advertenties uit de jaren vijftig in nieuwe Mondriaanstijl gebruikt

Innovatie en creativiteit

Jan van Ess combineert op een creatieve wijze het oude ambacht met de modernste technieken. Sieraden worden onder andere ontworpen met AI, vervolgens in 3D geprint en daarna in edelmetaal gegoten. Tijdens de viering in 2023 van '140 jaar Van Gogh in Drenthe' werd AI ingezet om afbeeldingen te maken die iconische werken zoals 'Ster-

“ **Bij ons draait het om helpen kopen, niet om puur verkopen** ”

rennacht' en 'Zonnebloemen' combineren. Jan: “Voor ons 70-jarig jubileum gebruiken we Mondriaan als thema. Dit combineren we met uitvergroete krantenknipsels van originele advertenties uit de jaren vijftig. Het is uniek dat deze bewaard gebleven zijn. Sowieso vernieuwen we de winkel en etalages regelmatig met wisselende thema's, die zorgen voor een frisse en creatieve uitstraling. Alle ontwerpen en creatieve thema's worden in eigen beheer ontwikkeld.”

WWW.ARNVANESS.NL

Het carillon en het jubileum

Het iconische carillon, dat in 1966 door Arnold van Ess aan de stad Emmen werd geschonken, heeft na jaren van stilte een volledige restauratie ondergaan. Het vernieuwde klokkenspel, dat nu weer elk kwartier zijn klanken door de Hoofdstraat laat horen, werd op feestelijke wijze heropend door burgemeester Eric van Oosterhout. Dit markeerde niet alleen een belangrijk moment voor de stad, maar ook voor Arn van Ess, dat met trots terugkijkt op 70 jaar ondernemen in Emmen.

De bediening van het carillon is meteen in een modern jasje gestoken. “In de beginjaren draaide het op een draaiorgelboek, later via een computer. Nu wordt de nieuwste computer aangestuurd vanuit de Cloud en bedien ik het zelfs via mijn telefoon. Met behulp van een app kan ik iedere klok naar wens laten spelen of een muziekstuk inzetten.” Het repertoire van het carillon heeft ook een update gehad. Naast 'Jan Klaassen, de trompetter' is nu ook het werk van Coldplay, Adèle en de Drentse zanger Daniël Lohues te horen.

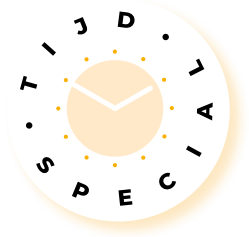
“Wie jarig is, trakteert. Daarom schenken wij het vernieuwde klokkenspel opnieuw aan de inwoners van Emmen. Tot het einde van het jaar zijn er nog vele jubileumactiviteiten gepland, waarbij ook creativiteit van de klanten wordt gevraagd. Ontwerp je eigen wijzerplaat en herken spreekwoorden gerelateerd aan ons vak. Voor kinderen hebben we een kleurplaat laten maken door de tekenaar die voor Koningsdag de doedels tekende die Emmen versierden. En waar mogelijk verpakken we onze sieraden en horloges zelfs in doosjes van vroeger.”



Het carillon van Arn van Ess Juwelier & Goudsmid klinkt weer door Emmen

Anglage

De kunst van het afwerken en decoreren van uurwerken



DOOR: JAN UBELS

Het aanbrengen van de anglage op de veertonkloof met behulp van een zeer fijn vijltje

Een gecompliceerd horloge is niet per definitie ook zeer hoogwaardig. Naast de complexiteit en de technische betrouwbaarheid van het uurwerk zijn het de materiaalkeuze en het afwerkingsniveau die het verschil maken.

Veel fabrikanten hebben een eigen afdeling voor de veredeling van uurwerken, maar de laatste vijftien jaar zien we ook steeds meer bedrijven ontstaan die gespecialiseerd zijn in deze afwerkingstechnieken en wordt dit ook steeds vaker als een apart ambacht gezien. Enkele voorbeelden van bedrijven die zich in deze afwerkingstechnieken hebben gespecialiseerd, zijn Transcendance Décoration Horlogère, Nathalie Jean-Louis, JBH Décoration de Mouvements en XH Polissage Sarl.

Bekende technieken

Bij het afwerken maken we onderscheid tussen machinale en handmatige technieken. Omdat de machinale manier beperkingen heeft – niet alle hoeken kunnen worden bereikt, waardoor je geen scherpe hoeken krijgt – beschrijven we hier de handmatige manier van afwerken.

Enkele van de meest bekende technieken zijn: Côtes de Genève, perlage, sonnenschliff en anglage, waarvan de laatste de meest intensieve en tijdrovende afwerkingstechniek is.

Anglagetechniek

Anglage is het afschuiven van het gedeelte tussen het oppervlak en de zijkanen. Deze techniek werd vroeger overgebracht van meester naar leerling, maar tegenwoordig wordt het relatief gezien slechts door weinig horlogemakers beheerst en is het onmiskenbaar een teken van echt handwerk. Dit uiterst moeizame afwerkingsproces is vanuit esthetisch oogpunt het belangrijkste element. De anglagetechniek bestaat uit het breken van de randen tussen het oppervlak en de flanken. Het breken gebeurt normaal gesproken onder een hoek van 45°. Daarbij worden eventuele bramen verwijderd die tijdens het productieproces zijn ontstaan, wat dus niet alleen vanuit esthetisch oogpunt problematisch is, maar ook de werking van het mechanisme kan aantasten.

Talent en veel tijd

Voor handmatige anglage geldt: talent en veel tijd! Het afschuiven van de hoeken wordt gedaan met behulp van

schraapstalen en vijlen. Hiermee wordt eerst grof voorbewerkt en met steeds fijnere vijltjes verfijnd, waarna het oppervlak hoogglanzend wordt gepolijst door het aanbrengen van fijn polijstmiddel op zeer fijne bruneervijltjes, waarbij alle hoeken uiterst strak in elkaar over moeten lopen.

Interne opleidingen

Omdat er tijdens de uurwerkmakersopleidingen niet echt diep wordt ingegaan op de techniek van anglage en dit wel een techniek is die de uurwerkmaker zou willen beheersen, is het mogelijk bij diverse uurwerkmanufacturen interne opleidingen te volgen. Die duren ongeveer een jaar, waarbij net als bij de meeste beroepen de techniek door ervaring – door het te doen dus – verfijnd kan worden.

Bronnen:

www.transcendantedeco.ch, www.nathaliejeanlouis.com,
www.jbh-horlogerie.ch, www.xh-polissage.ch
 Boek *Finiture & Decorazioni Orologiere di alta gamma*, door Caroline Sermier en Giulio Papi

Foto's: Stefan Deutor Beyeler, beschikbaar gesteld door Nathalie Jean-Louis.
 De onderdelen die op de foto's te zien zijn worden in opdracht van horlogemaker Simon Brette uitgevoerd.



Het hoogglans bruneren van een brug met behulp van een bruneerstaal



De afgewerkte balanskloof gemonteerd op een speciaal gemaakte houder

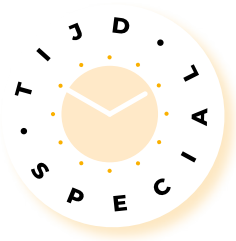
BIZZITA All about Jewels
COM

Esther B.J. Ligthart



- **Één-op-één coaching en consultancy voor professionals in de juwelenindustrie.**
- *Ik help mensen en bedrijven om kleine en grote doelen en dromen te bereiken.*
- **Juwelenblogger, -schrijfster en -journalist.**
- *Ik schrijf blogs, promoot B2B bedrijven op LinkedIn en specialiseer in beursverslagen, interviews, marketing-en sales artikelen en KOI artikelen.*
- **Spreker en trainer**
- *Ik spreek over trends en storytelling en ik geef op maat trainingen over het gebruik van storytelling in marketing en sales om resultaten te verbeteren.*





Grand Prix d'Horlogerie de Genève IWC Schaffhausen wint prestigieuze 'Aiguille d'Or'

De winnaars van de Grand Prix d'Horlogerie de Genève (GPHG) 2024 zijn bekend. In diverse categorieën was een groot aantal exclusieve merken genomineerd met al evenzo exclusieve horloges. Overall winnaar werd IWC Schaffhausen die daarmee de felbegeerde 'Aiguille d'Or' in de wacht sleepte. In totaal werden 21 prijzen toegekend.

Elk jaar organiseert de GPHG een wedstrijd waarin honderden unieke horloges, die dat jaar op de markt zijn gebracht, met elkaar strijden om de hoogste eer. De uitreiking van de GPHG-prijzen op 13 november trok een publiek van internationale vertegenwoordigers uit de horlogerie.

Er werden 21 prijzen uitgereikt, waaronder de prestigieuze 'Aiguille d'Or' Grand Prix, die wordt toegekend aan het beste horloge van het jaar. Die prijs ging dit jaar naar IWC Schaffhausen voor het Portugieser Eternal Calendar-horloge. Christiaan van der Klaauw was met de Ariadne genomineerd in de categorie 'Petite Aiguille', maar won de prijs niet. Afgebeeld een aantal winnende horloges.

WWW.GPHG.ORG



Winnaar van de 'Aiguille d'Or': IWC Schaffhausen, Portugieser Eternal Calendar



Men's Complication:

*De Bethune,
DB Kind Of Grande Complication*



Tourbillon:

Daniel Roth, Tourbillon Souscription



Calendar and Astronomy:

Laurent Ferrier, Classic Moon Silver



Mechanical Exception:
Bovet 1822, Récital 28 Prowess 1



Artistic Crafts:
Van Cleef & Arpels, Lady Arpels Jour Enchanté



'Petite Aiguille':
Kudoke, 3 Salmon



Men's:
Voutilainen, KV20i Reversed



Horological Revelation:
Rémy Cools, Tourbillon Atelier



Chronograph:
*Massena Lab, Chronograph Monopoussoir
Sylvain Pinaud x Massena Lab*



Jewellery:
*Chopard, Laguna High-Jewellery
Secret Watch*



Audacity:
Berneron, Mirage Sienna



Drijfhout

Part of HM Precious Metals

Diamant monturen

14 en 18 karaat goud of platina

- Enorm grote collectie
- Prachtige catalogus beschikbaar
- Geheel of gedeeltelijk gezet
- Vraag een inlog voor de website



Domino
JEWELLERY
Created & Crafted in Britain



Keienbergweg 12
1101 GB Amsterdam
Openingstijden showroom:
Maandag t/m vrijdag 8:30 - 16:30

T. (+31) 020 564 8 520
www.drijfhoutnl.com
info@drijfhoutnl.com

Casio brengt nieuwe G-SHOCK STEEL EDITION



Casio presenteert een nieuwe aanwinst binnen de G-SHOCK-lijn: de STEEL EDITION GM-2110-serie bestaande uit vijf modieuze horloges. De nieuwe modellen zijn stijlvol en veelzijdig en onderscheiden zich door opvallende kleurcombinaties en robuuste materialen, aldus het merk.

Wie functionaliteit en mode moeiteloos wil verenigen kan volgens Casio met een gerust hart kiezen voor de GM-2110. De nieuwe serie is een eerbetoon aan de klassieke DW-5600C en 2100, met een moderne twist.

Glans

Elk van de vijf horloges heeft een achthoekige bezel van roestvrij staal, die zo gepolijst is dat een spiegelachtige glans is ontstaan. Die glans geeft het horloge een verfijnde uitstraling. Het ontwerp is slank gehouden; met een dikte van slechts 11,8 mm zijn de modellen de dunste in de analogo-digitaal G-SHOCK-lijn. Naast de verfijnde en slanke details biedt het model de robuustheid waar G-SHOCK bekend om staat.

Vijf kleuren

De GM-2110 is beschikbaar in vijf kleuren – hemelsblauw, marineblauw, limoengroen, oranje en zilver – en is ontwor-

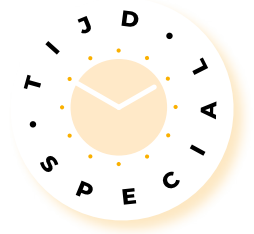
pen voor alledaagse situaties en speciale gelegenheden. De kast is versterkt met glasvezel en hars en de dubbele LED-verlichting met hoge luminantie zorgt ervoor dat de tijd altijd goed leesbaar is, zelfs in een donkere omgeving. De metalen band geeft het horloge een stoer karakter. Waterbestendig tot 20 bar en natuurlijk - zoals altijd bij G-SHOCK - schokbestendig.

Ambassadeur

Als kers op de taart heeft Casio de Britse rapper Central Cee aangesteld als Europese ambassadeur voor de G-SHOCK-lijn, wat de lancering van de GM-2110-serie extra glans geeft. "Deze samenwerking onderstreept dat G-SHOCK een merk is dat de mode, muziek en lifestyle van vandaag omarmt", aldus een woordvoerder van Casio. "Dit model brengt tijdloos design samen met moderne innovatie." Advies-w.v.p. € 299.

WWW.CASIO.NL

DELMA: 'Een horloge is onderdeel van je outfit'



Horlogemerkt DELMA is in 1924 opgericht en bestaat dit jaar dus maar liefst 100 jaar. Het Zwitserse familiebedrijf beschouwt de kwaliteit van de producten en het personeel als belangrijkste aspect. "Door die toewijding kunnen we al een eeuw lang – zonder onderbreking – horloges van hoog kaliber maken", zegt marketing director Andreas Leibundgut.

Het leven van elk DELMA-horloge begint met een schets. De ideeën van de ontwerper worden weergegeven als technische tekeningen en geprint in 3D. Daarna wordt een prototype met de beoogde materialen en oppervlakteafwerkingen gemaakt. Na goedkeuring wordt elk horloge apart geassembleerd door een van de horlogemakers binnen het bedrijf. Andreas: "Daarbij wordt eerst de wijzerplaat gekoppeld aan het uurwerk, dan gaan de wijzers op de assen en wordt de wijzerplaat zorgvuldig in elkaar gezet. Ten slotte wordt het uurwerk in de kast gemonteerd, de kroon bevestigd en de achterkant vastgezet." Voordat het horloge het

atelier verlaat vinden tenminste twee testen plaats om er zeker van te zijn dat alles werkt.

DELMA richt zich op sportieve horloges, maar is ook thuis in het maken van elegante en geklede horloges. Bekend zijn de vele duikhorloges die het merk lanceerde. Daarnaast zijn er de klassieke modellen die bij vele gelegenheden gedragen kunnen worden. "Een horloge is niet alleen een accessoire", zegt Andreas. "Het is een essentieel onderdeel van je outfit."

WWW.DELMAWATCHES.COM

DELMA Classic

Een voorbeeld van een elegant horloge is de DELMA Classic. Met zijn slanke roestvrijstalen of geelgouden PVD-kast met gepolijste afwerking kan het horloge zowel bij formele als informele gelegenheden gedragen worden. De wijzerplaat, in zwart, blauw, zalm of zilver, is sunray geborsteld en versierd met bijpassende indexen. Voorzien van lichtgevende BGW 9-gecoate uurmarkeringen.

De Classic bevat voor DELMA kenmerkende elementen zoals een gegraveerde kroon en een koepelvormig saffierglas. De transparante achterkant van de kast onthult de mechanica die dit Zwitserse uurwerk aandrijft. Het DELMA 1924-logo herinnert aan het erfgoed van het merk. Deze DELMA Classic wordt aangeboden met een Italiaans lederen band of een gepolijste roestvrijstalen armband. Adviesw.p. afhankelijk van het model: € 990, € 1.050 en € 1.100.



Lexagem Luxury Goods distributeur DELMA

Voor horlogemerken DELMA en Delbana is Lexagem Luxury Goods in Nederland en België distributeur en aanspreekpunt voor sales en aftersales. Ook het Omnichannel programma loopt via Lexagem. "Het Omnichannel programma is een samenwerking met een toekomst", aldus Lexagem-eigenaar Alex Eijck. "Het bestaat uit eigen e-commerce, online/offline mogelijkheden, lokale en/of nationale promotie en marketing en een plan van aanpak op maat en/of beleving in de winkel." Voor meer informatie: info@lexagem.com.



Oceanmaster Oliver Heer Ocean Racing

DELMA heeft een Oceanmaster uitgebracht in samenwerking met Oliver Heer Ocean Racing, dat zich als eerste Zwitsers-Duitse team kwalificeerde voor de vierjaarlijkse zeilrace Vendée Globe. Dat sprak tot de avontuurlijke verbeelding van DELMA en was de inspiratie voor de nieuwe limited edition Oceanmaster die Oliver vergezelt tijdens zijn zeilrace om de wereld die op 10 november startte.

De Oliver Heer Ocean Racing limited edition bevat kenmerken die zijn ontleend aan de meeslepende offshore-ervaringen van de schipper. Opvallend onderdeel is de SuperLuminova BGW 9 volledig lichtgevende wijzerplaat, geïnspireerd op een aangrijpend moment tijdens de Transat CIC-race, toen Oliver door een elektrische storing in een black-out raakte. Overdag zorgt de witte wijzerplaat voor een strakke achtergrond voor de zeilindicatoren. 's Nachts wordt de blauwe gloed van de wijzerplaat gecombineerd met groene wijzers en indexen die cruciale technische componenten verlichten en betrouwbaarheid onder alle omstandigheden garanderen. Op de achterkant van de kast is een gravure van drie zeilboten aangebracht. De Oceanmaster Oliver Heer Ocean Racing is uitgebracht in een gelimiteerde oplage van slechts 200 stuks. Advies-w.v.p. € 1.500.


DELMA
 100th ANNIVERSARY
 1924 - 2024

The new DELMA Classic
 Automatic dress watch
 with sunray-brushed dial
 and hand-made Italian leather strap

Lexagem Luxury Goods - info@lexagem.com - delmawatches.com

BE PART
OF IT

FEBRUARY
21-24, 2025

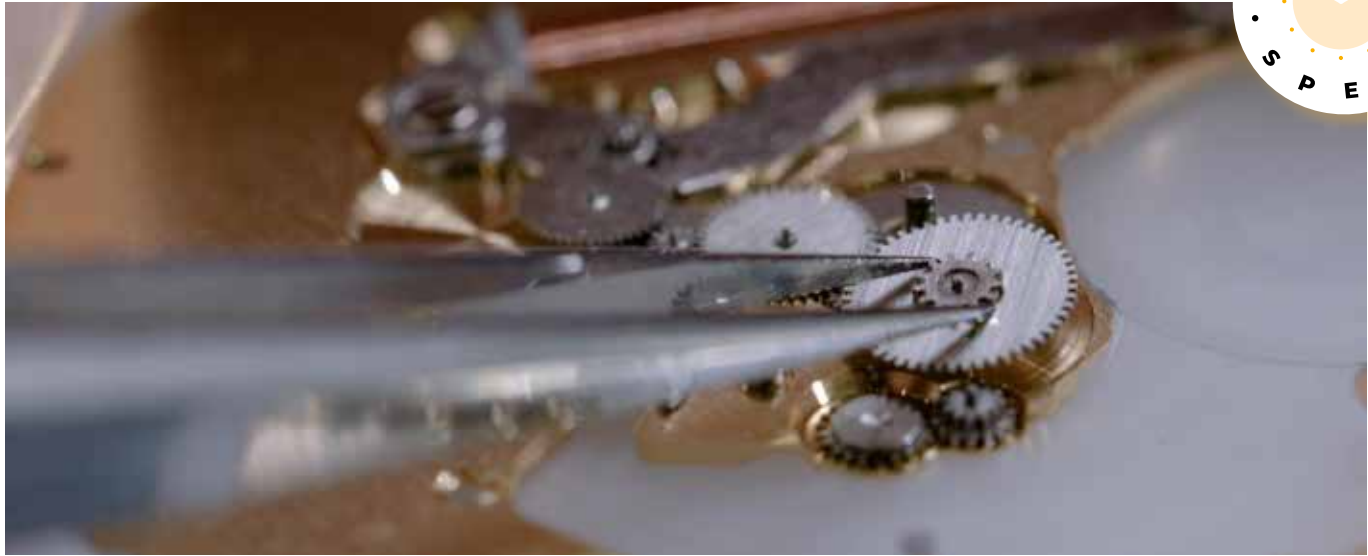
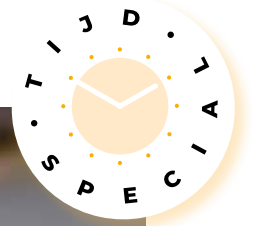


MESSE
MÜNCHEN

INHORGENITA

[INHORGENTA.COM](https://www.inhorgenta.com)

100e verjaardag van eerste CITIZEN zakhorloge



CITIZEN viert dit jaar een eeuw van innovatie en expertise sinds de creatie van het eerste zakhorloge van het merk in 1924. Ter gelegenheid van deze mijlpaal presenteerde CITIZEN een limited edition zakhorloge geïnspireerd op het origineel en was er een rondreizende tentoonstelling die eindigde in Parijs.

'Better starts now', de slogan van CITIZEN, geeft de overtuiging van het merk aan dat het altijd mogelijk is om het beter te doen en dat het nu de tijd is om daarmee te beginnen. CITIZEN is opgericht in 1918 en heeft sindsdien in de voorhoede van de vooruitgang op het gebied van horlogemaken gestaan, voortdurend met nieuwe normen in precisie, technologie en design.

Toen CITIZEN het eerste zakhorloge uitbracht waren de meeste horloges, die in Japan werden verkocht, nog geïmporteerde zakhorloges. Enthousiast door het idee dat dit nieuwe wél Japanse horloge de harten van een groot aantal burgers zou kunnen veroveren, gaf de burgemeester van Tokio het de naam 'CITIZEN'. De naam van het horloge werd vervolgens die van het bedrijf.

Nieuwe limited edition

CITIZEN lanceerde dit jaar een limited edition zakhorloge, geïnspireerd op het origineel uit 1924, verkrijgbaar in 100 exemplaren wereldwijd. Dit nieuwe zakhorloge is een eerbetoon aan de klassieke schoonheid van het originele model, met designelementen van de afgelopen 100 jaar, met daarin de moderne vooruitgang van het bedrijf verwerkt.

Ter gelegenheid van het eeuwfeest heeft het merk een tentoonstelling gemaakt van 100 horloges in 12 categorieën waar-



mee de essentie van het design van het merk vastgelegd werd. De tentoonstelling, speciaal voor de pers, reisde van Japan via New York naar Parijs. Tegelijkertijd werd het gedenkboek 'Citizen: The Essence of Time' gepubliceerd. Dit boek belicht een eeuw van mijlpalen en vertelt over de voortdurende zoektocht van de horlogemaker naar precisie, innovatie en creativiteit.

WWW.CITIZENWATCHES.COM

150 jaar Wielinga Juweliers

Vakmanschap, servicegerichtheid en verbondenheid



DOOR: THEA VAN SETTEN
FOTO'S TEAM WIELINGA: MAURITS VAN HOUT

Het hele team van Wielinga Juweliers

Al 150 jaar bestieren de Wielinga's hun juwelierszaken. De eerste 90 jaar in Franeker en de laatste 60 in Sassenheim. Wat is hier het geheim van de smid? En wat waren de belangrijkste ontwikkelingen in de branche? We vroegen het de vierde en de vijfde generatie Wielinga.

De knusse toegankelijke juwelierszaak van Wielinga ligt in het centrum van Sassenheim. De deur staat open en het is 's ochtends vroeg al een komen en gaan van klanten. Ben en Margreet Wielinga (vierde generatie) en inmiddels ook Liset Wielinga en Martijn Nieuwenhout (vijfde generatie) zijn trots op hun zaak, die ze met hard werken hebben opgebouwd. Ben kwam in 1984 in de winkel van zijn ouders Hidde en Dorien en in 1990 kwam zijn vrouw Margreet erbij. "Dat was toen eigenlijk nog heel gebruikelijk", vertelt Ben. "Ik ben er van jongs af aan mee opgegroeid en ik had er ook plezier in om sieraden, horloges en klokken te repareren. Ik kom uit een echte juweliersfamilie. De broers van mijn vader waren ook allemaal klokken- en sieradenmakers. Zij waren vooral gespecialiseerd in Friese klokken. Mijn betovergrootvader was sinds 1874 onder andere restaurateur van

torenuurwerken." Waarom zijn ouders verhuisd zijn naar Sassenheim? "Zij voelden zich meer aangetrokken tot deze streek en wilden helemaal hun eigen ding doen."

Opgvolging

Hoewel het eigenlijk niet de bedoeling was - ze hadden tot vijf jaar geleden nog andere plannen - hebben Liset en Martijn besloten om Wielinga Juweliers voort te zetten. "Ik had er eerst wat meer levenservaring voor nodig", vertelt Liset, die tot voor kort salesmanager was bij een watersport-firma. "Langzamerhand kom je erachter wat je leuk vindt in je werk en wat niet. Martijn en ik wilden iets voor onszelf opbouwen, maar we wisten niet wat. Hij kwam toen met het idee om de zaak van mijn ouders over te nemen".

"Ik vond het altijd al leuk om dingen te repareren. Ik ben bij

een goudsmid gaan werken en Ben heeft me intern opgeleid. Hij is nog altijd de vraagbaak als er ergens een reparatieprobleempje is”, lacht Martijn. Hij kwam in 2022 in de winkel en Liset begon in het najaar van 2024. “Ik vind het een mooie gedachte om het bedrijf waar mijn ouders hun ziel en zaligheid in hebben zitten voort te zetten”, zegt Liset. “Dat wij nu de vijfde generatie van de familie zijn in deze zaak is toch wel heel bijzonder.”

Ontwikkelingen

“Vroeger lag de nadruk in het assortiment vooral op klokken en tafelzilver”, vertelt Margreet. “Nu hebben we helemaal geen klokken meer en hebben we ons gespecialiseerd in sieraden en – de laatste tijd wat meer – horloges. Een andere verandering is dat mensen nu veel beter geïnformeerd zijn. Ze weten beter wat ze willen. Iets anders is de opkomst van

“ **Het is mooi om mensen in verschillende situaties - vrolijke en droevige - iets te kunnen bieden dat bij hen past** ”

merksieraden. Vroeger wilden de mensen gewoon een gouden ketting. Nu vragen ze specifiek naar verschillende modemerken.”

“Wat je ook meer ziet is het personaliseren van sieraden”, voegt Martijn toe. “We kunnen met een laserprinter snel een boodschap in een sieraad zetten. Bijvoorbeeld bij een jubileum of vingerafdrukken bij gedenksieraden. Dat is nu heel populair.”

Onderscheid

Wat zorgt ervoor dat je als juwelierszaak al 150 jaar een goedlopend bedrijf bent? Ben: “In de eerste plaats vakmanschap. Wij doen bijna alle reparaties zelf. Dat zie je niet veel meer bij juweliers. Wij staan ook bekend om onze goede service. Daar komt bij dat we met de mensen in het dorp meegroeien. Als hier een stel van twintig in de winkel komt voor verlovingsringen, dan kennen we ook vaak hun ouders en grootouders. Dat schept een band.”

“We zijn eigenlijk een begrip in dit dorp en in de regio”, vindt Margreet. “Het is ook mooi om mensen in al die verschil-

lende situaties – vrolijke en droevige – iets te kunnen bieden dat bij hen past. Of het nu om trouwringen of gedenksieraden gaat. Je raakt met mensen in gesprek en er ontstaat een relatie met de klant, die dan ook weer overgaat op de volgende generatie.”

Vijfde generatie

Martijn heeft zijn stempel al gedrukt op het assortiment in de winkel. “Ik ben helemaal gek van horloges, van automaten tot smartwatches. Ik heb de collecties van Garmin en G Shock toegevoegd. Ik vind het leuk om mijn kennis van deze horloges over te dragen op de klant.”



Martijn, Liset, Ben en Margreet: de vierde en vijfde generatie Wielinga



De oude zaak in Franeker, waar Wielinga de eerste 90 jaar gevestigd was

“In de toekomst willen we wat meer met social media doen”, licht Liset toe. “En we gaan een online-etalage introduceren. Dat is geen webshop, daar ligt onze prioriteit niet. Maar het is bedoeld om onze winkelvoorraad te tonen aan de klant, zodat ze zich vooraf nog beter kunnen oriënteren.”

WWW.WIELINGAJUWELIERS.NL

Eclat[®]
Sinds 1979



www.eclat.nl

Goud 14 karaat
Diamant Top Wesselton VVS

Kasius

Nieuwe collectie sieraden met lab grown edelstenen



Naast sieraden met natuurlijke diamant zijn binnen de uitgebreide collectie van Kasius nu ook sieraden met lab grown diamant verkrijgbaar.

Klanten van Kasius kunnen binnen de ruime collecties van dit bedrijf kiezen tussen sieraden met natuurlijke en lab grown diamant. "Deze benadering geeft ons de mogelijkheid om al onze klanten te bedienen", aldus Kasius. "De lab grown diamanten in onze collectie worden ontwikkeld via de HPHT- en CVD-technieken, die resulteren in stenen met dezelfde chemische en visuele eigenschappen als natuurlijke diamanten. Deze conflictvrije productie biedt een verantwoorde optie voor consumenten die mooie edelstenen en ethiek willen combineren."

Groeiende vraag

Lab grown edelstenen sluiten aan bij de groeiende vraag naar betaalbare luxe met zo min mogelijk milieubelasting, zegt Kasius. "Consumenten kunnen dezelfde schittering en kwaliteit verwachten als bij natuurlijke diamanten en kleurstenen, terwijl de ecologische voetafdruk beperkt blijft. De mogelijkheid om voor lab grown stenen te kiezen, biedt onze klanten een aantrekkelijke combinatie van betaalbaarheid en kwaliteit."



Natuurlijke stenen

"Wij begrijpen natuurlijk ook de blijvende waarde van natuurlijke edelstenen, met hun unieke charme en historie. Voor veel mensen weerspiegelen natuurlijke stenen de traditionele elegantie van sieraden en het vakmanschap waar ze al generaties lang bekend om staan. En dus blijven we uiteraard ook een uitgebreide collectie aanbieden met natuurlijke diamanten en kleurstenen, die met zorg worden geselecteerd en verwerkt." Met zowel natuurlijke als lab grown edelstenen in de collectie wil Kasius een bewuste en flexibele keuze bieden.

WWW.L-KASIUS.NL

Serie Communicatietechnieken

In mijn reis door het land op zoek naar de verhalen van branchegenoten over ondernemerschap en communicatie ben ik in de Achterhoek waar ik Sylke van Peenen ontmoet. Al op jonge leeftijd ontdekte Sylke dat ze gefascineerd is door techniek.

deel
6

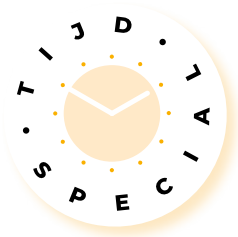
'Ik wil me ontwikkelen als zzp-klokkenmaker'

DOOR: PAUL NIJLAND

Sylke van Peenen is afgestudeerd als allround uurwerktechnicus met specialisatie klokkenmaken. Ik merk meteen haar grote gedrevenheid voor haar vak. Na de verdere kennismaking ga ik achterhalen waar deze passie bij deze 24-jarige ambachtswoman is ontstaan én gaan we het hebben over de stap die ze wil maken naar het zelfstandig ondernemerschap.

Sylke vertelt dat ze koos voor een technische richting omdat ze op school op het gebied van taal niet goed was, maar mijn gevoel zegt dat ze hier uit passie voor gekozen heeft. De bevestiging komt als Sylke enthousiast vertelt over hoge cijfers tijdens haar opleiding Verspanende Technieken. Ze had toen overigens nog geen idee om klokken te gaan repareren. Haar moeder adviseerde haar om als vervolg-

opleiding Vakschool Schoonhoven te bezoeken. Tijdens de tour door de school was Sylke nog altijd niet echt enthousiast, totdat ze aan het eind van de rondleiding een lokaal zag met klokken. Ze liep naar binnen en was meteen verkocht. Saillant detail: "Pas later hoorde ik van mijn moeder dat mijn opa ook op de Vakschool had gezeten, voor een opleiding tot zilversmid."



En zo is de branche sinds een paar jaar een jonge enthousiaste klokkenhersteller rijker. Ze liep stage bij Melenhorst Antiek in Twello, waar ze nu als klokkenmaker werkt, en daarna bij Brans Almelo. Sylke: “Bij Brans deed ik seriereparaties aan horloges. Elke dag kwamen er zo'n 40 horloges voorbij voor kleine reparaties als een bandje verstellen, een glas of batterij vervangen. Bij Melenhorst had ik een klokkenleraar die me veel over het vak en de gang van zaken in het bedrijf leerde. Ook leerde ik hoe het in de winkel gaat, qua verkoop, etaleren, beveiliging en meer. Was een hele goede stage.”

Passie voor het vak

Wat boeit Sylke in het repareren van klokken? Ze laat daar geen misverstand over bestaan: “Ik vind het heerlijk om probleemoplossend te werken. Laatst had ik een antieke klok waarbij een tandwielletje mistte. Dan moet je berekenen hoeveel tanden het wielletje moet hebben en hoe breed het moet zijn. Allemaal handwerk omdat ik niet over een geavanceerde draai-freesbank beschik.” Even later vertelt ze enthousiast over de reparatie van een eeuwenoude hangklok: “Handgevijld met oneven tanden,” noteer ik als leek. Alsof ik überhaupt nog zou kunnen twijfelen aan haar passie hoor ik haar trots toevoegen: “O ja, laatst heb ik ook voor de eerste keer een reisklokje gerepareerd, heel klein, hij liep perfect daarna.”

Spagaat

In het gesprek komt naar voren dat deze jonge branchegeenoot graag de stap wil maken naar het zelfstandig ondernemerschap: “Ik heb veel zin om me te ontwikkelen als zzp-klokkenmaker om zo veel mogelijk aspecten van het vak en het ondernemerschap te leren.” Wanneer denkt ze die stap te gaan maken? “Ik durf nu mijn baan nog niet op te zeggen, ik heb die zekerheid nodig, het is tegenwoordig al zo moeilijk om bijvoorbeeld een huis te kopen. Een hypotheekverstrekker zit volgens mij niet te wachten op een startende ondernemer. Het voelt een beetje als een spagaat tussen gaan voor de zzp-uitdaging en de zekerheid van loondienst. Mijn baan bij Melenhorst is voor nu een goede basis, het werken daar is fijn.”

Emotie

Ik krijg het gevoel dat Sylke best al ver is in haar beslissing om binnen afzienbare tijd de stap te nemen. Zo heeft ze al goed gespaard. “Genoeg voor bijvoorbeeld een geavanceerde draai-freesbank?” test ik. Met een grote smile zegt ze: “Ja zeker, genoeg!”

Ik twijfel of de hypotheek het echte verhaal is om te wachten en vraag haar wat ze verder aan zekerheid wil alvorens de stap als zelfstandige te maken. “Ik weet nog een aantal dingen niet over het eigen ondernemerschap...” Ik vermoed dat ze zichzelf remt in haar GO!-besluit en spreek dit voorzichtig uit. Sylke reageert emotioneel: “Ja, ik rem mezelf merk ik. Ik ben al ver om te gaan starten, maar mis nog wat zelfvertrouwen. Maar aan de andere kant weet ik ook dat ik mezelf over die onzekerheden heen kan zetten.”

Oproep aan collega's

Ik vraag Sylke wat ZIJ wil met dit interview als mogelijk podium naar de collega's in het land. Haar antwoord, waar ze lang over nadenkt: “Ik hoop dat dit interview me twee dingen brengt. Ten eerste hoop ik dat klokkenmakers mij weten te vinden om te sparren over het vak of een bepaalde klok. Ik hoor dat klokkenmakers het wat lastig vinden om elkaar te vinden.” En het tweede dat ze hoopt met de plaatsing van dit artikel over haar als vakvrouw? “Dat men mij een berichtje stuurt voor een opdracht als ze een klok krijgen aangeboden ter reparatie!” Ik denk dat deze jonge klokkenmaker al met één ambitieus been in het ondernemerschap staat!

Sylke is met haar tweevoudige oproep graag voor u bereikbaar: agelessticking@gmail.com. Voor uw vragen over ondernemerschap en klantcommunicatie ben ik ook graag voor u bereikbaar. Ik wens u goede zaken toe.

Paul Nijland

Ter-Zake
verkooptraining
paul@ter-zake.com
06-16 100 500



Q&A BY ESTHER

Hoe bouw je als merk of juwelier samen sterke connecties?

Als coach hoor ik vaak de verhalen van sieradenmerken die proberen zichzelf te introduceren bij juweliers en grotere distributeurs, maar daarbij tegen allerlei obstakels aanlopen.

Neem bijvoorbeeld een van mijn cliënten (stel u voor dat u dit bent, beste lezer!) met een prachtig, uniek merk dat maar moeilijk voet aan de grond krijgt in nieuwe winkels. Wanneer zij mails verstuurt, blijven reacties vaak uit. Persoonlijk langskomen? Het blijkt nooit het juiste moment te zijn. En als haar wordt gevraagd eerst te bellen, eindigt dat geregeld in een vriendelijk 'nee' of, soms, helemaal geen reactie.

Omdat ik beide kanten van dit verhaal ken—zowel als juwelier als agent van een merk—begrijp ik deze dynamiek maar al te goed. Aan de ene kant heeft u bevlogen eigenaren of agenten die graag hun collecties willen verkopen. Aan de andere kant zijn er juweliers die, midden in hun drukke winkelpraktijk, niet op onverwachte bezoeken zitten te wachten. Hoe kunnen we deze kloof overbruggen? Hier zijn een paar tips en inzichten (van de ene sieradenliefhebber tot de ander).

Voor sieradenmerken

1. Respecteer de tijd van de juwelier

Veel juweliers hebben een volle agenda. Voor velen is de maandag (ochtend of hele dag) een ideale 'kantoor dag', waarop ze administratieve zaken afhandelen en geen klanten verwachten. Het plannen van afspraken op deze dagen zorgt voor een rustig, gefocust gesprek zonder afleiding.

2. Begin met waarden, niet met producten

Vertel niet alleen over de esthetiek van uw merk of de materialen die u gebruikt, maar focus op uw 'waarom'. Wat maakt uw merk bijzonder? Waarom zouden de klanten van een juwelier erdoor worden aangetrokken? Laat zien hoe uw merk iets toevoegt aan de bestaande collectie van de juwelier, zonder in detail op elk stuk in te gaan.

3. Toon, maar overweldig niet

Neem een kleine, zorgvuldig gekozen selectie mee in plaats van uw volledige collectie. Soms zegt één enkel stuk genoeg over de kwaliteit van uw collectie. Deze gerichte aanpak maakt het voor de juwelier makkelijker om de essentie van uw merk te begrijpen zonder zich overweldigd te voelen.

4. Positioneer uzelf als verkooppartner, niet alleen als leverancier

Wees duidelijk over de ondersteuning die u biedt om het merk te helpen verkopen. Of u nu marketingondersteuning, advies over etaleren of promotie op sociale media kunt aanbieden, uzelf positioneren als partner laat zien dat u ook hun succes belangrijk vindt.

5. Houd het kort en krachtig

Stel een limiet van vijf tot tien minuten voor uw pitch en vermeld dit ook. Respecteer dat juweliers soms maar kort de tijd hebben; als er interesse is, zullen zij waarschijnlijk zelf een vervolgspraak voorstellen.

Voor juweliers

1. Ontwikkel een welkomende manier van selecteren

Elke juwelier heeft zijn eigen manier om nieuwe merken te beoordelen. Vraag om een korte 'elevator pitch' waar-

mee u snel kunt inschatten of het merk past, zonder een lang gesprek. Maandag is voor u misschien de ideale dag om meerdere korte afspraken te plannen met potentiële merken.

2. Stel gerichte vragen

Als een merk uw interesse wekt, gebruik dan een checklist om te bepalen of het echt bij uw winkel past. Wat zijn de kernwaarden van het merk? Hoe sluit het aan op uw bestaande collectie? Dit helpt om snel beslissingen te maken.

3. Geef constructieve feedback

Als een merk niet past, kan een beetje feedback een wereld van verschil maken. Als u het product mooi vindt maar pas in januari nieuwe merken toevoegt, zeg dat dan gerust. Of als u iets miste in hun pitch — bijvoorbeeld een duidelijk verhaal of een sterk design — geef dat aan. Het helpt hen verder en bouwt een goede verstandhouding op, zelfs als een samenwerking er nu niet inzit.

In al mijn jaren in de sieradenwereld heb ik zoveel vriendelijke en respectvolle vakmensen ontmoet. Of we nu zaken deden of niet, deze interacties waren waardevol en bleven me bij. Laten we altijd ruimte houden voor wederzijds respect, zelfs in de kortste ontmoetingen. U weet maar nooit waar dat ene gesprek toe kan leiden — misschien een toekomstige samenwerking, of gewoon een goede les.

Esther Ligthart

Esther Ligthart deelt haar passie voor juwelen via haar blog op Bizzita.com en schrijft regelmatig voor vakbladen wereldwijd. Met een brede ervaring in de juwelenindustrie heeft

Esther zich ook ontplooid als mentor en coach, waarbij ze haar kennis en inzichten inzet om anderen te ondersteunen in hun groei en het bereiken van hun doelen en dromen.

WWW.BIZZITA.COM

Foto: Sooph photography



EXCLUSIEF VOOR LEDEN
VAN FEDERATIE GOUD EN ZILVER

BIED UW KLANTEN MEER
KEUZEMOGELIJKHEDEN MET DE

Sieraden Geschenkbbon

De Sieraden Geschenkbbon is exclusief voor leden van Federatie Goud en Zilver verkrijgbaar en kost € 35,- per 25 stuks [excl. btw en verzendkosten].

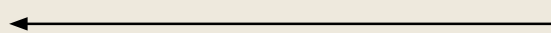
De papieren Sieraden Geschenkbbon is winkelgebonden en kan alleen ingenomen worden door het bedrijf dat de bon heeft uitgeschreven.

Bestel uw geschenkbbonnen bij de Federatie Goud en Zilver via (079) 331 53 00 of mail naar federatie@fgz.nl





LAB-GROWN *DIAMOND*



Trilogie



Alliance

Emerald halo



Briljant solitaire



Oval solitaire



Taxaties met een verhaal

Sieraden dragen persoonlijke verhalen met zich mee, waardevolle verhalen. Door die verhalen zijn sieraden van veel betekenis. In de serie Taxaties met een Verhaal vertelt Anita Veenendaal over wat ze zoal tegenkomt als taxateur van juweliersartikelen.

Vintage horloges vaak niet goed verzekerd

De laatste jaren zie je een trend onder mannen: ze kopen steeds vaker een vintage horloge voor zichzelf. Hoe leuk ook, als horlogetaxateur wil ik toch graag op een aantal punten wijzen. Deze keer dus geen verhaal, maar een aantal tips!

Ik maak regelmatig mee dat mannen een vintage horloge kopen als een beloning voor zichzelf. Hoe leuk is dat! Misschien vieren ze daarmee een bepaalde gebeurtenis en krijgen deze horloges nog meer betekenis. Toch moeten ze wel rekening houden met een aantal zaken als ze voor zo'n horloge gaan. Een paar punten voor juweliers om aan te denken bij de verkoop van vintage horloges.

1. Zorg ervoor dat de klant weet dat het belangrijk is dat hij een vintage horloge laat taxeren. Ook al betaalt hij een bepaald bedrag in uw winkel, de aankoopnota is slechts drie jaar geldig bij zijn verzekering. Mocht er iets gebeuren met het horloge, dan krijgt hij na die drie jaar een geschat bedrag terug, terwijl de waarde misschien juist gestegen is. Verwijs de klant daarom door naar een gecertificeerd horlogetaxateur. Die kan de juiste waarde bepalen zodat de klant zijn kostbare aankoop goed kan verzekeren.
2. Een inboedelverzekering is vaak niet genoeg. Sieraden en horloges zijn bij de meeste inboedelverzekeringen tot een bedrag van zo'n 6.000 euro gedekt. Is het horloge duurder? Dan is de klant dus niet voldoende gedekt. Mijn tip is om voor het horloge een aparte verzekering af te sluiten, zeker als de waarde van het horloge hoger is dan de dekking. Dit klinkt logisch, maar geloof me, de meeste mensen staan hier niet bij stil.
3. Laat de klant het taxatierapport tijdig vernieuwen. Vintage horloges zijn populair en de prijzen fluctueren.

Om de juiste waarde in het taxatierapport te blijven behouden, raad ik aan om iedere twee jaar een korte check te laten uitvoeren. Dan wordt duidelijk of er bij een desbetreffend type horloge veranderingen gaande zijn, qua populariteit en dus qua prijsstijgingen.

Ik heb het hier nu over vintage horloges omdat die nu erg in trek zijn, maar een goede taxatie en verzekering zijn natuurlijk ook nodig voor andere kostbare horloges en sieraden. En wie op zoek wil naar een gecertificeerd horlogetaxateur, kijk hiervoor op de website van de Federatie TMV: WWW.FEDERATIE-TMV.NL.

Anita Veenendaal

Anita is gecertificeerd taxateur juwelen en horloges, aangesloten bij de TMV en edelsteenkundige FGA. Ze werkte 20 jaar bij Veilinggebouw de Zwaan; de plek waar haar liefde voor sieraden ontstond. Sinds 2022 is ze zelfstandig taxateur. Anita is vooral geboeid door de verhalen achter de sieraden die ze taxeert. Zo ontstond haar idee voor een nieuwe manier van taxeren: niet alleen de financiële, maar ook de emotionele waarde opnemen in het taxatierapport.



WWW.AVSIERADENTAXATIES.NL

Kies voor de voordelen van verzekering bij úw Onderlinge!

De verzekeraar voor juweliërs, goud- en zilversmeden en uurwerkherstelbedrijven



- JUWON Blockpolis en Rechtsbijstandverzekering
- Advies en bemiddeling voor verzekering tegen overige zakelijke risico's
- Risico-inventarisatie, preventie- en verzekeringsadvies
- Professionele slachtofferhulp bij een traumatische gebeurtenis
- Samenwerking met gespecialiseerde beveiligings- en schadeherstelbedrijven
- Winstdeling en inspraak in het te voeren beleid via de Ledenvergadering

Neem gerust contact met ons op voor een adviesgesprek en een passende offerte.

Juwon Onderlinge Schade Maatschappij U.A.

Postbus 92, 3400 AB IJsselstein, Poortdijk 34-a, 3402 BS IJsselstein
Telefoon 030-687 81 59 info@juwon.nl | www.juwon.nl



Events

INHORGENTA GAAT SAMENWERKEN MET FHH



Sieraden- en horlogevakbeurs INHORGENTA gaat voor de komende editie samenwerken met de Fondation de la Haute Horlogerie in Genève. De volgende beurs vindt plaats van 21 tot en met 24 februari in München.

De FHH is een non-profitorganisatie die de horlogebranche wereldwijd promoot en het horloge als een object van kunst en cultuur neerzet. De FHH benadrukt het belang van de samenwerking met INHORGENTA. "Dit sluit perfect aan bij onze missie om de horlogecultuur te promoten", zegt Aurélie Streit, vice-president van de FHH. "We zijn dan ook erg blij om de branche samen met de beurs in de schijnwerpers te zetten."

Ook INHORGENTA is verheugd over de samenwerking. Stefanie Mändlein, tentoonstellingsdirecteur van INHORGENTA: "We streven er altijd naar om de kwaliteit van onze beurs nog verder te verhogen en om innovatieve elementen toe te voegen. Door het culturele inzicht van de FHH toe te voegen, bieden we ons publiek een kijkje in het rijke erfgoed van het vakmanschap en de kunstzinnigheid van de horlogerie."

Sleutelrol

Horloges spelen een sleutelrol bij INHORGENTA, al sinds de start van de beurs ruim vijftig jaar geleden. Hal Al is op de beurs de thuisbasis van de horlogerie met internationale topmerken, traditionele fabrikanten en jonge bedrijven. Daarnaast zijn er twee speciale paviljoens: de Salon Suisse

en het Franse paviljoen, waar de horlogekunst uit deze twee landen aan een groot publiek wordt gepresenteerd. De paneldiscussies 'Watch Talk', waar de FHH ook aan zal deelnemen, geven internationale sprekers uit de horlogebranche een podium en de INHORGENTA AWARD trekt spannende merken en inzendingen aan in de categorieën 'Luxury Watch' en 'Watch Design'.

Op INHORGENTA in februari introduceert de FHH de innovatieve 'FHH Cultural Space', een educatief en ervaringsgericht centrum dat een belangrijke speler in het promoten van de horlogecultuur gaat worden. Hier wordt een breed scala aan culturele diensten en activiteiten geboden. Daaronder de tentoonstelling 'Watches & Talents' dat het werk van acht uitzonderlijke professionals in de horloge-industrie presenteert en een reeks workshops horlogemaken.



Culturele uitwisseling

De FHH en INHORGENTA zijn allebei toegewijd aan het opleiden van de branche, het promoten van de horlogecultuur en het vergroten van de waardering voor horloges als objecten van zowel vakmanschap als kunstzinnigheid. Samen streven ze ernaar het aantal horlogeliefhebbers en de kennis over horloges nog verder te vergroten.

WWW.INHORGENTA.COM

Een laserlas machine voor:



*Maand prijs voor andere lasers kan verschillen

Let op! Geld lenen kost geld

Aan het eind van de periode bent u eigenaar van het product
Verkrijgbaar op afbetaling



€ 9.250,-



€ 13.750,-



€ 16.850,-

Vermogen:	160 joule	225 joule	240 joule
Gebruik:	6 uur per dag	8 uur per dag	8 uur per dag
Programma's:	vrij instelbare programma's	vrij instelbare programma's	vrij instelbare programma's



- Nu voor iedereen beschikbaar
- Kom de diverse machines in de showroom testen en ervaar het gemak, de kwaliteit en de verschillen
- Koop nooit een laserlaser zonder verschillende machines te testen
- Drijfhout dé laserlas expert van de Benelux

JANUARI – MAART 2025

Agenda

17- 21 JANUARI
VicenzaOro – Vicenza

19 JANUARI
Rikketik, horloge- en klokkenbeurs – Houten

20 JANUARI - 16 FEBRUARI
Tucson Gem & Jewellery Shows
(diverse data) – Tucson

21-24 FEBRUARI
Inhorgenta - München

9-11 MAART
Retailbeurs Jewels & Watches – Utrecht

6-9 FEBRUARI
Madridjoya & Bisutex – Madrid

12-14 MAART
Amberif - Gdansk



Exposities

Nederlands Zilvermuseum Schoonhoven
17 OKTOBER T/M 28 SEPTEMBER
Refleksi-Refleksi

7 NOVEMBER T/M 9 FEBRUARI
Gunst baart Kunst

DIVA Antwerpen
25 OKTOBER T/M 21 APRIL
Opgespeld! Hedendaagse juwelen
uit Antwerpen

Grote Kerk Naarden
23 T/M 26 JANUARI
Naarden the Art Fair

Nationaal Museum De Zwarte Tulp, Lisse
27 AUGUSTUS T/M 23 FEBRUARI
De Schatkamer van Martijn Akkerman

Drents Museum, Assen
7 JULI T/M 26 JANUARI
Dacia – Rijk van goud en zilver





FEDERATIE
GOUD|ZILVER

Geef goud als je van elkaar houdt

Vind een juwelier of goudsmid op www.fgz.nl



in de
praktijk



FGZ promotiecampagne Geef goud als je van elkaar houdt



Sommige slogans vergeet je nooit. *'Heerlijk helder Heineken'* of *'Even Apeldoorn bellen'* bijvoorbeeld. *'Geef goud als je van elkaar houdt'* is er ook zo een. Een juweel van een slogan, die alles zegt én nog steeds actueel is. De FGZ heeft 'm nieuw leven ingeblazen met een reclamecampagne om sieraden weer hoog op de verlanglijstjes van consumenten te krijgen.



Naar aanleiding van verschillende onderzoeken en de vraag uit de branche is door de FGZ een reclamecampagne opgezet om de verkoop van sieraden te bevorderen. Een tijd geleden stond de sieradenbranche nog in de top 5 van artikelen die veel cadeau worden gegeven. Dat is nu niet meer het geval, maar moet dat wel weer worden. En dus is een aantrekkelijke en laagdrempelige campagne inclusief reclamevideo's en promotiemateriaal voor de branche gelanceerd.

Reclamevideo's

In samenwerking met een regisseur, cameraploeg, modellen en met behulp van studenten van Vakschool Schoonhoven is een reclamevideo gemaakt. Uit deze film zijn vervolgens vier verschillende versies gehaald. Het doel van de film is bij diverse doelgroepen de emotie over te brengen die je krijgt bij het geven en krijgen van een sieraad. De aftiteling van de promotiefilm zegt het allemaal: **'Geef goud als je van elkaar houdt'. Vind een juwelier of goudsmid op www.fgz.nl.**

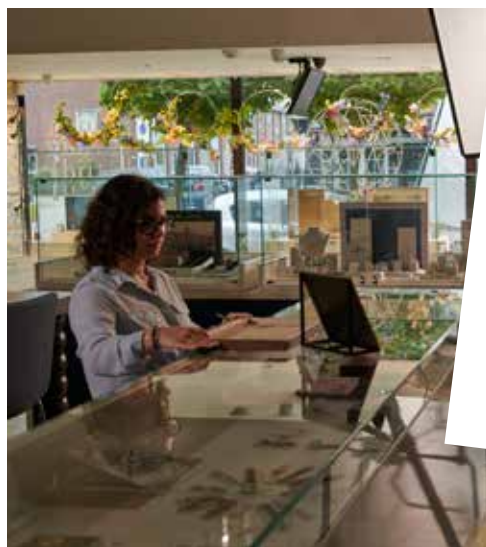
Tijdloos

Alle leden zijn gevraagd om de reclamefilm – één of meerdere versies – vanaf 2 december op social media, websites en andere kanalen te plaatsen. De video staat ook op de socials en de website van de FGZ. De campagne is zo samengesteld dat ieder FGZ-lid de video op vele manieren en op elk gewenst moment kan gebruiken. Niet alleen tijdens de komende feestdagen; het is een tijdloze film die ook voor Valentijnsdag, Moederdag e.d. ingezet kan worden.

De campagne wordt ondersteund met promotiemateriaal zoals posters, flyers, banners en meer. Al het materiaal is beschikbaar voor alle ondernemers in de branche zodat de campagne breed aandacht krijgt. Op de foto's een kijkje achter de schermen van de filmshoot. Heeft u opmerkingen of tips? Laat het ons weten via edelmetaal@fgz.nl.

DOE MEE!

Zet de video en de andere promotie-uitingen op uw (social) mediakanalen. Samen staan we sterk!



Speciaal voor FGZ-leden Vers van de pers: de nieuwe informatiefolders



De FGZ heeft de populaire vouwfolders over goud, zilver, horloges en edelstenen, zoals al gemeld in de vorige editie van Edelmetaal, geheel vernieuwd. De informatieve folders zijn gedrukt en kunnen nu door leden besteld worden.

Vijf nieuwe folders zijn er: Goud|Zilver, Diamant, Parels, Edelstenen en natuurlijk Horloges. Speciaal voor consumenten die meer willen weten over horloges en sieraden. Natuurlijk passen niet alle details in een folder. Daarom staat op de achterkant van de folder een QR-code die naar de consumentenwebsite www.fgz.nl leidt, waar in de uitgebreide kennisbank nog meer informatie staat.

Welke folders zijn er?
De nieuwe brochures behandelen de volgende onderwerpen:
• Goud | Zilver • Horloges
• Diamant • Parels
• Edelstenen

Exclusief voor leden

De nieuwe folders zijn nu beschikbaar en kunnen alléén door FGZ-leden besteld worden via www.ondernemers.fgz.nl of per mail/telefoon.

Bestel de folders en geef ze mee aan uw klanten!

LEDENZOEKER Via de ledenzoeker op www.fgz.nl vinden consumenten een betrouwbaar adres voor de aanschaf van een horloge of sieraad.

Gratis platform helpt ambachtelijke sector

Ondernemen met je handen

Ambachtelijke ondernemers kunnen via het gratis online platform ondernemenmetjehanden.nl hulp vinden om hun bedrijfsvoering te versterken met korte en praktische cursussen. Via deze cursussen leren ze meer over onder meer strategische vaardigheden, digitalisering en sturen op cijfers.

Het platform is onlangs gelanceerd door VNO-NCW, MKB-Nederland en zes brancheorganisaties (waaronder de Federatie Goud en Zilver) met als doel de ambachtelijke sector te versterken. Ondernemenmetjehanden.nl helpt ambachtelijke bedrijven om toekomstbestendig te worden, aantrekkelijker als leerbedrijf op te treden en essentiële ondernemersvaardigheden op te bouwen.

Nooit te oud om bij te leren

“Als uurwerktechnicus of edelsmid onderneem je met je ambacht. Dat vergt kennis en ontwikkeling, zowel zakelijk als vaktechnisch, zeker in de huidige markt,” zegt FGZ-directeur Patrick Thio. “Vandaar dat we samen met andere branches dit initiatief hebben genomen, zowel voor starters als ervaren collega’s – je bent tenslotte nooit te oud om bij te leren.”

Marius van Harten, directeur van Brans Almelo, voegt toe: “Gemotiveerde collega’s herken je direct aan de kwaliteit van het eindproduct. Naarmate zij zich ontwikkelen, groeit hun zelfvertrouwen, wat leidt tot betere resultaten. Het is essentieel om de collega’s in hun kracht te zetten door te investeren in groei en ontwikkeling. Blijf ze inspireren, want wanneer mensen goed in hun vel zitten, presteren ze optimaal.”

Wat biedt het platform?

Ondernemenmetjehanden.nl is onderdeel van het project Ambacht+ en biedt praktische cursussen van slechts enkele minuten die ook makkelijk via een smartphone te volgen zijn. Thema’s variëren van kostprijsberekening en administratie tot klantgerichtheid, strategisch ondernemen en innovatie. Met deze tools kunnen ondernemers hun bedrijfsvoering efficiënter maken en digitalisering beter benutten in hun besluitvorming.

Naast bedrijfsvoering legt het platform de nadruk op de sociale rol van ambachten: het trekt jongeren aan voor het leren



van een vak en biedt schoolverlaters en werkzoekenden een kans om een toekomst op te bouwen binnen de ambachtssector. Door hun bedrijfsvoering te versterken, kunnen ambachtelijke bedrijven ook hun imago verbeteren en bijdragen aan de maatschappelijke betrokkenheid van de sector.

Waarom is dit belangrijk?

De ambachtseconomie is belangrijk voor Nederland en levert 110 miljard euro per jaar op. Toch staan veel ambachtelijke bedrijven onder druk door een tekort aan nieuwe medewerkers, gebrek aan opvolging, vergrijzing en het onvoldoende benutten van technologische ontwikkelingen. Dit platform helpt ondernemers te moderniseren en om aantrekkelijker te worden, zodat deze bedrijven kunnen blijven groeien en een belangrijke rol in de maatschappij blijven spelen.

Ondernemenmetjehanden.nl is onderdeel van het project Ambacht+, een initiatief van MKB-Nederland en VNO-NCW. Samenwerking vindt plaats met zes ambachtelijke brancheorganisaties: ANKO, KNS, INretail, NSV, NBOV en FGZ. Het project bestaat verder uit een kostprijsberekeningstool en branchecijfers via Retail Insiders.

[WWW.ONDERNEMENMETJEHANDEN.NL](https://www.ondernemenmetjehanden.nl)

BGP EDELMETAAL

Fullservice partner voor juweliers en edelsmeden

Voor juweliers en edelsmeden die méér service willen is BGP Edelmetaal het aanspreekpunt. Meer dan tweehonderd juweliers en edelsmeden zijn klant van BGP Edelmetaal voor de verkoop van sloop (oude sieraden), werkhuisafval (vijlsel, lavuur, boorsel), tandengoud, industrieel goud, beleggingsmunten en -baren. BGP Edelmetaal is de ingang naar zusterbedrijf Elephant Refinery die uiteraard het sloopedelmetaal verwerkt.

Wat krijgt u bij BGP Edelmetaal?

- Altijd de Beste Goud Prijs
- Direct uitbetaling
- Gratis ophaalservice

Benieuwd naar de mogelijkheden? Wij informeren u graag!



072 572 5224



info@bgpedelmetaal

Arcadialaan 16B, Alkmaar
+ 31 (0)72 572 52 24
info@bgpedelmetaal.nl



Onderdeel van:



www.bgpedelmetaal.nl



Bijou Moderne

Fournituren • Gereedschappen • Machines • Metalen
Edelstenen • Batterijen • Rijggaren • Poetsmiddelen
Verpakkingen • Sluitingen • Horlogerie • Presentatie



Ook voor **puntlasapparaten** van **Lampert** gaat u naar Bijou Moderne



Compleet assortiment met meer dan 50.000 artikelen uit voorraad leverbaar!

Bijou Moderne,
dé groothandel voor elke
juwelier, horlogemaker,
goud- en zilversmid.

Vraag uw catalogus aan!
808 pagina's boordevol info



Onze website is het online
startpunt voor het laatste nieuws
en info over Bijou Moderne, onze
diensten en producten.

Vraag uw inlogcode aan!
www.bijoumoderne.nl

Bijou Moderne • Edisonlaan 36-38 • 2665 JC Bleiswijk • Holland • T 010 - 529 66 00 • E info@bijoumoderne.nl

Sectie Uurwerktechniek

Sectie wil uurwerktechnici bij elkaar brengen

Binnen de Federatie Goud en Zilver is een groot aantal uurwerktechnici verenigd in een speciale sectie die de belangen van deze specifieke groep behartigt. FGZ-leden die in het bezit zijn van één of meerdere diploma's op het gebied van uurwerktechniek kunnen zich bij de sectie aansluiten.

De Sectie Uurwerktechniek wil uurwerktechnici graag bij elkaar brengen. Via de sectie kunnen ervaringen gedeeld worden, de leden kunnen onderling sparren over tal van onderwerpen en vraagstukken met elkaar doornemen.

Vakdag

Voor de leden van de Sectie Uurwerktechniek worden vakdagen georganiseerd. Naast een ledenvergadering worden op zo'n vakdag presentaties gegeven over vakgerelateerde onderwerpen. Omdat de uurwerktechnici altijd belangstelling hebben voor hoe en waar een medelid werkt, gebeurt het ook wel dat tijdens een vakdag het bedrijf van een sectielid wordt bezocht. Of brengt de groep een bezoek aan een museum als daar een interessante expositie is op het



gebied van uurwerken. Tijdens de vakdagen is altijd tijd voor persoonlijke contacten. Veel uurwerktechnici werken alleen en sparren dus graag met andere leden, bijvoorbeeld over de ervaringen als ondernemer. En uiteraard is er ook tijd voor een hapje en een drankje.



Opleiding

De sectie onderhoudt nauwe contacten met Zadkine Vakschool Schoonhoven met als doel de opleidingen uurwerktechniek op hoog niveau te houden. Naast mbo-dagopleidingen op de niveaus 3 en 4, biedt de school ook een branche-erkende opleiding voor werkenden en zij-instromers en andere cursussen en trainingen op het gebied van uurwerktechniek.

Andere organisaties

De sectie is aangesloten bij diverse andere uurwerkgerelateerde organisaties zoals de Federatie Klokkenvrienden (alle sectieleden ontvangen gratis het TIJDSchrift, de eigen uitgave van deze federatie), het uurwerkherstellers-forum op internet (alle sectieleden kunnen kosteloos deelnemen aan dit digitale forum) en de Stichting Museum en Archief voor Tijdmeetkunde (SMAT).

Geïnteresseerd?

Gediplomeerde uurwerkherstellers die lid zijn van de FGZ kunnen zich aansluiten bij de Sectie Uurwerktechniek. Kijk voor meer informatie op www.ondernemers.fgz.nl. U kunt ook mailen of bellen: federatie@fgz.nl, 079-331 53 00.



Wij verwerken voor juweliërs en edelmeden onder meer sloopgoud en sloopzilver, oude sieraden, beleggingsmunten en baren, vijsel, bankvuil en boorsels. Met onze unieke én milieuvriendelijke manier van raffineren behalen wij de hoogste zuiverheid. Wij garanderen een zorgvuldig en veilige verwerking van uw materiaal. Daarnaast bieden wij een snelle doorlooptijd en een hoog rendement op uw teruggewonnen edelmetalen.

www.elephantrefinery.nl

+31 (0)85 - 04 10 030

Slootvaartweg 8, Slotdorp

BRANS ALMELO

Let's work together!

HORLOGE REPARATIE

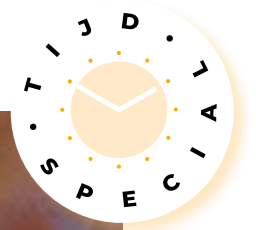
SIERADEN REPARATIE

GRAVEREN

ALLE SOORTEN
ZETWERK



Horlogereparaties aannemen: uitleggen en noteren



De gemiddelde consument heeft geen idee wat er bij de reparatie van een horloge komt kijken. Aan u de taak om dit uit te leggen en de juiste punten te noteren om misverstanden te voorkomen. Een aantal veelvoorkomende kwesties op een rij.

1. Batterij vervangen

Als een horloge niet meer loopt ligt dat vaak aan de batterij. Maar dat hoeft niet altijd en dus is het aan te raden de klant meteen te vertellen dat er ook een andere oorzaak kan zijn. Stel dat het horloge met een nieuwe batterij nog steeds niet loopt, dan moet u achteraf zeggen dat dit aan iets anders ligt en kan de klant denken dat u het probleem heeft veroorzaakt. Vraag ook of de klant wil dat zijn horloge (weer) waterbestendig is en leg uit dat er misschien andere onderdelen vervangen moeten worden om de waterbestendigheid te garanderen.

“ **Veel klachten zijn te voorkomen door de klant vakkundig en begrijpelijk uitleg te geven** ”

2. Waterbestendigheid

Een gerepareerd horloge blijkt niet meer waterbestendig, terwijl de klant er voor de reparatie probleemloos mee kon zwemmen. Deze denkt dus dat het aan de reparatie ligt dat dat nu niet meer kan. Informeer de klant goed over de waterbestendigheid voor het aannemen van de reparatie. Dan kunt u meteen uitleggen dat bepaalde onderdelen die de horlogekast afdichten ook periodiek vervangen moeten worden.

3. Beschadigd horloge

Bij het aannemen van een reparatie is het belangrijk om goed op te letten in welke staat het horloge wordt afgegeven en dit nauwkeurig te omschrijven. Elke schade aan het horloge en slijtagepunten moeten goed worden genoteerd om discussies achteraf te voorkomen.

4. Verwisseld horloge

Als een horloge een echt goede revisiebeurt krijgt, wordt ook de buitenkant onder handen genomen. Het kan zijn dat



Delma Watches

de klant niet meer weet hoe het horloge er als nieuw heeft uitgezien. Noteer daarom bij de aanname de bijzondere kenmerken van het horloge, zoals kast- en serienummer.

5. Full service

Om bij de klant begrip te kweken voor de zorg die een horloge nodig heeft en voor de tijd die daarin gaat zitten, is het van belang de werkzaamheden van tevoren goed uit te leggen en een gedetailleerde prijsopgave te geven. Alleen 'schoonmaken' of 'full service' aangeven voor een bedrag dat in de ogen van de klant erg hoog is, is meestal niet voldoende.

Wat noteert u op de reparatiebon?

Veel discussies zijn te voorkomen door bij de aanname van het horloge de reparatiebon in het bijzijn van de klant in te vullen. Noteer gegevens als: type horloge en merk, kast- en serienummer, materiaal kast en band, kleur wijzerplaat, de verlangde waterbestendigheid, eventuele bijzonderheden of beschadigingen, de omschrijving van de verwachte werkzaamheden en de prijsopgave met datum (dit kan met een marge).

Als de reparatie klaar is kunt u de uitgevoerde werkzaamheden noteren, met prijsspecificatie, het totaalbedrag, de datum van afhalen (met reçu of handtekening van de klant). Een overeengekomen prijs moet overigens altijd worden aangehouden, ook al is de reparatie duurder uitgevallen.

Gaatjes prikken

100% veilig · 100% comfortabel · 100% steriel

Ons Inverness systeem



- Unieke / exclusieve beschermende veiligheidssluiting
- Bescherming tegen schade aan de hals
- Geen kans op ingegroeide veiligheidssluiting

Andere systemen



- Standaard grote en scherpe vlindersluiting
- Geen bescherming tegen scherpe punt in de hals
- Kans op ingegroeide vlindersluiting

inverness
Safe & Gentle Ear Piercing

Voor meer informatie over het Inverness Ear Piercing systeem of onze gratis trainingen, kunt u vrijblijvend contact met ons opnemen.



GL Nederland BV · Importeur en distributeur voor Inverness Europa · www.inverness.nl
Van Heuven Goedhartlaan 121 · 1181 KK Amstelveen · 020-7640400 · inverness@glnederland.com

Vergulden en Rhodineren Bij Drijfhout

- Vergulden
- Kleurvergulden
 - 14kt geelgoud
 - 18kt geelgoud
 - Roodgoud
- Verzilveren
- Rhodineren



- Jarenlange ervaring
- In eigen fabriek
- Korte levertijd

 **Drijfhout**
Part of HM Precious Metals

Openingstijden showroom:
Maandag t/m vrijdag 8:30 - 16:30 uur
Keienbergweg 12
1101 GB Amsterdam
www.drijfhoutnl.com - info@drijfhoutnl.com
T. (+31) 020 564 8 520

Betaalbare sieraadetiketten in
verschillende formaten

Sieraadetiketten.nl

EPURA BV

Piet Mondriaanplein 187p | 3812 GZ Amersfoort | 033 455 9065


EDELSMEDERIJ ENGELS
www.edelsmederijengels.nl

ONTWERPEN VAN SIERADEN
REPARATIES GOUD/ZILVEREN SIERADEN
ZETTEN VAN DIAMANT/EDELSTENEN
RESTAURATIE VAN OUDE SIERADEN

✉ engels.p@kpnmail.nl ☎ 06-14 19 75 58

Nog vijf redenen om lid te zijn

Lid zijn loont, deel 3

Wie contributie betaalt mag profiteren. Wie dus lid is van de Federatie Goud en Zilver steunt niet alleen de branche, maar heeft ook recht op speciale voordelen. In de vorige twee edities van Edelmetaal noemden we al diverse redenen om lid te zijn. In deze uitgave nog eens vijf, waarvan sommige weer helemaal gratis en voor niets.

De FGZ zet zich in voor veel zaken die de hele branche ten goede komen. Voor een goed beveiligde branche, een prima opleiding, promotie van de branche. Voor cao's voor de detailhandel en de goud- en zilvernijverheid en uurwerktechniek. Daarnaast zijn er voordelen en diensten waar alleen leden van profiteren. Financiële voordelen waarmee de contributie (voor een groot deel) terugverdiend wordt en diverse diensten. Lid zijn loont dus.



11 Alleen voor leden: de Uitblink-booster

Speciaal voor FGZ-leden en hun medewerkers heeft Uitblinkers een verkooptraining ontwikkeld, de Uitblink-booster. Een training van ca. 2 ½ uur waarbij met praktische aanwijzingen en specifieke vakken het verkoopteam geprikkeld wordt om nét dat stapje extra te zetten bij een verkoop. De kosten zijn €500,- per team. FGZ-leden kunnen inschrijven via info@uit-blinkers.nl. Ook voor andere trainingen hanteert Uitblinkers een ledentarief.

12 Gratis: FGZ-deursticker

Net zoals het FGZ-logo op media-uitingen (zie de voordelen in Edelmetaal oktober) geeft de FGZ-sticker op uw winkel deur consumenten vertrouwen. Wie langs de zaak van een FGZ-lid loopt ziet meteen dat deze bij de beroepsvereniging is aangesloten en ervaart dat als kwaliteitswaarborg.



13 Alleen voor leden: SieradenGeschenkbon

De cadeaubonnenmarkt viert nog altijd hoogtij. Met de SieradenGeschenkbon van de Federatie Goud en Zilver kunnen ondernemers die lid zijn van de FGZ een graantje meepikken van deze booming business. De bon kan ter

waarde van elk gewenst bedrag aangeschaft worden. En met een handgeschreven boodschap wordt deze ook nog eens heel persoonlijk. Een uitstekend alternatief dus voor andere cadeaubonnen. Alleen voor leden!

14 Korting: maak een collega lid

FGZ-leden zijn de ambassadeurs voor de vereniging. Ze weten van al het werk dat de FGZ voor de hele branche doet en voor de individuele leden. Dus wie kan het lidmaatschap van de FGZ beter promoten? Wie een nieuw lid aandraagt kan rekenen op een korting van € 50 op de eigen contributie. Per nieuw lid, dus wie twee collega's motiveert om lid te worden, krijgt € 100 korting.



15 Alleen voor leden: Modellendepot

Omdat binnen de branche modellenbescherming van groot belang is, heeft de FGZ al in 1933 een modellendepot opgericht. FGZ-leden, met name goud- en zilversmeden, kunnen hier gratis hun ontwerp deponeren.

De ledenvoordelen 1 t/m 5 vindt u in Edelmetaal augustus en 6 t/m 10 in Edelmetaal oktober.

Word lid van de FGZ

Bent u nog niet aangesloten bij de FGZ, maar wel geïnteresseerd in alle voordelen die het lidmaatschap biedt? Meld u dan aan als lid via www.ondernemers.fgz.nl of federatie@fgz.nl.

Zadkine Vakschool Schoonhoven aan het woord

Een creatieve reis naar het edelsmeden

DOOR: PRISCILLA WIRDJO

Van communicatie en marketing naar het creëren van unieke sieraden, Melinda Stroeve bewandelde een bijzondere weg. Haar droom om goudsmid te worden bracht haar naar Zadkine Vakschool Schoonhoven, waar zij het ambacht verder ontwikkelde en haar passie omzette in een professionele carrière. In dit interview vertelt Melinda over haar ervaringen, uitdagingen en waarom ze anderen aanmoedigt om de sprong naar edelsmeden te wagen.

Melinda's interesse in het creatieve vak begon al op jonge leeftijd, maar haar carrière verliep aanvankelijk in een andere richting. "Ik wilde als jong meisje al iets creatiefs doen," vertelt ze, "maar dat was destijds niet haalbaar. Toch liet het me nooit los." Na een kennismakingscursus aan de Volksuniversiteit in Zevenaar bloeide haar passie weer op, en met steun van haar man besloot ze serieus in het goudsmiden te duiken. In 2023 maakte ze haar droom compleet door te starten met de cursus Goudsmiden bij Vakschool Schoonhoven.

Een stevige basis in technieken

De keuze voor de cursus was voor Melinda een bewuste stap om haar kennis te verdiepen. "Ik had al losse lessen gevolgd, maar bij de Vakschool leer je écht de basis en vaktechnieken. Heel waardevol." Ze heeft inmiddels vijf beoordelingswerkstukken gemaakt, waaronder een dubbele ring met motief en een hanger met een gezette steen. "Ik merk nu al dat mijn techniek flink verbeterd is. Het gestructureerde lesmateriaal en de fijne groepssfeer zorgen ervoor dat ik volop kan leren en groeien."

De uitdaging van precisie

Goudsmiden vereist precisie en geduld, kwaliteiten die Melinda in de cursus volop heeft ontwikkeld. "Een van de grootste uitdagingen was het maken van de dubbele ring. Daarbij moeten beide delen perfect op elkaar passen. Dat vergt geduld en doorzettingsvermogen, iets wat je absoluut nodig hebt in dit vak." Ze haalt veel voldoening uit de resultaten. "Het moment dat een werkstuk precies zo uitvalt als je hebt bedacht, is elke keer weer bijzonder."

Inspiratie voor de toekomst

Met haar nieuw opgedane vaardigheden kijkt Melinda naar de toekomst. Ze hoopt haar werk verder uit te breiden en



haar eigen atelier te openen waar ze klanten kan ontvangen en haar sieraden kan presenteren. "Naast mijn webshop wil ik graag meer ruimte om te werken en mijn passie te delen." Melinda ziet de cursus goudsmiden bij de Vakschool als een perfecte basis voor aspirant-edelsmeden: "De cursus geeft je echt een stevige basis. Het is geweldig om een vak te leren waarin je je creativiteit helemaal kwijt kunt."

WWW.ZADKINE.NL/VAKSCHOOLSCHOONHOVEN

Kies voor Vakmanschap en start met de cursus Goudsmiden

Leer alle basistechnieken van het goudsmiden of verfijn je vaardigheden als ervaren cursist. Van basis tot unieke ontwerpen: je ontdekt gereedschappen, materialen en specifieke technieken. Na deze cursus creëer je unieke sieraden, geïnspireerd door jouw eigen creativiteit. Kies uit 30 lessen van 3 uur of 15 lessen van 5 uur, op één van de locaties in Arnhem, Veghel of Schoonhoven.

Publieksprijs Meesterstukken en Miniaturen uitgereikt

DOOR: PIETER VERMEULEN

De studenten van de opleiding Goudsmid niveau 4 maken als afsluiting van hun opleiding een Meesterstuk. Bij de Basisgoudsmid niveau 3 wordt de opleiding afgesloten met het maken van een miniatuur. De eindexamenstukken van de studenten werden vanaf begin juli tentoongesteld in het Nederlands Zilvermuseum waar bezoekers tot begin oktober op hun favoriete stuk konden stemmen.

Op 15 oktober was er een tweede diploma-uitreiking voor de studenten die in juli net niet op tijd klaar waren met de opleiding. 33 gediplomeerden ontvingen hun diploma in de Grote Kerk in Schoonhoven. Terwijl bij de diploma-uitreiking in juli de winnaar van de Vakjuryprijs al bekend was, werd tijdens deze gelegenheid ook de winnaar bekendgemaakt van de Publieksprijs Meesterstukken en Miniaturen.

Vele honderden bezoekers van het Zilvermuseum hebben gedurende drie maanden gestemd op hun favoriete Meesterstuk of Miniatuur. De meeste stemmen waren voor de oorsieraden van Mila Blomberg. Mila ontving de Publieksprijs, bestaande uit cadeaubonnen die onder andere beschikbaar waren gesteld door BirGem, Herens & Herens, Bijou Moderne, Schöne Edelmetaal en Gieterij Van den Bergh.

Delicaat, kleurrijk, magnifiek zetwerk, gewoon prachtig: zomaar wat commentaren van bezoekers die op de stembriefjes waren gezet. Maar op één stembriefje werden ook de andere examenstukken geprezen. Zo schreef mrs. Hodgson



uit Oxford, Engeland: "All 47 are amazing pieces, so talented." En daarmee was er weliswaar één winnaar, maar geen verliezers.

WWW.ZADKINE.NL/VAKSCHOOLSCHOONHOVEN

5 juli 2025: reünie 130 jaar Vakschool Schoonhoven

In 2020 bestond Zadkine Vakschool Schoonhoven 125 jaar. Na een feestelijke opening in aanwezigheid van ZKH Koning Willem Alexander stonden er vele andere festiviteiten gepland. Helaas gooide de coronapandemie roet in het eten. Veel festiviteiten en ook de geplande reünie konden niet doorgaan.

Een lustrum verder staat er alsnog een groots reüniefestival gepland, op zaterdagavond 5 juli 2025. Uiteraard is er volop gelegenheid elkaar te ontmoeten en herinneringen op te halen. Vlak achter de school wordt een festivalterrein opgebouwd met diverse foodstands. Een live coverband gaat optreden en tussendoor zal een voor de Vakschool bekende DJ de boel muzikaal omlijsten. Voor meer informatie en aanmelding: www.zadkine.nl/jubileumjaar.



Verkoop en klantbeleving even oprissen?

Met 18 jaar ervaring in het trainen van juwelierspersoneel ondersteun ik uw bedrijf met het trainen en coachen van personeel en/of management. Altijd gericht op uw klant en op uw team, om authentiek en met zelfvertrouwen voldoening te halen uit klantcontact. In een vrijblijvend gesprek kijken we samen naar de propositie van uw bedrijf, teamvaardigheden en het uw klant verlenen van de gewenste (verkoop-)beleving.

Bel, mail of app voor een voor een vrijblijvende inventariserend gesprek. Ik spar graag met u over plezier en resultaat halen uit klantcontact.

ter ZAKE

Paul Nijland
Ter-Zake
Bureau voor business development
& verkoopvaardigheden
Tel./app: **06-16 100 500**
paul@ter-zake.com



*Juweliershuis
Dalbers*

**Ambitieuze goudsmid op zoek
naar een nieuwe uitdaging?**

Goudsmid m/v

fulltime / parttime

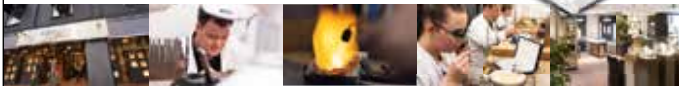
Binnen ons jonge, enthousiaste team goudsmeden hebben we plek voor een goed gekwalificeerde goudsmid. In het open atelier in ons Juweliershuis in Velp bestaan je werkzaamheden onder meer uit diverse goud- en zilverreparaties, eigen creaties in opdracht en advies aan klanten.

Ben jij die gepassioneerde goudsmid met liefde voor het vak, die zelfstandig en in teamverband aan de mooiste creaties voor onze klanten wil werken? Solliciteer dan snel!

Jouw sollicitatie met motivatie en c.v. stuur je naar:

Juweliershuis Aalbers
t.a.v. Raymond Herman
Hoofdstraat 206, 6881 TN Velp
velp@juweliershuisaalbers.nl

www.werkenbijaalbers.nl



Exclusiviteit heeft een naam.

Hoofdstraat 206, Velp | www.juweliershuisaalbers.nl

CURSUS & TRAINING

Ben je nieuwsgierig naar 3D-printen? Deze cursus is perfect voor jou!

In deze cursus leer je CAD-modellen omzetten naar tastbare objecten en werken met materialen zoals was, resin, kunststof en metaal.

Je krijgt inzicht in verschillende 3D-printers, technieken, en materialen. Daarnaast krijg je advies over investeringen en software, en leer je wanneer specialiseren of uitbesteden het beste is.

Locatie Schoonhoven

Duur 4 lessen van 3 uur

Startdatum maandag 20 januari 2025

ZADKINE.NL/VAKSCHOOLSCHOONHOVEN

NIEUW!
**3D-PRINTEN
IN SIERADEN**



ZADKINE
› VAKSCHOOL SCHOONHOVEN

- 500+ Producten ■ Gunstige prijzen
- Snelle levering ■ Aanpassingsmogelijkheden

for better shops
 ■.com



Timeless: Binnenkort op forbettershops.com



Scherpenzeel ^{NL}
 München ^{DE}
 Berlin ^{DE}

+ 31 33 208 2370
 Trier ^{DE}
 Paris ^{FR}

for better shops
 ■.com

SUCCESSFUL

DUTCH RETAIL DESIGN

RETAIL CONCEPT STRATEGY // STORE DESIGN // PROJECT MANAGEMENT // PRODUCTION

**WSB
DESIGN
.COM**

RETAIL OFFICE LIVING



JUWELIER PRÄG // DORNBIEN (AT)

SCHERPENZEEL (NL)
+ 31 33 277 17 14

TRIER // MÜNCHEN // BERLIN (DE)
+ 49 1609 2589 540

PARIS (FR)
+ 33 624 52 81 01

WSBDESIGN.COM