

EDEL METAAL

81e jaargang - februari 2026

Nummer 1

Edelmetaal is het vakblad van de
Federatie Goud en Zilver

Sieraden- en horlogetrends lente/zomer

Nieuw vakevent: JewelPro Days

De wijzerplaat als blikvanger



Leverbaar als **ongezet montuur**,
of gezet met een **natuurlijke**
of **lab-grown diamant**



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

Maandag t/m vrijdag
08:30 – 16:30
Keienbergweg 12
1101 GB Amsterdam

DOMINO
JEWELLERY



Colofon

Edelmetaal Magazine is een uitgave van de Federatie Goud en Zilver. 81e jaargang, nummer 1, februari 2026

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

Met de ring Hypnose Galaxy won CAMMILLI FIRENZE op VicenzaOro afgelopen januari de High-End Jewelry Award. Zie pag. 28-30.

Eclat®

Sinds 1979

Uitgebreide collectie
groeibriljanten



Diamant Top Wesselton VS



Memoire M101-NEW



14 karaat gouden sieraden
Natuurlijke diamant

www.eclat.nl



Bekijk hier de
volledige Eclat collectie



Klassiek Solitair



Diamant Top Wesselton VVS

Contact:
info@eclat.nl



Meedoen!

Samenwerken. Het klinkt zo simpel maar het is misschien wel de grootste kracht van onze branche, met voornamelijk zelfstandige bedrijven, die uitdagingen, risico's én kansen delen.

Dat samenwerking werkt, bewijst de praktijk. Eind vorig jaar, midden in de hausse van overvallen en andere incidenten, lanceerden we de nieuwe **FGZ-waarschuwingsapp**, als opvolger van het vertrouwde e-mailwaarschuwingssysteem. Alle leden zijn inmiddels uitgenodigd om aan te sluiten (*installeer de app, open de uitnodigingsmail op dezelfde telefoon en maak een account aan via de link*). En met resultaat. Meldingen van ondernemers, die wij direct hebben gedeeld met de politie omdat we duidelijke verbanden zagen, hebben al geleid tot preventieve identiteitscontroles en zelfs aanhoudingen. Dat is geen theorie, dat is impact. Dus: meld incidenten bij de politie én bij ons, deel wat u ziet, en vergeet vooral niet de *modus operandi* (manier van werken) te beschrijven en wat je er tegen kunt doen. Zo leren we van elkaar en blijven we de boeven een stap voor.

In dit vakblad vindt u natuurlijk weer inspirerende ondernemersverhalen, prachtige merken en verdiepende achtergrondartikelen. En we ontzorgen u ook: Esther maakte voor u een reis waar u zelf geen tijd voor had – een ontdekkings-tocht naar de herkomst van parels, een verhaal dat u niet wilt missen.

Ik zeg het nog maar een keer: samen staan we sterker. Met een vereniging die al bestaat sinds 1933. Die draait op de kracht van de ondernemers die meedoen. Natuurlijk bent u lid!

Patrick Thio

secretaris/directeur

Federatie Goud en Zilver

ZINZI GOLD

FATIMA, AMAKA & LIEKE
X ZINZI



Stijlvolle collectie fijne 14 krt gouden sieraden,
duurzaam vervaardigd in Europa van recycled goud.
ZINZI, hét sieradenmerk met commerciële prijsstelling,
hoge omloopsnelheid en Europese topkwaliteit.

ZINZI Rotterdam Stand op JewelPro Rosmalen

Inhoud

TRENDS

- Nieuwe trends – Krachtig en toch elegant **8**
- Wat te verwachten van het horloge in 2026? **24**
- Trends, keuzes en kansen voor de juweliersbranche **32**

BEURZEN

- JewelPro Days, het nieuwe vakevent voor de branche **21**
- Jewels & Luxury Relatie Event **23**

INTERVIEWS

- Juweliershuis Aalbers volledig vernieuwd **38**
- To Wijnen (91) staat nog steeds in de winkel **48**
- Wijen Goudsmiden-Juweliers viert jubileum **54**

UURWERKEN

- De wijzerplaat als blikvanger **40**

PRODUCTNIEUWS

- Van Annamaria Cammilli naar CAMMILLI **28**
- Mobach Design haalt Fabnora naar Nederland **36**
- Galini Tech – Service als strategie **50**
- De Parelgarage – De kunst van knopen en rijgen **52**

EN VERDER

- Ontdekkingsreis naar de bron van de Japanse Akoya-parel **44**
- Reflections by Esther – Door de baseballpet heen kijken **57**
- Taxaties met een verhaal – Taxatierapport op basis van waarde **59**
- Events & Agenda **60**

IN DE PRAKTIJK

- Nieuws van de FGZ **65**
- Wwft verbod contante betalingen en boekentip Tijd om te genieten **67**
- Vakschool Schoonhoven – Edelsteenkunde Basiskennis en Zadkine B&D Lab **68**





Excellent Jewelry

Nieuwe trends

Krachtig en toch elegant

Voor de lente en zomer van dit jaar zien we een modebeeld dat balanceert tussen kracht en elegantie. De vrouw van dit seizoen gaat voor functionaliteit én verleiding, waar utility chic hand in hand gaat met romantiek en nostalgie. De kleuren zijn de komende maanden heel verschillend; van donkerder paars naar lichtroze, maar ook rood-, bruin-, blauw- en groentinten komen langs.

DOOR: JOKE SANTS

De jaren 2000 keren terug, maar met volwassen elegantie. Glanzende materialen, twinsets, lage tailles en kleine vestjes maken hun comeback, zonder jeugdige bravoure maar met subtiliteit en luxe. Preppy elementen sluiten hier naadloos op aan: chique vestjes, kokerrokken en klassieke basics worden gecombineerd met onverwachte kleuraccenten.

Utility krijgt een luxe upgrade. Jumpsuits, cargo's en technische details verschijnen in soepele, hoogwaardige stoffen, waarbij functionaliteit duidelijk naar voren komt. Een krachtige basis, die verzacht wordt door romantische kenmerken: pofmouwen, ballonrokken en babydoll-silhouetten brengen luchtigheid en beweging.

Denim is vrijwel altijd populair. Ook de komende seizoenen is dat het geval, nu niet alleen casual, maar ook als geklede keuze. Strakke, donkere jeans en denim jumpsuits brengen structuur en verfijning, heel iets anders dan de bekende nonchalante baggy fits.

Het kleurenpalet is afwisselend, fris en energiek. Wit vormt de basis en wordt afgewisseld met zachte pastels of krachtig zwart. Kleuren zoals geel en oranje geven energie, tinten als caramel, zand en zacht terracotta zorgen voor balans, terwijl poederige nuances van lavendel en mistblauw het geheel verzachten.

Ook in materiaalgebruik staat verfijning centraal. Luchtig, soepel leer wordt toegepast in jacks, shorts en rokken, vaak gecombineerd met andere materialen voor een moderne uitstraling. Accessoires en details geven de collecties karakter: sjaaltjes worden nonchalant gedragen, franjes en veren zorgen voor dynamiek, grote tassen combineren functionaliteit met minimalisme en kanten accenten voegen een elegante, vrouwelijke touch toe.

Dit zijn uiteraard maar enkele van de vele trends die er zijn op het gebied van de mode. Online is meer te vinden. Op de volgende pagina's een overzicht van nieuwe sieraden en horloges!



Amaranth

BYJACKY

De JCY Signature Collection is een limited edition collectie van ByJacky. De juwelen vertalen de essentie van drie Griekse plaatsen naar moderne, draagbare kunst: de wijsheid van Athene, de levendigheid van Patras en de dromerige magie van Santorini.

WWW.BY-JACKY.NL



PIAGET

De Limelight Gala Precious van Piaget is een horloge met 18-karaats roségouden kast voorzien van briljant geslepen diamanten, roze saffieren en robijnen. Met automatisch mechanisch uurwerk.

WWW.PIAGET.COM



MEISTER

De afgebeelde trouwringen van Meister zijn verkrijgbaar in geborsteld of gepolijst geel-, wit- en roségoud en in platina.

De damesring is voorzien van diamanten.

WWW.MEISTERSCHMUCK.CH



KASIUS

Binnen de voorjaarscollectie van Kasius zijn diverse nieuwe sieraden verkrijgbaar. Daaronder de afgebeelde gouden set met hartjes en zirkonia.

WWW.L-KASIUS.NL



COEUR DE LION

Ook Coeur de Lion voegt dit voorjaar nieuwe sieraden toe aan de toch al uitgebreide collectie. Afgebeeld een armband met de voor dit merk bekende GEOCUBE®-elementen.

WWW.COEUR-DE-LION.ORG



DANISH DESIGN

De Eloise Special Edition van Danish Design is gelimiteerd tot 300 stuks.

Voorzien van ovale kast geïnspireerd op antieke gouden fotolijstjes en gepresenteerd als collector's set inclusief armband. Advies-w.v.p. €199.

WWW.WEISZGROUP.COM

TIRISI

De oorsieraden Fiji van Tirisi zijn gemaakt van 18-karaats roségoud en voorzien van amethyst en diamanten. Ook verkrijgbaar met rozenkwarts, granaat en topaas. Advies-w.v.p. afgebeelde set € 3.695.

WWW.TIRISI.COM



Amethyst Orchid

MICHAEL KORS

Naast kleding, schoenen en tassen brengt Michael Kors ook een uitgebreide collectie sieraden en horloge.

WWW.MICHAELKORS.EU

**KASIUS**

Afgebeeld twee nieuwe gouden ringen met zirkoon van Kasius uit de nieuwe collectie.

WWW.L-KASIUS.NL

**LX ANTWERP**

De award-winnende Antwerpse ontwerpster Laurence Bruyninckx brengt een stacking-concept binnen de wereld van bruidssieraden met ringen voorzien van diamanten en kleur-edelstenen. Elke ring kan afzonderlijk of gecombineerd gedragen worden.

WWW.LX-ANTWERP.COM

**STERNGLAS**

De collectie Naos Automatik Edition 60 van Sternglas is gebaseerd op het populaire Bauhaus-uurwerk. De serie bestaat uit vier verschillende modellen, waaronder het afgebeelde horloge met stalen band. Met powerreserve tot 60 uur. Advies-w.v.p. € 469 - € 499.

WWW.S-TIME.NL

**BERING**

Het afgebeelde horloge van Bering straalt Scandinavische eenvoud uit met een vrouwelijke twist. De rosékleurige 35mm kast heeft een sunray wijzerplaat en twaalf Swarovski-kristallen. Met lavendelkleurige Milanese band.

Advies-w.v.p. € 189.
WWW.BERINGTIME.COM



Burnished Lilac

EXCELLENT JEWELRY

Celebrate Your Spark is een collectie van Excellent Jewelry met gouden sieraden in heldere vormen en zachte lijnen. Met bolletjesdetails, pavé settingen en parelmoer.

WWW.EXCELLENTJEWELRY.NL



CAMMILLI

Divina is een nieuwe collectie van het Italiaanse merk Cammilli. De armband uit deze collectie is in de 18-karaats goudkleur Pink Champagne met peergeslepen diamanten. Met gepolijste profielen en aan de binnenkant de fluweelzachte afwerking Aetherna.

WWW.EUROGOLD.NL



DOMINO JEWELLERY

Van Domino Jewellery zijn de afgebeelde trouwringen in twee kleuren goud. In Nederland worden de sieraden van dit Engelse merk geleverd door Drijfhout.

WWW.DOMINOJEWELLERY.COM

CITIZEN

Citizen presenteert een serie nieuwe automatische horloges in duikerstijl. Verkrijgbaar met zwarte, groene en witte wijzerplaat. De afgebeelde versie heeft een roze urethaanband.

Met een kast van 38,5mm geschikt voor mannen en vrouwen. Advies-w.v.p. € 239 - 249.

WWW.CITIZENWATCH.EU



FREDERIQUE CONSTANT

De Frederique Constant Classic Perpetual Calendar Manufacture met 40mm kast is voorzien van het Manufacture FC-776 kaliber, het 34e uurwerk van het merk, dat een driedaagse energiereserve biedt. Advies-w.v.p. € 9.995.

WWW.FREDERIQUE-CONSTANT.COM



BOLEK JEWELLERY

Bolek Jewellery is gecreëerd door Nesrin en Mustafa. De Nederlands-Turkse sieradenontwerpster Nesrin leidt het bedrijf en ontwerpt elke collectie. Alle 14-karaats gouden sieraden worden in eigen atelier handgemaakt door vrouwelijke goudsmiden.

WWW.BOLEKJEWELLERY.COM

**TATHATA**

De 14-karaats gouden sieraden van Tathata brengen de natuurlijke schoonheid van edelstenen samen met verfijnd vakmanschap. Edelstenen geven elk ontwerp een eigen karakter.

WWW.TATHATANEDERLAND.NL

**TIRISI**

Afgebeeld van Tirisi de Iconic Bangle in zilver, email en 18-karaats goud. De collectie bestaat uit diverse sieraden in vele kleuren en materialen. Advies-w.v.p. € 1.199.

WWW.TIRISI.COM

JARRÈL

Afgebeeld de oorhangers Firenze van Jarrèl Exclusive Jewelry, voorzien van cabochon geslepen maansteen en glad afgewerkte rand. Vekrijgbaar in drie kleuren 14- en 18-karaats goud en ook met andere edelstenen. Advies-w.v.p. € 1.345.

WWW.JARREL.COM

**DECO ECHO**

Het Poolse sieradenmerk Deco Echo maakt zilveren sieraden met traditionele zilversmeedtechnieken. Door het zilver op verschillende manieren te gebruiken ontstaan ongebruikelijke vormen, kleuren en texturen.

WWW.DECOECO.PL

**Caramel****GEORG JENSEN**

Tijdloos ontwerp, onberispelijk vakmanschap en verbondenheid met de natuur, dat zijn de kenmerken van het Deense sieradenmerk Georg Jensen. De sieraden zijn gemaakt van zilver en goud en al dan niet voorzien van diamanten.

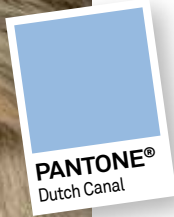
WWW.SAPLUXURYGOODS.NL

**EBEL**

Ebel introduceert een nieuwe versie van de iconische EBEL1911. Uitgevoerd in staal met 18-karaats geelgoud en met een warmbruine wijzerplaat. Met 34mm kast, de 'kissing E' op 12 uur en Super-LumiNova highlights.

Advies-w.v.p. € 4.000.

WWW.EBEL.COM



Dutch Canal

MELANO

De pre-springcollectie van Melano is een frisse ode aan het nieuwe seizoen. Bloemige details, luchtige designs en stenen in zachte en vrolijke tinten.

WWW.MELANO-JEWELRY.COM



TULSI ITALY

Leather jewel specialist Tulsi Italy lanceerde zes sets oorsieraden waaronder de afgebeelde 'Het oog van de Sfinx'. Verkrijgbaar in drie uitvoeringen en gemaakt van natuurlijk gelooid Toscaans leer. De zetting is van verguld messing. Advies-w.v.p. € 76.

ANTON@TULSI-ITALY.COM



NOL SIERADEN

De afgebeelde herenring van Nol Sieraden is gesmeed in massief zilver en gesatineerd afgewerkt. Binnen de collectie herensieraden zijn diverse ringen en armbanden verkrijgbaar.

WWW.NOL-SIERADEN.NL

AEROWATCH

De collectie Harmonie van Aerowatch is verkrijgbaar in diverse uitvoeringen, waaronder de afgebeelde in staal met blauwe wijzerplaat met golfpatroon. Met automatisch of kwartsuurwerk. Enkele modellen hebben een met diamanten bezette bezel.

WWW.AEROWATCH.COM



JEH JEWELS

De nieuwste zilveren ontwerpen van Jéh Jewels sluiten naadloos aan op de bestaande collectie en kenmerken zich door een frisse uitstraling met veel kleurrijke edelstenen. Afgebeeld twee colliers met aquamarijn.

WWW.JEHJEWELS.COM



SWATCH

Nieuw bij Swatch is de collectie Swatch X Guggenheim. Vier meesterwerken zijn vastgelegd als horloge. Het afgebeelde model is geïnspireerd op 'The Palazzo Ducale' van Claude Monet. Advies-w.v.p. € 110, met Swatch Pay € 120.

WWW.SWATCHGROUP.COM

VINCENT VAN HEES

Vincent van Hees en Christian Kersten presenteren nieuwe oorsieraden, genaamd Spira, onder meer uitgevoerd in 14-karaats geelgoud met gekleurde hangers, zoals de afgebeelde in barnsteen. Het is een wisselsysteem zodat de sieraden met en zonder hangers gedragen kunnen worden.

WWW.VINCENTVANHEES.COM



Mandarine Orange

AL CORO

Het model draagt juwelen uit de collectie Mezzaluna van het Italiaanse familiebedrijf Al Coro. Binnen deze collectie zijn diverse luxe en iconische juwelen verkrijgbaar, in drie kleuren 18-karaats goud en artistiek gezet met diamanten of saffieren.

WWW.ALCORO.COM

**DELMA**

DELMA breidt de collectie uit met de nieuwe Oceanmaster Lume met een volledig lichtgevende wijzerplaat, verkrijgbaar in vier kleuren. Sinds 2017 heeft de Oceanmaster 's werelds beste offshore zeilers door de oceanen geleid.

Advies-w.v.p. € 1.500.

WWW.LEXAGEM.COM

**GLOCK WATCHES**

Van Glock Watches is het horloge in staal en met een gunmetal-afwerking. De vierkante wijzerplaat toont wijzers en indexen met Swiss Super-LumiNova® in levendig oranje.

De siliconen band in matchende kleur heeft een comfortabele pasvorm.

WWW.GLOCKWATCHES.EU

**JEH JEWELS**

Zilver blijft een geliefd materiaal voor ontwerpers en inspireert ook Jéh Jewels. Het merk biedt diverse sieraden in volledig 925 sterling zilver of in combinatie met edelstenen.

WWW.JEHJEWELS.COM

**LA BRUNE ET LA BLONDE**

Hourlux is sinds kort exclusieve agent voor het Franse juwelenhuis La Brune et la Blonde. Naast de Nude Diamond, een diamant zonder traditionele zetting, biedt het merk diverse collecties met gekleurde edelstenen.

WWW.HOURLUX.COM



PANTONE®
Pale Banana

Pale Banana

AUORE JEWELRY

Aurore Jewelry ontwerpt sieraden voor een nieuwe generatie dragers. Tijdloos van vorm, bewust in materiaal en ontworpen om lang mee te gaan. Aurore werkt uitsluitend met 18-karaats gerecycled goud en lab grown diamanten.

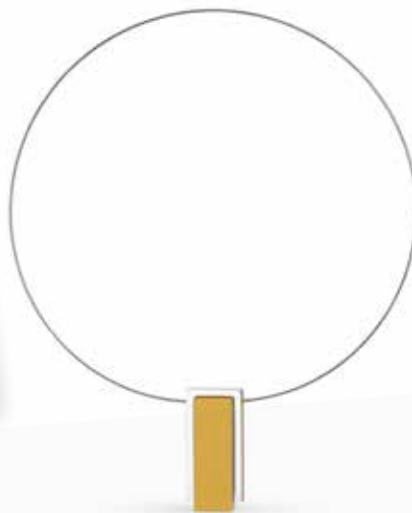
WWW.AUOREJEWELRY.NL



BORSARI

De armbanden van Borsari zijn gemaakt van zilver met zirkonia of in 18-karaats goud met natuurlijke diamant. Met stalen band verkrijgbaar in meerdere kleuren en stijlen.

WWW.JEWELSUNLIMITED.NL



CLIC CREATIONS

Het collier Gioia van Clic Creations is een elegante combinatie van tijdloze eenvoud en moderne allure. Voorzien van de voor dit merk kenmerkende magnetische sluiting aan de voorzijde.

WWW.CLICBYSUZANNE.COM



CHOPARD

De IMPERIALE Four Seasons van Chopard heeft een 36mm kast van 18-karaats ethisch verantwoord witgoud bezet met diamanten. De wijzerplaat toont het silhouet van een lotusbloem in goud. Verkrijgbaar in vier kleuren.

WWW.CHOPARD.COM



DELBANA

De Delbana Ravenna combineert verfijning met functionaliteit. Voorzien van 38mm kast in gepolijst staal of geelgoud IPG en schakelarmband. Verkrijgbaar in diverse kleuren. Advies-w.v.p. € 350 - € 525.

WWW.LEXAGEM.COM



PIANECONDA

Pianegonda is een samenwerking aangegaan met modemerkt MVP Wardrobe. Uit de nieuwe collectie de afgebeelde ring, verkrijgbaar met vijf banden voor middel-, ring- en pinkvinger en zes banden voor duim en wijsvinger, en de earringen. De ringen zijn verstelbaar en in vele variaties en maten leverbaar.

WWW.EUROGOLD.NL

FABNORA

De verwisselbare oorsieraden van het Oostenrijkse merk Fabnora zijn in diverse modellen en vele kleuren verkrijgbaar. De 3D-geprinte hangers zijn licht van gewicht en daardoor comfortabel om te dragen.

WWW.MOBACHDESIGN.NL



Shale Green

FACET BARCELONA

Facet Barcelona is producent van klassieke en trendy gouden sieraden met natuurlijke diamant. Van de selectie van grondstoffen tot productie en distributie, Facet houdt toezicht op elk sieraad en garandeert de hoogste normen op het gebied van kwaliteit en duurzaamheid.

WWW.JEWELSUNLIMITED.NL

**ANDREA MARAZZINI**

Ook het Italiaanse luxe bijoumerk Andrea Marazzini biedt diverse nieuwe items, zoals de collectie New Florence met gold plated sieraden met Swarovski-kristallen in de kleur Fernet Green.

WWW.WRSMsIERADEN.NL

**FOSSIL**

De afgebeelde rechthoekige horloges Raquel van Fossil zijn uitgevoerd in staal met vintage design. Verkrijgbaar in diverse uitvoeringen.

WWW.FOSSILGROUP.NL

**COEUR DE LION**

De GEOCUBE®-elementen van Coeur de Lion blijven onverminderd populair en worden door het merk gebruikt voor diverse soorten sieraden en in talloze kleurcombinaties, zoals het afgebeeld collier in diverse tinten groen.

WWW.COEUR-DE-LION.ORG

LX ANTWERP

De Antwerpse sieraden-ontwerpster Laurence Bruyninckx brengt een robuust stapelconcept tot leven in haar collectie. Elke ring is apart én gecombineerd met andere te dragen. Voorzien van diamanten en gekleurde edelstenen.

WWW.LX-ANTWERP.COM





Teaberry

LA PRIMA GIOIELLI

Het model draagt sieraden uit de collectie Bloomy van het Italiaanse juwelenmerk La Prima Gioielli. De collectie bestaat uit sieraden in drie kleuren 18-karaats goud gecombineerd met diamanten, malachiet, lapis en parelmoer.

BATAVIERTRADING@GMAIL.COM

APRICIA

Tijdens de JewelPro Days op 8 en 9 maart in Rosmalen zal Apricia een vernieuwd merk voor trouwringen herintroduceren. Het familiebedrijf levert sieraden waarin kwaliteit, duurzaamheid en verfijning centraal staan. Daarnaast gaat de hoogste aandacht voor afwerking en materiaalkeuze hand in hand met een focus op persoonlijke service.

WWW.APRICIADIAMONDS.COM



NEEV

De kleur bordeaux blijft een statement, aldus NEEV Watches, en is ook dit voorjaar prominent aanwezig. Zo ook in de collectie Square28 van NEEV. Naast deze kleur zijn er nog diverse andere tinten binnen de collecties.

WWW.NEEVWATCHES.COM



NIESSING

De halssieraden met de Spannring® Era Highlights hangers met diamant van Niessing zijn verkrijgbaar in de diverse eigen kleuren 18-karaats goud en platina. De collectie bestaat uit diverse sieraden in diverse uitvoeringen.

WWW.NIESSING.COM



ALPINA

De Alpiner Extreme Solarmetre is het eerste horloge van Alpina met een uurwerk op zonne-energie. Opgeladen werkt de batterij tien maanden. Met een diameter van 37,5mm is het horloge zowel voor dames als heren geschikt. Advies-w.v.p. € 1.195.

WWW.ALPINAWATCHES.COM



SWING JEWELS

Swing Jewels biedt een collectie sieraden met edelstenen zoals de afgebeelde ringen. De sieraden worden gemaakt van 14-karaats goud.

WWW.WEISZGROUP.COM

MORI DIAMOND

Afgebeeld de oorsieraden uit de collectie Mori Diamond Exclusive van SGS Fabriek in 14-karaats goud met roze topaas en diamant.

Advies-w.v.p. € 1.545.

WWW.SGSONLINE.NL



Tickled Pink

MELANO

Melano komt dit voorjaar met diverse uitbreidingen in de collecties Twisted, Friends, Vivid en Cosmic. Sieraden met stenen in vrolijke kleuren, bloemenpatronen en vrouwelijke designs voeren de boventoon.

WWW.MELANO-JEWELRY.COM

**NAVALON & DANTÉ**

De sieraden van Navalon & Danté worden handgemaakt in Nederland en kunnen los en gecombineerd worden gedragen. Kenmerkend is het gebruik van kleur, edelstenen en mineralen en de wishbox bedels.

De wishbox ketting is de signatuurketting van het merk.

WWW.NAVALONANDDANTE.COM

CARDILLAC

De hanger Orbis van Cardillac is gemaakt van 18-karaats roségoud met rozenkwarts. De collectie van Carla en Paul Steenbrink kenmerkt zich door krachtige ontwerpen, oog voor detail en een hoog draagcomfort.

WWW.CARDILLACJEWELRY.COM

**LORUS**

Het afgebeelde horloge van Lorus heeft een matte stalen kast en zachtroze wijzerplaat. Het merk biedt een groot assortiment dames- en herenhorloges.

Advies-w.v.p. € 89.

WWW.LORUS.NL

**SWATCH**

Het horloge Essence of Rose van Swatch heeft zwarte uur- en minutenwijzers die oplichten in het donker. De band heeft een roségoudkleurige PVD-coating en een vlindersluiting.

Advies-w.v.p. € 195.

WWW.SWATCHGROUP.COM

CAMMILLI

F I R E N Z E



JEWELPRO
Rosmalen | 8 - 9 maart 2026

Sales Representative: Eurogold - Ledderweg 1a, 8161 SZ Epe (NL) | +31 (0)578 615 333 | info@eurogold.nl

Het nieuwe vakevent voor de juweliersbranche

JewelPro Days



Op 8 en 9 maart vindt in Rosmalen de eerste editie plaats van JewelPro Days: een tweedaagse vakbeurs voor juweliers, conceptstores en high-end retailers die op zoek zijn naar inspiratie, inkoopmogelijkheden en betrouwbare toeleveranciers.

Voor wie dit voorjaar in één bezoek veel nieuwe collecties wil zien en merken wil ontdekken is JewelPro Days het B2B-event in de Benelux waar een groot aantal aanbieders bij elkaar zijn. "Van luxe sieraden en horloges tot aanverwante producten, in een overzichtelijke en sfeervolle setting staat alles in het teken van mooie collecties, inspiratie en persoonlijk contact", aldus Jurgen Pietersen, één van de organisatoren van het event.

JewelPro Days is een initiatief van Bas de Bruin en Jurgen Pietersen, beiden ervaren organisatoren, onder andere binnen de sieradenbranche. Eerder waren zij onder meer verantwoordelijk voor het succesvolle Out of the Box en andere B2B-inkoopmomenten voor de sector.



Praktische informatie

Openingstijden zondag 8 maart van 10:00 tot 18:00 en maandag 9 maart van 09:00 tot 17:00 uur. De locatie is Autotron, Rosmalen. Vanuit de organisatie worden gratis parkeren, koffie, thee en lunch aangeboden. Registratie kan via www.jewelpro.nl.

DEELNEMERS: APRICIA ATELIER | ARMILA | ATELIER REIJNS | ATELIER AUREVIA | AUMENTUM | BAND EN BATTERIJ SERVICE | BELGIUM WATCH COMPANY SRL | BENE-LUX JEWELS | BERING TIME APS | BLUERINGS B.V. | BLUSH | BRUDER NOWOTNY | BUKO NV | CARINA SCHEVERNELS | CLIC CREATIONS B.V. | COEUR DE LION | COOKSON DRIJFHOUT | CYRUS WATCHES - GENÈVE | DAHLINGER GMBH | EBEL | ENJOYTIME WORLD WATCHES | ESSENCE COLLECTIONS | EUROGOLD BV | FAVRE LEUBA | FEDERATIE GOUD EN ZILVER | GAINERIE HASAERS | GISSER LIMITED | GL NEDERLAND | HOTTOON / HOT BV | ILP GMBH & CO. KG | IXXXI | JEH COLLECTIONS | JEWELS UNLIMITED | KASUIS | KONING VAN BUUL | LAVAL EUROPE | LUCKERATH | MB SAFETY B.V. | MELANO B.V. | MINIORO | MOBACH DESIGN | NORDAHL ANDERSEN APS | PAS DIAMONDS | PDA GROUP | PDB AGENTUREN | REBEL AND ROSE B.V. | RENAISSANCE | S ZILVER | SEEYOU GEDENKSIERADEN | SGS FABRIEK B.V. | SIF JAKOBS | SUN ENTERPRISES B.V. | TIMELESS CLASSICS | TOUCHE JEWELS | VENSON | W.P. HORLOGEBANDEN BV | WEISZ | WILHELM GMBH | WRSM WIERSMA B.V.

Kies voor de voordelen van verzekering bij úw Onderlinge!

De verzekeraar voor juweliers, goud- en zilversmeden en uurwerkherstelbedrijven

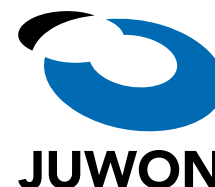


- JUWON Blockpolis en Rechtsbijstandverzekering
- Advies en bemiddeling voor verzekering tegen overige zakelijke risico's
- Risico-inventarisatie, preventie- en verzekeringsadvies
- Professionele slachtofferhulp bij een traumatische gebeurtenis
- Samenwerking met gespecialiseerde beveiligings- en schadeherstelbedrijven
- 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



Waar de juweliersbranche samenkomt en vooruitkijkt

Jewels & Luxury



Op 1 maart vormt Utrecht het decor voor het Jewels & Luxury Relatie Event: een exclusieve avond waar de juweliersbranche letterlijk en figuurlijk schittert. Geen traditionele beursvloer, maar een zorgvuldig samengesteld programma waarin inspiratie, merkbeleving en waardevolle ontmoetingen centraal staan.

Tijdens een sfeervol walking dinner in de expozaal presenteren toonaangevende merken hun collecties aan genodigden uit de branche. Het is dé gelegenheid om nieuwe ontwerpen te ontdekken, relaties te verdiepen en in gesprek te gaan in een ontspannen, luxe setting. De avond krijgt een spectaculair vervolg met een volledig verzorgd theaterprogramma van Moulin Rouge! De Musical.

Deelnemende merken, waaronder PDA Group met Yara & Jackie, Kasius met Amorio en Amulett, BWH met Briljant, Fiori van SGS Fabriek, Rebel & Rose en Aqua Forte nodigen hun klanten als eerste uit. Voor juweliers betekent dit: houd de mailbox goed in de gaten. De uitnodigingen worden persoonlijk verstuurd en deelname is gebaseerd op beschikbaarheid, wat bijdraagt aan het besloten karakter van de avond.

Strategische keuze

Voor merken die overwegen om aan te sluiten; Jewels & Luxury biedt een duidelijk en onderscheidend podium. De doelgroep is vooraf geselecteerd en persoonlijk uitgenodigd, waardoor merken hun tijd en aandacht investeren

in relaties die er daadwerkelijk toe doen. In deze setting ontstaat ruimte voor inhoudelijke gesprekken en duurzame verbindingen. Deelname is daarmee een bewuste strategische keuze; aanwezig zijn op het moment dat vakgenoten elkaar ontmoeten en vooruitkijken.

Jewels & Luxury positioneert zich als een event met aandacht voor kwaliteit, relevantie en beleving. Door focus aan te brengen en te kiezen voor een zorgvuldig samengesteld programma ontstaat een setting waarin merken en juweliers elkaar op niveau ontmoeten. Dat maakt het event interessant voor zowel gevestigde namen als merken die zich in de markt willen zetten binnen een select en professioneel gezelschap.

Toekomst

Met dit event zet Jewels & Luxury tevens de koers uit richting de toekomst. In 2027 wordt het concept verder doorontwikkeld, waarbij Jewels & Luxury richting geeft aan een nieuwe manier van ontmoeten binnen de branche. Met kwaliteit, verbinding en vooruitgang als vaste uitgangspunten.

Wat te verwachten van het horloge in 2026?

Acht trends om niet te missen



DOOR: ELZEMARIE KARSDORP

In 2026 verschuift de focus binnen de horlogewereld opnieuw. Technische innovaties, esthetische aanpassingen en draagbaarheid zijn gericht op een consument die nieuwe eisen stelt aan zijn horloge. Maar wat kunnen we verwachten in 2026? Bekijk deze acht trends en ontdek hoe het horloge zich aanpast aan een markt waarin onderscheid steeds belangrijker wordt.

De Zwitserse horlogebranche maakt roerige tijden door. Economische onzekerheid in verschillende afzetmarkten en de Amerikaanse importtarieven zorgen ervoor dat de export onder druk komt te staan. De cijfers over 2025 zijn nog niet bekendgemaakt, maar vaststaat dat de export nog altijd dalende is. Tegelijkertijd verandert het consumentengedrag. Traditionele mechanische horloges hebben het moeilijker bij jongere consumenten, die geen horloge dragen of kiezen voor een smartwatch.

Met alle veranderingen waarmee de Zwitserse horloge-industrie te maken heeft, bevindt deze zich op dit moment

in een fase van heroriëntatie. De komende jaren zullen waarschijnlijk bepalen hoe de industrie zich structureel aanpast aan de veranderende wereldmarkt. Nieuwe markten worden aangeboord en het horloge past zich aan naar de wensen van de consument.

Dat toont zich al in 2026 en daarbij vallen verschillende trends op. Samen laten deze trends zien hoe design en technische innovatie op de toekomst gericht zijn. Een toekomst waarin een functioneel instrument voor tijdmeting steeds meer een uitdrukking van persoonlijke stijl wordt. Een uniek horloge, op welke manier dan ook, is de must-have van 2026.

1 DE STENEN WIJZERPLAAT

De stenen wijzerplaat is geen nieuw fenomeen. In 2025 zagen we ze al, maar tegen het eind van het jaar kon werkelijk niemand er meer omheen. Tijgeroog, meteoriet, onyx, lapis lazuli, aventurijn of malachiet. Ze zijn er nu ook voor merken in de meer betaalbare prijsklassen. Dat dit juist nu gebeurt, is mede te danken aan het feit dat moderne productietechnieken ervoor zorgen dat er makkelijker te werken valt met kwetsbare steensoorten. De kans op breuk is kleiner, zodat ze eenvoudiger in grote aantallen horloges worden verwerkt. De wijzerplaat van steen biedt mogelijkheden voor de horlogemerken omdat met een relatief eenvoudige halfedelsteen een horloge een geheel eigen gezicht krijgt. Perfect dus voor de consument die steeds vaker op zoek is naar iets werkelijks unieks. Met een steen is elke wijzerplaat uniek in kleur, structuur of tekening. Zo draagt iedereen een eigen, persoonlijke limited edition.



MeisterSinger Pangaea Aventurijn

H. Moser & Cie Streamliner Perpetual Moon Concept Meteorite



Rado Anatom

2 KLEUR

In een wereld waarin het horloge geen noodzaak meer is, maar steeds meer een uitdrukking van persoonlijke stijl, ligt het voor de hand dat een horloge ook gezien mag worden. Wie op wil vallen, kiest voor kleur! Dat weten de horlogemerken ook, want terwijl afgelopen jaren voorzichtig werd ingezet op blauw, groen of bordeauxrood, zijn meer uitgesproken tinten de mode in 2026. Natuurlijk is er niets mis met kleuren als zwart, wit, grijs of bruin, maar kleur wordt in het nieuwe jaar eerder de regel dan de uitzondering. Knalkleuren zijn daarbij niet uitgesloten, want wie wil dat er over zijn horloge wordt gesproken, moet opvallen. In een tijdperk waarin Instagram en TikTok een belangrijk reclamemedium zijn, is het afwachten welk kleurrijk horloge de influencers aan de man/vrouw gaan brengen. Is het knalrood, felroze, gifgroen of helder blauw? Het zijn zeker geen tinten meer om bang van te worden.

3 VINTAGE UIT DE JAREN '60 EN '70

Is vintage eigenlijk nog wel een trend te noemen? Horlogemerken laten het verleden immers nooit rusten, en neem het ze eens kwalijk. Wie een rijke historie heeft, heeft ook een archief vol succesmodellen om steeds opnieuw in te duiken. Het zijn bovendien horloges met een verhaal, iets waar marketingtechnisch veel mee bereikt kan worden. Bovendien zijn er veel liefhebbers die vallen voor een design uit vervlogen tijden.

In 2026 keren we, als we de voortekenen kunnen geloven, terug naar de jaren zestig en zeventig. Die trend zagen we de afgelopen jaren al aankomen. Modellen als de Tudor Ranger, Heuer Autavia en de Omega Railmaster keerden terug na een periode van afwezigheid. Wat deze modellen met elkaar gemeen hebben, is dat het geen exacte kopieën zijn. Merken gebruiken het archief als uitgangspunt, maar passen proporties, techniek en positionering aan het huidige publiek aan. Daarmee worden vergeten namen opnieuw relevant, zonder dat ze hun oorsprong verloochenen.



Longines Ultra-Chron, gebaseerd op een model uit 1967

4 OPVALLENDE KASTVORMEN

Wie heeft ooit beweerd dat een horloge rond moet zijn? Wellicht omdat het nu eenmaal eenvoudiger is om een rond uurwerk te maken en dit in een ronde kast te plaatsen, maar dat is geen wet van Meden en Perzen. Naast traditionele ronde horloges winnen vierkante, rechthoekige, tonneau-vormige en achthoekige ontwerpen aan belang. Deze vormen geven horloges een architecturale uitstraling en benadrukken de wens naar individualiteit binnen een steeds veelzijdiger horlogelandschap. Een trend die ook wordt opgestoot door de wens naar horloges die passen bij een persoonlijke identiteit. Helemaal opvallend is de asymmetrische kast die we steeds vaker zien. Al is een dergelijk design niet voor elk merk weggelegd. Asymmetrische kasten vergen meer ontwikkelingstijd, precisie en kosten, en worden daarom meestal ingezet als bewuste designkeuze door merken die zich technisch en creatief willen onderscheiden.



Hautlence Linear Giacomo Agostini. De liggende, rechthoekige kast biedt ruimte aan de tijdsaanduiding, tourbillon en een lineaire retrograde jumping hour



De Daniel Roth Extra Plat Rose Gold heeft een ellipsvormige kast van 35,5 x 38,6mm



Breguet Reine de Naples. De kast heeft een ei-vorm en het uurwerk ook. Dit is 30,50 mm lang x 22,4 mm breed

5 GROTERE KASTMATEN

Een trend is er misschien een groot woord voor, het is eerder een golfbeweging, maar na jaren waarin kasten kleiner werden, is de kans groot dat in 2026 het omgekeerde het geval zal zijn.

De afgelopen jaren zagen we veel modellen met een kast van 36 of 38 millimeter doorsnee. Maar zoals dat gaat met zowel groeiende als krimpende kasten, wordt de grens een keer bereikt en gaat het weer de andere kant op. 40 of 42 millimeter wordt de standaard, met uitpattingen naar 44 millimeter of zelfs nog groter. Totdat het ineens weer een maatje kleiner mag. Sommige trends zijn eenvoudig te voorspellen.



Chopard L.U.C. Qualité Fleurier 20th Anniversary Edition

6 DRESS WATCH

Waar dikke sport- en duikhorloges jarenlang de norm waren, winnen ultra-slanke modellen terrein omdat ze comfortabeler zijn en beter onder het manchet passen. Het strikte onderscheid tussen sport- en dress watch vervaagt. Horloges worden veelzijdiger: verfijnd genoeg voor formeel gebruik, maar technisch en robuust genoeg voor dagelijks dragen. Nu mensen zich weer iets formeler kleden, keert ook de aantrekkingskracht terug van een echte dress watch, met slanke kasten, edelmetalen en eenvoudige wijzerplaten.

7 MICROBRANDS

Wordt 2026 het jaar van de kleine onafhankelijke horlogemaker? De voortekenen zijn gunstig, want de microbrands hebben de wind mee. In een tijd waarin personalisatie voor veel mensen belangrijk is, bieden de onafhankelijke horlogemerken originele ontwerpen in kleinere oplages en met een eigen identiteit. Wie zich wil onderscheiden van de rest, kiest voor een indie brand. Daarbij hebben deze merken het voordeel dat ze niet langer ondergesneeuwd raken in het marketing geweld van de grote merken. Via hun websites, social media kanalen en crowdfunding vinden zij hun weg naar de liefhebber. En sterker nog: zelfs op Watches and Wonders zijn de kleine onafhankelijken dit jaar goed vertegenwoordigd. Ze verdienen ook een plek op de horlogebeurs (en aan de pols van de consument) omdat veel merken nauwelijks onder doen voor de gevestigde namen. Indrukwekkende complicaties zijn niet langer het exclusieve domein van de grote manufacturen, want de kleine merken beheersen die kunst ook, en introduceren daarbij vaak verrassende technische innovaties. Zij leveren hoge kwaliteit voor een redelijke prijs. Wie niet gehecht is aan een bekende naam op de wijzerplaat, weet de weg naar de onafhankelijken in 2026 ongetwijfeld te vinden.



Lederer CIC 39mm
Racing Green



Speake Marin Purple Hour

8 COLLABS

We zagen ze in 2025 al vaak voorbijkomen: de collabs tussen horlogemerken onderling of in samenwerking met een creatieve geest die een eigen stempel op een horloge drukt. Zo'n collab heeft voor verschillende partijen voordelen. Voor een horlogemerken is het een kans om iets verrassends te brengen zonder dat dit ten koste gaat van de bestaande collectie en de zorgvuldig uitgedachte identiteit van het merk. Door samenwerking met een partij uit een andere branche brengen ze bovendien hun horloges onder de aandacht van een nieuwe doelgroep. Voor de consument zijn de collabs ook geen straf. Vaak leiden ze tot aansprekende designs, perfect dus voor wie de behoefte voelt zich te onderscheiden van de rest.



Maurice Lacroix x Label Noir Aikon
Manufacture Skeleton

100% Made in Italy, groei en vernieuwing

Van Annamaria Cammilli naar CAMMILLI



DOOR: JOKE SANTS

Sculpturale ontwerpen in acht verfijnde tinten 18-karaats goud: al meer dan veertig jaar worden de 100% Made in Italy-juwelen van CAMMILLI gekenmerkt door de combinatie van artistiek talent en uitzonderlijk vakmanschap. Met een nieuwe identiteit en nieuwe modellen blijft de artistieke kern van het juwelenhuis ook in 2026 onmiskenbaar aanwezig.

In 1983 ontwikkelde de Florentijnse kunstenares Annamaria Cammilli een eigen benadering van sieradenontwerp. Deze unieke stijl leeft voort in alle creaties van het juwelenhuis, waar elk sieraad wordt vormgegeven als een kleine sculptuur. De bijzondere driedimensionaliteit en de fluweelachtige Aetherna-afwerking zorgen voor een levendig spel van licht en schaduw op de diverse goudkleuren.

De groei van het juwelenhuis in 2026 is het resultaat van een creatief traject, zegt Riccardo Renai, CEO bij CAMMILLI FIRENZE. "In de nieuwe collecties blijft onze herkenbare stijl zichtbaar. Tegelijkertijd zijn de nieuwe juwelen vernieuwend. De nieuwe collectie Divina bijvoorbeeld, en de vernieuwde Firenze-juwelen hebben allemaal de onmiskenbare kenmerken van CAMMILLI, maar dan in eigentijdse ontwerpen."

Nieuwe identiteit: CAMMILLI FIRENZE

Eind 2025 luidde het juwelenhuis een nieuw hoofdstuk in met een grondige herziening van de merkidentiteit. De meest in het oog springende veranderingen zijn het logo en de naam. Na meer dan veertig jaar kiest het merk ervoor zich te presenteren onder de verkorte naam CAMMILLI. "Een bewuste stap die aansluit bij onze internationale bekendheid", legt Riccardo uit. "Het nieuwe logo is strak, direct en modern, en versterkt onze herkenbaarheid dankzij verbeterde leesbaarheid en een nieuw kleurenpalet."

Volgens de CEO is deze transformatie essentieel om ambitieuze doelen te bereiken en het merk krachtig te positioneren. Oprichter en kunstenaar Annamaria Cammilli blijft intussen een actieve rol spelen binnen het bedrijf. "Haar artistieke visie die sieraden tot draagbare sculpturen verheft, blijft de esthetiek en waarden van het merk vormgeven. Het is de brug tussen traditie en innovatie."

Displayconcept

De rebranding gaat verder dan logo en naam alleen; met Onyria introduceert CAMMILLI een nieuw displayconcept voor partnerboetieks wereldwijd. "Onyria neemt je mee in een universum tussen realiteit en verbeelding. Organische, minimalistische vormen, geïnspireerd door de natuur, benadrukken de sculpturale schoonheid van de creaties. De nieuwe signatuurkleur, zacht en levendig lichtblauw, versterkt het spel van licht en accentueert de nuances van onze acht goudtinten", aldus Riccardo.

Met de opening van het nieuwe productiecentrum OPIFI-CIUM in 2024 en de herpositionering in 2025, wordt 2026 volgens het juwelenhuis een jaar van verdere groei en vernieuwing. "Een ambitieus signaal om op te blijven vallen binnen het high-end juwelensegment."

WWW.CAMMILLIFIRENZE.COM, WWW.EUROGOLD.NL

Divina

De nieuwe Divina-collectie is een verfijnde herinterpretatie van klassiekers als Tennis en Eternity. Deze tijdloze ontwerpen zijn opnieuw vormgegeven in de herkenbare stijl van het juwelenhuis. Peer- geslepen diamanten worden afgewisseld met de iconische druppelvormen in 18-karaats goud, kenmerkend voor CAMMILLI. De matte Aetherna-afwerking aan de binnenzijde contrasteert subtiel met de gepolijste randen. Elk sieraad weerspiegelt de sculpturale en eigentijdse benadering van het merk. Deze tijdloze collectie is verkrijgbaar met diamanten van 0,20 ct en, voor een intensere schittering, 0,30 ct.



Ring Divina

Oorsieraden
Divina



*Oorsieraden
Firenze*

Firenze

De Firenze-collectie is een eerbetoon aan Florence, de stad die het merk al sinds de oprichting inspireert. Ter gelegenheid van CAMMILLI's 40-jarig jubileum is de collectie uitgebreid met nieuwe modellen, die zich net als de andere creaties onderscheiden door hun sculpturale karakter en moderne vormgeving. De ontwerpen worden gepresenteerd in zeven verschillende variaties, variërend van uitvoeringen in alleen goud tot subtiele uitvoeringen met deels pavé gezette diamanten tot de luxueuze modellen die volledig pavé gezet zijn. Elk sieraad is met de hand gemaakt in 18-karaats goud en voorzien van natuurlijke diamanten.

CAMMILLI wint VO Award

Met de ring Hypnose Galaxy won CAMMILLI FIRENZE tijdens de eerste editie van VO Award op VicenzaOro afgelopen januari de High-End Jewelry Award. Deze prestigieuze award is een erkenning van topkwaliteit, innovatie en vakmanschap.



Riccardo Renai ontvangt de VO Award

De ring is handgemaakt in de 18-karaats goudkleuren Natural Beige en Pink Champagne en voorzien van pavé gezette diamanten. Uiteraard ontbreekt de kenmerkende fluweelachtige Aetherna-afwerking niet.

De winnende ring Hypnose

JewelPro Days

De collecties van CAMMILLI zijn op **8 en 9 maart** op de nieuwe vakbeurs JewelPro Days in Rosmalen te zien in de stand van de Nederlandse vertegenwoordiger van het merk, Eurogold.

**HALFFABRIKATEN
DUURZAME EN EFFICIËNTE RECYCLING
UMICORE GOUD- EN ZILVERBAREN EN PLAATJES
FIJNGOUD EN FIJNZILVER GRENAILLES**



Schöne Edelmetaal

SINCE 1739 | PART OF THE UMICORE GROUP

WWW.SCHONE.NL | 020 435 0222 | INFO@SCHONE.NL

Trends, keuzes en kansen voor de juweliersbranche

Wat Vicenzaoro ons vertelt



DOOR: ESTHER LIGTHART

Foto: Vicenzaoro

In januari bezocht ik Vicenzaoro. Vooraf vroeg ik me af of de internationale opkomst, gezien de huidige uitdagingen in onze branche, op peil zou blijven. Die twijfel bleek ongegrond. Vicenzaoro liet zich opnieuw zien als een beurs die blijft aantrekken, juist in tijden van verandering.

Waarnemingen op de beursvloer

Vicenzaoro vond plaats van 16 tot en met 20 januari. Vooral in het weekend stonden lange rijen bij de entree, wat de blijvende behoefte aan fysieke ontmoeting in de juweliers- en horlogebranche benadrukte. Tegelijkertijd was die drukte op de beursvloer ongelijk verdeeld. Met name merken en

“ **Luxe draait steeds minder om bezit alleen en veel meer om betekenis en beleving** ”

designers met een duidelijke identiteit en een loyale klantenbasis trokken veel publiek, net als bedrijven die goed aansloten bij actuele ontwerp- en materiaaltrends.

De hoge goud- en zilverprijzen spelen daarbij zichtbaar mee. Ze beïnvloeden ontwerpkeuzes, marges en inkoopbeslissingen en zorgen voor scherpere gesprekken tussen leveranciers en juweliers. Volgens Matteo Farsura, Global Exhibition Manager Jewellery & Fashion bij IEG, bevestigt Vicenzaoro hiermee zijn rol als systeembouwer: een platform dat bedrijven ondersteunt met strategische instrumenten, van innovatie en technologie tot training en business matching.

Edelmetaal onder druk: prijs, schaarste en innovatie

De edelmetaalmarkt staat onder zware druk. Goud noteert rond de € 130 per gram (januari 2026) en zilver kende in korte tijd forse stijgingen. Die volatiliteit raakt natuurlijk niet alleen de juwelensector, maar zeker ook de industrie

en technologie. Tegelijkertijd neemt de schaarste toe. Mijnbouw staat onder duurzaamheidsdruk en recycling - bij goud inmiddels goed voor bijna 50% van het juwelenverbruik - blijkt bij lange na niet genoeg om de vraag volledig op te vangen.

Als reactie zoekt de sieradenbranche naar alternatieven: lagere karaatgehalten, lichtere constructies, nieuwe legeringen zoals Modern Electrum en technologische innovaties

“ **Betaalbaarheid, materiaal
innovatie en duurzaamheid zijn
geen keuze meer, maar een
noodzaak** ”

zoals metaal-3D-printen via Binder Jet. De rode draad is duidelijk: betaalbaarheid, materiaalinnovatie en duurzaamheid zijn geen keuze meer, maar een noodzaak. Dat beeld werd bevestigd in gesprekken met Massimo Poliero, CEO van Legor Group en voorzitter van AFEMO en het Jewelry Technology Forum.

Van superkleurstenen tot betekenis

Tijdens de Trendvision-presentatie benadrukte Giampaolo Della Croce, edelsteenkundige en voormalig directeur *High Jewelry* bij Bulgari, dat high-end juwelen zich steeds sterker richten op wat hij 'superkleurstenen' noemt: zeldzame edelstenen met een hoge intrinsieke en culturele waarde. Diamant blijft relevant, maar staat niet langer vanzelfsprekend centraal.

Het zijn de meest uitgesproken, kostbare stukken die laten zien waar een juwelenhuis voor staat en die richting geven aan de rest van het aanbod. Interessant detail: archieven worden weer gebruikt als inspiratiebron. Niet om te kopiëren, maar om bestaande vormen, technieken en verhalen opnieuw te bekijken en eigentijds te vertalen. Zo wordt *high jewelry* de herkenbare uitstraling van de identiteit van een merk.

Deze ontwikkeling past ook binnen de bredere verschuiving in het luxesegment. Luxe draait steeds minder om bezit alleen en veel meer om betekenis en beleving. Kopen maakt plaats voor verzamelen. En nieuwe verzamelaars zijn internationaal georiënteerd en cultureel onderlegd.



Titanium als alternatief voor goud



Uitgesproken stukken laten zien waar een juwelenhuis voor staat

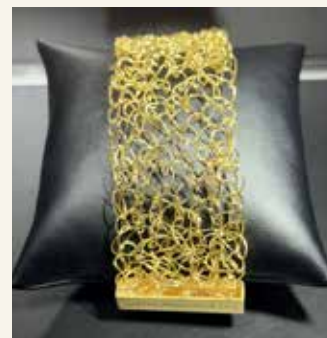
Die bredere verschuivingen waren niet alleen zichtbaar in presentaties, maar ook op de beursvloer zelf. In gesprekken, collecties, verhalen en materialen tekenden zich een aantal duidelijke ontwerprichtingen af, die hieronder worden toegelicht en vertaald naar de praktijk van juweliers en merken.



Vorm in beweging: flexibele sieraden

TREND 1 VORM IN BEWEGING (DYNAMISM)

Dynamism is een ontwerprichting waarin sieraden meebewegen met het lichaam. Niet als effect, maar als uitgangspunt van het ontwerp. Dit zien we terug in openverende armbanden, oorbellen met scharnieren of asymmetrie, los opgebouwde schakels en ringen met 'zwevende' elementen. Ook flexibele colliers en duidelijk zichtbare constructie-elementen passen binnen deze richting. Het lichaam bepaalt de vorm, niet andersom. De inspiratie ligt in Art Deco en futurisme, vertaald naar een eigentijdse beeldtaal met duidelijke contrasten.



*Dynamism:
sieraden
bewegen
mee met het
lichaam*

WAT BETEKENT DIT VOOR DE PRAKTIJK?

Voor juweliers werkt deze trend vooral in het passen en dragen. Sieraden moeten bewegen om begrepen te worden. Voor merken en goudsmeden verschuift de aandacht naar constructie: scharnieren, flexibiliteit en draagcomfort worden onderdeel van het ontwerpverhaal. In Nederland sluit deze richting goed aan bij klanten die iets eigentijds zoeken, maar wel draagbaar en functioneel.

TREND 2 RUST EN ELEGANTIE

Deze richting draait om terughoudendheid en precisie. Sieraden zijn bewust eenvoudig en leggen de nadruk op vorm, materiaal en afwerking. Typische voorbeelden zijn smalle armbanden, open ringen met één subtiel accent, fijne kettingen, minimalistische oorknopjes en ingetogen 'torque'- of 'collar'colliers. Ook parels worden rustig ingezet, vaak solitaire of in strakke zettingen. Luxe zit hier niet in zichtbaarheid, maar in afwerking en draagcomfort.



*Parels
worden op
een rustige
manier
ingezet*



De nadruk ligt op vorm, materiaal en afwerking

WAT BETEKENT DIT VOOR DE PRAKTIJK?

Dit is een sterke richting voor klanten die bewust kiezen voor tijdloze sieraden. Het verhaal zit in details: materiaalkeuze, afwerking en herkomst. Voor merken draait het om consistente collecties die niet per seizoen wisselen, maar zich rustig blijven ontwikkelen.

Vicenzaoro september

De volgende editie van Vicenzaoro wordt gehouden
4 tot en met 8 september, als altijd in het Italiaanse Vicenza.

TREND 3 SPELEN MET KLEUR

Bij deze trend is kleur het uitgangspunt. Sieraden mogen zichtbaar en uitgesproken zijn en spelen met contrast en persoonlijkheid. Dat zien we terug in edelsteencolliers, stapelringen in verschillende kleuren, colour-blocked creolen, asymmetrische oorbellen, cocktailringen en geëmailleerde hangers of bedels. Combinaties van edelstenen, hars, emaille en glas zorgen voor duidelijke kleurvlakken en patronen. De inspiratie komt uit mode, digitale cultuur en nostalgie, vaak gecombineerd met bewuste materiaalkeuzes.

WAT BETEKENT DIT VOOR DE PRAKTIJK?

Voor juweliers werkt deze trend goed bij klanten die willen combineren en personaliseren. Mix & match en stapelbare vormen nodigen uit tot meerdere keren een aankoop kunnen doen.

In de winkel vraagt dit om een duidelijke presentatie: kleur mag eruit springen. Merken kunnen met deze trend bijvoorbeeld meer kleur in hun collecties toevoegen om in te spelen op de emotie die kleur met zich meebrengt of juist opvoeren als mode-statement.



Sieraden met emaille: kleur mag eruit springen

TREND 4 MODULAIRE ONTWERPEN



Modulair ontwerp met verwisselbare hangers

Deze trend benadert sieraden als een systeem van onderdelen die gecombineerd, uitgebreid of aangepast kunnen worden. Denk aan stapelringen die samen één geheel vormen, kettingen met verwisselbare schakels of hangers, zichtbare sluitingen en transformeerbare sieraden, zoals oorbellen die langer of korter gedragen kunnen worden. De vormtaal is strak en geometrisch, met heldere lijnen en een architectonische uitstraling.

WAT BETEKENT DIT VOOR DE PRAKTIJK?

Voor juweliers biedt dit kansen voor herhaalaankopen en langdurige klantrelaties. In de winkel is uitleg en demonstratie essentieel. Voor merken vraagt dit om doordachte collecties waarbij onderdelen onderling compatibel blijven en langdurig beschikbaar zijn.

Een collega-journalist merkte op dat de markt zich mogelijk beweegt richting een situatie waarin het hogere segment steeds meer het domein wordt van een relatief kleine, zeer kapitaalcrachtige groep. Een patroon dat we historisch vaker zien in luxe. In zo'n scenario verschuift de druk vooral naar het veld daaronder. Het middensegment staat dan niet zozeer voor krimp, maar voor een duidelijke keuze: onzichtbaar blijven tussen boven en onder, of zich scherper positioneren op betekenis, kwaliteit en emotionele waarde. Welke richting de markt richting 2026 werkelijk kiest, zal afhangen van hoe overtuigend die keuzes worden gemaakt.

Voor juweliers en leveranciers ligt er een duidelijke opdracht: kijk kritisch naar bestaande collecties en toekomstige aankopen, en vertaal deze keuzes naar het gesprek met de klant. Niet trends verkopen, maar betekenis. Juist daarin ligt de kracht van onze creatieve branche.

Mobach Design haalt Oostenrijkse merken naar Nederland

‘Sieraden zijn de kleinste vorm van architectuur’



DOOR: JOKE SANTS

Sinds vorig jaar is Mobach Design de Nederlandse agent voor het speelse en kleurrijke sieradenmerk Fabnora en het hoogwaardige 18-karaats juwelenlabel Boltenstern. Thea Groefsema vond beide Oostenrijkse merken op Inhorgenta in München.

Thea Groefsema van Mobach Design zoekt altijd naar collecties die bijzonder zijn én verrassen. “Het is altijd een speurtocht naar mooie, niet alledaagse sieraden”, vertelt ze. “Toen ik Fabnora en Boltenstern op Inhorgenta zag, wist ik: met deze twee heb ik een paar prachtige collecties gevonden.”

Kleur, lichtgewicht en verwisselbaar

Fabnora's sieraden – inmiddels verkrijgbaar in 16 landen – staan bekend om hun verrassende combinatie van superlichte 3D-geprinte hangers van polyamide en handgemaakte zilveren of vergulde oorsieraden. De verwisselbare hangers, verkrijgbaar in zo'n twintig kleuren die per seizoen worden aangepast, klikken eenvoudig aan creolen, oorstekers en oorclips. “De hangers zijn licht als een veertje en daardoor heel comfortabel om te dragen,” legt Thea uit. Omdat Fabnora een mix-and-match-systeem is, kunnen bestaande sieraden eenvoudig uitgebreid en vernieuwd

worden. “Zodra je een zilveren oorstud hebt kun je hier andere hangers aan bevestigen. Zo zijn de sieraden lang te dragen en blijven ze waardevol.” Naast de oorsieraden biedt Fabnora ook bijpassende armbanden en colliers in verschillende lengtes.

Brug tussen traditioneel en modern

Fabnora maakt deel uit van het Weense familiebedrijf Boltenstern, opgericht in 1964 door goudsmid Sven Boltenstern. Sinds 2015 staat dochter Marie aan het roer. Met haar achtergrond als architect, gespecialiseerd in 3D-technologie, slaat zij een brug tussen traditioneel goudsmeden en moderne productietechnieken. “Sieraden zijn de kleinste vorm van architectuur,” zegt Marie Boltenstern. “Als architect kan ik in meerdere dimensies denken en ontwerpen creëren die complex zijn maar er toch ongecompliceerd en aantrekkelijk uitzien. Dat is de magie van onze sieraden.”

3D-printen als duurzame toekomst

Volgens Marie is 3D-printen een gamechanger voor de sieradenindustrie en dé manier om luxe sieraden duurzamer en innovatiever te maken. “Ons productieproces is efficiënt, milieubewust en levert vrijwel geen afval op. We gebruiken alleen dát wat nodig is om een sieraad te maken. Door 3D-printing kunnen we werken met digitale ontwerpbestanden in plaats van grote fysieke voorraden. Daardoor zijn ontwerpen snel aan te passen.” 3D-printen

“ **3D-printen is een game-changer voor de sieradenindustrie** ”

gaat overproductie tegen omdat er sneller en effectiever gereageerd kan worden op de voorkeuren van de klant, vertelt ze. “Voor de printer maakt het niet uit of hij 1.000 identieke stukken print of 1.000 stukken die elk net iets anders zijn.”

Op aanvraag

“Wat we uiteindelijk willen is volledig op aanvraag produceren. Dat betekent nog minder grondstoffen, minder energie en geen overvloedige voorraden. En toch snelle levertijden omdat er geen volledige voorraad gemaakt hoeft te worden.” Het familiebedrijf zet sterk in op een circulair bedrijfsmodel. Er wordt alleen gewerkt met 100% gerecycled zilver en 18-karaats goud, ethisch verkregen edelstenen en diamanten en andere recyclebare materialen. Boltenstern werkt samen met productiepartners en leveranciers die gecertificeerd zijn door de Responsible Jewelry Council en steunt de lokale gemeenschappen in de gebieden waar ze werkzaam zijn.

Vrouwen in de technologie

Marie en haar collega's zetten zich ook actief in voor vrouwelijke ondernemers binnen de technologie en wetenschap. “In deze sectoren zijn vrouwen nog altijd in de minderheid, met name in leidinggevende functies en het ondernemerschap. Ons bedrijf is zelf internationaal actief én wordt door vrouwen geleid. Juist daarom vinden we het belangrijk om initiatieven te steunen die hier verandering in brengen.” Door een merk neer te zetten dat technologie, design en duurzaamheid combineert en dat bovendien door vrouwen wordt geleid, vervult Marie een voorbeeldrol. “Voor ons gaat

het verder dan alleen sponsoring; we willen vooral concrete mogelijkheden creëren voor vrouwen die actief willen zijn in technologische sectoren.”

Mobach Design als exclusieve vertegenwoordiger

Toen Mobach Design begon met Fabnora, volgde al snel de vraag of Thea ook de exclusieve gouden Boltenstern-collectie wilde vertegenwoordigen. “Deze hoogwaardige sieraden



Fabnora oorsieraden Coral, verkrijgbaar in vele kleuren



Armband Embrace Montreal Leaves van Boltenstern in 18-karaats goud met diverse edelstenen

zullen alleen bij een beperkt aantal juweliers en goudsmiden beschikbaar zijn,” benadrukt ze. “Het is een collectie die vraagt om vakmanschap en aandacht, zowel van ons als van de retailers.”

WWW.MOBACHDESIGN.NL, WWW.BOLTENSTERN.COM,
WWW.FABNORA.COM

Inhorgenta en JewelPro Days

Boltenstern is aanwezig op Inhorgenta van 20 t/m 23 februari en Mobach Design presenteert de sieraden tijdens de JewelPro Days in Rosmalen op 8 en 9 maart.

Van juwelier naar juwelenbeleving

Juweliershuis Aalbers volledig vernieuwd



DOOR: THEA VAN SETTEN

Juweliershuis Aalbers na de metamorfose

Het tachtig jaar oude familiebedrijf Juweliershuis Aalbers opende eind november 2025 de deuren van de compleet vernieuwde zaak in Velp. Alles is gestript van vloer tot plafond. Het eindresultaat mag er zijn: een ruime, sfeervolle, luxe omgeving waarin de uitgebreide sieraden- en horlogecollecties nog beter uitkomen. “We zijn geen juwelierszaak, maar een juwelenbeleving.”

Het begon allemaal vlak na de Tweede Wereldoorlog, toen de vader van Hans Aalbers begon met een juwelierszaak vanuit zijn woonhuis. In 1953 verhuisde de winkel naar de huidige locatie aan de Hoofdstraat in Velp. Vader stond aan de werkbank en moeder in de winkel, met hooguit één extra winkelmeisje. Begin jaren negentig nam zijn zoon Hans Aalbers - horlogemaker van beroep - de zaak over. Inmiddels werken er 27 mensen, waaronder acht vaste goudsmiden. “Een groep mensen waar we heel trots op zijn en die met veel passie onze klanten iedere dag van dienst zijn”, licht Hans toe. “Mede dankzij hen hebben we die groei kunnen doormaken, en dankzij ons

motto ‘de klant moet tevreden zijn’. Dat hebben we altijd als uitgangspunt gezien. Je moet je inleven in de klant, goed luisteren en elkaar begrijpen. Vanuit onze vakkennis kunnen we dan adviseren. Dat stukje extra service bieden, daar gaat het om.”

Frisse start

Sinds de jaren negentig heeft Hans al diverse verbouwingen van zijn zaak achter de rug. De reden om het dit keer zo groots aan te pakken ligt in de overname van Juweliershuis Aalbers door Femke en Raymond Herman. “Wij gaan ergens in de loop van dit jaar de zaak overnemen”,

licht Femke toe. “Mijn man en ik werken samen al ruim veertig jaar - Femke 17 jaar als juwelier en Raymond 25 jaar als goudsmid - bij Juweliershuis Aalbers en we zijn er compleet mee vergroeid.”

Hans, die nog wel op de achtergrond aanwezig blijft, is er dolgelukkig mee. “Ze hebben dezelfde passie voor het vak en hebben hun sporen hier in de winkel meer dan verdiend. Ik ben oprecht heel erg blij dat zij de zaak gaan overnemen. Om deze stap en ons tachtigjarig jubileum te vieren, hebben we de besloten de winkel een beetje op te frissen.” “Dat is nogal uit de hand gelopen”, vertelt Femke lachend. “Uiteindelijk hebben we een complete metamorfose doorgevoerd.”

Tijdelijke winkel

De verbouwing, die twee maanden in beslag nam, was voor het hele team van Aalbers een enorme uitdaging. Ze hebben zelf het oude pand leeggeruimd en een tijdelijke winkel ingericht, een eindje verderop aan de Hoofdstraat.

“ **Met een shop-in-shop kun je voor het merk een eigen look en feel creëren** ”

Dat was een hele klus, geeft Femke toe. “Maar het was een knap staaltje van saamhorigheid en iedereen werkte mee.” Er is gekozen voor een tijdelijke winkel vanuit financieel oogpunt, maar ook om de klanten niet teleur te stellen. “Zij komen uit heel Nederland naar Velp”, vertelt Hans. “We hebben ze natuurlijk bericht over de verbouwing, maar je wilt niet dat ze voor een dichte deur staan.”

Juwelenbeleving

De nieuwe winkel van Juweliershuis Aalbers is een concept van WSB. Femke: “Zij zaten eigenlijk meteen op onze lijn. Ze begrepen precies wat wij willen uitstralen. Het gaat ons vooral om de beleving van de klanten. Zij moeten zich meteen thuis voelen. Wij willen ze als het ware in een andere wereld brengen.” De nieuwe zaak ademt zowel luxe als gezelligheid. Het is licht en ruim en de zachte beige tot bruine kleuren geven je het gevoel in een

luxe hotellobby te zijn. “Wij zijn geen juwelier meer, maar een juwelenbeleving, die het de moeite waard maakt om er een eindje voor om te rijden”, voegt Hans toe. “Het oogt ook wat ruimtelijker, vooral vanwege de kleuren en de verlichting.”

Uitbreiding collectie

Het shop-in-shop idee neemt, ook in de nieuwe winkel, een belangrijke plaats in. “We hebben voor een aantal merken aparte hoeken gecreëerd met een eigen look en feel”, vertelt Femke. “Dat geldt bijvoorbeeld voor Chopard, Piaget, Jaeger LeCoultre, Wellendorff en IWC Schaffhausen. Op die manier kun je de eigenheid van het merk nog beter tot uitdrukking laten komen.”

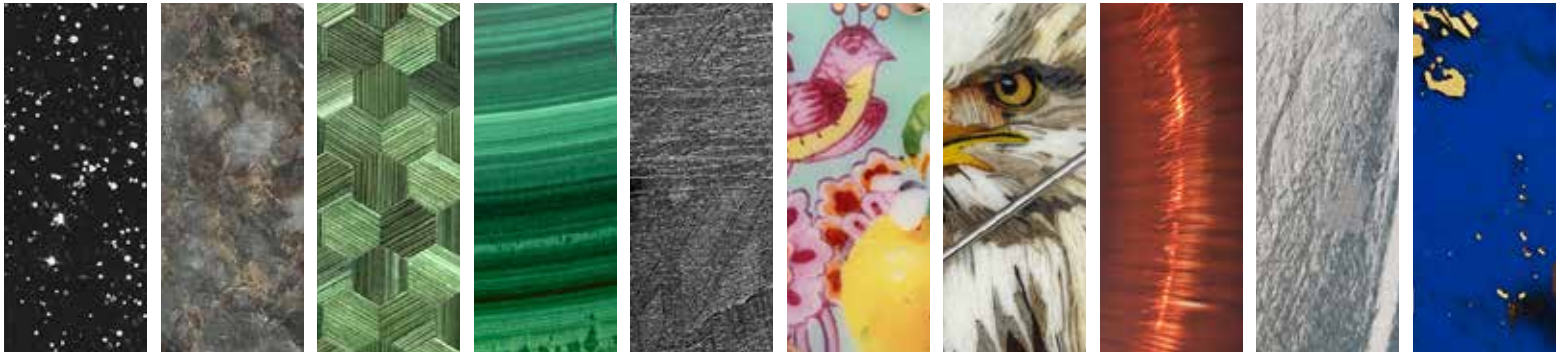


Hans Aalbers (rechts) met Raymond en Femke Herman

Het juweliershuis heeft alle bestaande merken behouden. “We zijn van de langdurige relaties”, zegt Hans. “We werken vooral met vaste partners. Vertrouwen is belangrijk van beide kanten.” Femke: “We voeren sinds de verbouwing ook een aantal nieuwe merken, zoals Tag Heuer, Panerai en Yana Nesper. We zijn constant bezig om onze collectie uit te breiden, om zo op de wensen van de klant in te kunnen spelen.”

WWW.JUWELIERSHUISAALBERS.NL

Hout, edelsteen, meteoriet of aventurijn De wijzerplaat als blikvanger



DOOR: ELZEMARIE KARSDORP

De wijzerplaat bestrijkt in een horloge het grootste oppervlak en springt dus als eerste in het oog. Wat dat betreft is het zonde dat wijzerplaten van oudsher veelal werden gemaakt van messing, met een laklaag, email of edelmetalen plating als achtergrond voor de tijdsaanduiding. Dat kan heel mooi zijn, maar er is meer mogelijk. Bijvoorbeeld als het materiaal zelf zo bijzonder is dat het geen extra laagje nodig heeft. De mogelijkheden hiervoor zijn op dit moment eindeloos. Deze tien voorbeelden laten zien dat werkelijk niets onmogelijk is.



Rado Integral | aventurijn

Rado staat bekend als de uitvinder en grootgebruiker van hightech keramiek, maar in wijzerplaten gebruikt Rado het niet vaak. Voor deze Integral, in 1986 Rado's eerste keramische model, kiest Rado voor een wijzerplaat van aventurijn. Aventurijn is een gekleurd glas waarin zich kleine metaaldeeltjes bevinden, wat zorgt voor een fonkelend effect. Het werd populair nadat Christiaan van der Klaauw het toepaste als sterrenhemel voor zijn astronomische complicaties. Tegenwoordig zien we het regelmatig, ook in horloges in meer toegankelijke prijsklassen. Al voegt Rado nog eens 56 diamanten aan de edelstalen kast toe voor een extra dosis schittering. Advies-w.v.p. € 4.700.

Tissot RockWatch | graniet

In 1985 al verraste Tissot met de RockWatch en vier decennia later maakt dit opvallende horloge een comeback. Bij de nieuwste limited edition van 999 exemplaren is de wijzerplaat gemaakt van graniet uit de Jungfrau berg, hetzelfde ruwe gesteente dat ook de 38mm kast vormt. Dit betekent dat de wijzerplaat een natuurlijke steenstructuur heeft en een tekening die bij elk exemplaar uniek is. Het saffierglas met anti-reflecterende coating beschermt de geïntegreerde wijzerplaat en creëert een naadloze visuele eenheid tussen steen en glas. Advies-w.v.p. € 1.095.





Chopard L.U.C Quattro Spirit | stro

Stro. Het klinkt misschien als een voordelig materiaal, maar wie er een wijzerplaat van weet te maken toont een hoog niveau van artistiek vakmanschap. Chopard doet het met de L.U.C Quattro Spirit 25 - Straw Marquetry Edition. De groene, minimalistische wijzerplaat is een artistiek inlegwerk van Frans roggestro met een zeshoekig honingraatmotief. Hierachter bevindt zich het L.U.C 98.06-L uurwerk met jumping hour en een indrukwekkende gangreserve van acht dagen. Het geheel bevindt zich in een kast van ethisch verantwoord roségoud. Dit horloge met stro is een limited edition van acht exemplaren. Advies-w.v.p. € 73.400.



Dennison ALD Dual Time | malachiet

Tijgeroog, marmer, bloedsteen, lapis lazuli, malachiet en aventurijn. Het zijn materialen die in horloges van het hoogste niveau niet misstaan, maar die, afhankelijk van kleur, kwaliteit en afwerking, niet eens zo heel prijzig zijn. Toch geven ze een wijzerplaat een buitengewoon luxe en vooral persoonlijke uitstraling. We zien al deze materialen in de ALD Dual Time van Dennison. Het edelstalen horloge toont de tijd in twee tijdzones dankzij twee quartz uurwerken van Ronda. Advies-w.v.p. € 759,95.



Formex Essence Ceramica Dark Matter | meteoriet

Voor een materiaal dat slechts zelden op aarde wordt aangetroffen, zien we meteoriet verrassend vaak in horloges terug. Er is natuurlijk ook niet veel voor nodig om er een wijzerplaat van te maken. Formex koos echter niet voor een dun schijfje, maar voor een wijzerplaat in volledig massief meteoriet voor de Essence Ceramica Dark Matter. De Muonionalusta-meteoriet, die miljoenen jaren door de ruimte vloog, vertoont het karakteristieke Widmanstätten-patroon. Geen twee wijzerplaten zijn hierdoor identiek. De donker getinte structuur vormt een contrast met de zwarte keramische kast, terwijl gunmetal-kleurige indexen en wijzers boven het oppervlak lijken te zweven. Advies-w.v.p. € 4.590.

Glashütte Original Senator Meissen | porselein

Glashütte Original en de Meissen porseleinfabriek behoren ieder op hun eigen manier tot de absolute top van Duits vakmanschap. Als die twee een gezamenlijke creatie brengen, dan zien we het resultaat ervan in de wijzerplaat van de roodgouden Senator Meissen. Deze is gemaakt van flinterdun porselein, met de hand beschilderd en meerdere malen gebakken om diepte en kleur te bereiken. Het resultaat is een uitzonderlijk zuiver oppervlak waarop een kleurrijk bloemenpatroon bijna doet vergeten dat het hier een horloge betreft. Onder de porseleinen wijzerplaat tikt een modern manufacturekaliber, dat met slanke wijzers de tijd aangeeft zodat de kunstige wijzerplaat de aandacht krijgt die het verdient. Advies-w.v.p. € 36.400.



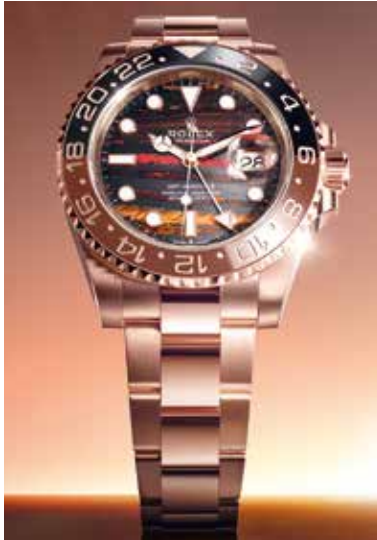
Patek Philippe Ellips Bald Eagle | hout

Het zijn de meest prestigieuze horlogemerken die van de simpelste materialen de meest bijzondere horloges weten te maken. Zoals Patek Philippe dat koos voor hout als wijzerplaat van een gouden Ellips model met de naam Bald Eagle. De wijzerplaat is uitgevoerd in houtmarqueterie en toont een indrukwekkend portret van de Amerikaanse zeearend. Dit beeld bestaat uit 148 kleine houtstukjes en 60 nog kleinere inlegstukken, afkomstig van 33 houtsoorten met uiteenlopende structuren en tinten. De witgouden kast herbergt het ultradunne automatische kaliber 240. Cheveu-wijzers in witgoud en een zwarte alligatorband completeren het horloge. Prijs op aanvraag.



Rolex Oyster Perpetual GMT-Master II | tiggerijzer

De Oyster Perpetual GMT-Master II is een kosmopolitisch horloge, ontworpen voor iedereen die de wereld rondreist. Een bijzondere nieuwe uitvoering draagt nu een wijzerplaat van tiggerijzer. Deze natuursteen, een combinatie van de edelstenen tiggeroog en rood jaspis en het mineraal hematiet, heeft een fascinerend hybride uiterlijk. Het horloge is uitgevoerd in Everose goud met een Cerachrom inzet in bruin en zwart voor de bezel. Het is uitgerust met het Calibre 3285, dat een tweede tijdzone toont met een precisie van $-2/+2$ seconden per dag. Advies-w.v.p. € 51.250.



Tissot PRX Powermatic Damascus | staal

Tissot heeft recent een aanzienlijk aantal horloges met wijzerplaten van bijzondere materialen uitgebracht. Een daarvan is de PRX Powermatic in titanium en Damascus staal. Damascus staal combineert traditie met moderne technologie. Om deze staalsoort te creëren worden twee roestvrijstalen poeders geselecteerd om hun contrasterende eigenschappen. Deze poeders worden afwisselend in een mal aangebracht die wordt onderworpen aan isostatisch persen. Hiervoor worden temperaturen die dicht bij het smeltpunt liggen gecombineerd met een druk van 1.000 Bar. Zo ontstaat een blok staal waaruit wijzerplaten worden gefreesd, waarbij elke wijzerplaat een uniek patroon heeft. Advies-w.v.p. € 1.075.



Zenith Defy Extreme | lapis lazuli

Waarom niet gewoon kiezen voor de kleur die je het beste staat? Zenith deed dit met de Defy Extreme Lapis Lazuli waarmee het 160-jarig jubileum van de manufactuur wordt gevierd. De wijzerplaat is vervaardigd van diepblauwe lapis lazuli, een steen die perfect matcht met Zenith's kenmerkende kleur. De opengewerkte wijzerplaat biedt zicht op het El Primero 9004-kaliber, 's werelds enige mechanische chronograaf in productie die 1/100ste van een seconde meet. De kast van geelgoud en gepolijst staal accentueert de sculpturale vorm, terwijl de pyrietinsluitingen in de lapis lazuli elk horloge uniek maken. Advies-w.v.p. € 34.900.

MART VISSER
THE **zinzi** COLLECTION



ZINZI Rotterdam Stand op JewelPro Rosmalen

*"Met trots presenteer ik mijn
zilveren sieradencollectie,
exclusief ontworpen voor Zinzi.
Grafische vormen en krachtige silhouetten,
waarmee ik als ontwerper eveneens mijn
haute couture collecties benader."*
MART VISSER

Ontdekkingsreis naar de bron van de Japanse Akoya-parel

Harmonie in de baai

DOOR: ESTHER LIGTHART

Wat doe je als je zomaar wordt uitgenodigd om mee te gaan op een reis naar de wereld van parels in Japan? Precies, dan ga je! In november vond deze bijzondere reis plaats en samen met een Amerikaans gezelschap reisde ik naar de parelboerderijen van Japan. In dit artikel neem ik u graag mee met die bijzondere reis.

Op een warme zomeravond ontving ik een berichtje van Reema Farooqui die ik kort daarvoor tijdens de JCK-beurs in Las Vegas had gesproken. Naast het nieuws over haar nieuwe rol als uitvoerend directeur van de Pearl Association of America, wilde zij mij kennis laten maken met Jeremy Sheperd, eigenaar van e-tailer Pearl Paradise en president van de Pearl Association of America. Er volgde een bevolgen telefoongesprek dat eindigde met de woorden “we zouden het geweldig vinden als je mee naar Japan gaat om kennis te maken met de wereld van de Akoya-parel, parelboerderijen te bezoeken en af te sluiten in Kobe, tijdens de Japan Pearl Fair.” Ik kan u verzekeren: het overleg met het thuisfront was kort. Deze tiendaagse reis wilde ik dolgraag meemaken.

Het Japanse parelavontuur begint

En zo stapte ik op 3 november in het vliegtuig, met bestemming Fukuoka, een stad in het zuidelijkste deel van Japan. Na aankomst begon het avontuur vroeg; de volgende ochtend om half zeven begroette ik de rest van onze kleine groep en reden we gezamenlijk opnieuw richting het vliegveld. Niet veel later keek ik vanuit het vliegtuigraam uit over een eiland in de zee tussen Japan en Zuid-Korea; Tsushima, op nog geen twintig minuten vliegen van het Japanse vasteland.

Bij aankomst maakten we via allerlei ‘kawaii’-afbeeldingen (Japans voor ‘schattig’) kennis met de lokale, bedreigde Tsushima Leopard Cat. Er leven er nog slechts ongeveer honderd in het wild, uitsluitend op dit eiland. Dieren zijn mijn andere grote liefde, dus de busreis van ruim anderhalf uur die volgde bracht ik vooral turend door het raam door. Het landschap was onverwacht lieflijk en ik speurde naar elk mogelijk teken van dit mythische dier, (kansloos) hopen op een glimp.

De parelboerderij in de baai

We stapten uit bij een kleine baai, waar we enthousiast werden begroet door de eigenaar van de Kitamura Pearls Oyamakoshi Farm. Na een korte introductie gingen we aan boord van kleine bootjes, zonder zitplekken, en voeren de baai in. Bij onze eerste stop visten de werknemers manden voor ons omhoog met éénjarige oesters, nog dicht bij elkaar in die netachtige manden (foto 1). We mochten de oesters even in onze hand houden. Ze waren net iets groter dan een twee-euromunt.



1 Éénjarige mossel

We voeren verder naar een andere plek in de baai, naar de driejarige oesters (foto's 2 en 3) met het formaat van een handpalm. Met ons achtkoppige gezelschap en enkele vertegenwoordigers van de JPEA (Japan Pearl Exporters Association) voeren we voort, langs een beeld midden in het water; een vrouw die in haar handpalmen een oester met



2 Driejarige mossel



3 Op de boot in de baai van Tsushima

een roze parel draagt. Het beeld is geplaatst om de oester – om wat zij de mens schenkt – te eren (foto 4). Mooi!



4 Het beeld van de vrouw met de oester, een eerbetoon aan de oester

Uiteindelijk bereikten we de vijfjarige oesters (foto 5). Niet langer samen in één net, maar ieder in een eigen vakje van een groter frame. Dit waren de oesters waarin een kern was geplaatst. De parels daarin zouden enkele maanden later



5 Vijfjarige oesters elk in een eigen vakje van het frame

worden geoogst, nadat ze ruim één tot anderhalf jaar de tijd hadden gehad om zich te vormen. Het bijzondere van de witte Tsushima Akoya parels is dat ze een blauwachtige glans bezitten.

Nagasaki

Na dit indrukwekkende bezoek vlogen we terug en reden in ongeveer twee uur naar Nagasaki. De supermaan scheen die avond over Nagasaki en bood een sprookjesachtig spektakel. De volgende dag vertrokken we richting Sasebo en de gelijknamige parelfarm. Onderweg werd ik verrast door een

“ **Harmonie. Dat begrip zou ik tijdens deze reis vaker tegenkomen** ”

plots heel Nederlands uitziende architectuur (wat Huis ten Bosch bleek te zijn, een Nederlands themapark). De farm in Sasebo was groot en efficiënt opgezet. In het kantoor begon de eigenaar zijn uitleg bij een bord waarop één woord steeds terugkwam: harmonie. Dat begrip zou ik tijdens deze reis vaker tegenkomen. In kleine, haast onopvallende details. Op treinstations. Op drukke plekken. In restaurants. En tijdens avondwandelingen door steden als Kobe.



6 De vrouwen in Sasebo aan het schoonmaken van de netten en oesters

Na de introductie voeren we opnieuw de baai in. We meerden aan bij een klein houten gebouw op een vlot. Hier werken vrouwen in regenlaarzen, schorten en traditionele kapjes geconcentreerd aan het schoonmaken van de netten en oesters (foto 6). Kleine organismen worden zorgvul-

dig verwijderd, waarna de netten weer teruggaan het water in, zodat de oesters verder kunnen groeien.



7 Het 'graaien', of beter, het doorzoeken van de oester

Aan het einde van de tocht werden enkele oesters geopend en mocht de groep zelf oogsten (foto 7). Voor mij voelde dat dubbel omdat ik nogal begaan ben met dieren. Ik eet vis – een compromis thuis – maar geen vlees. Oesters eet ik soms wel, maar ik weet ook hoe het dier in elkaar steekt. Ik besloot niet mijn vingers in het weekdier te steken en bleef toekijken hoe de anderen zich er gretig op stortten. Later zag mijn vriendin en reisgenoot Tracey Ellison een tekening met een dwarsdoorsnede van een oester. "It has a heart," zei ze geschrokken. Ik had die dag dus geen parel zelf geoogst. En, zo leerde ik later, dat maakte ook weinig uit. Ruwe parels ondergaan nog een lange behandeling voordat ze gedragen kunnen worden.



8 Ontspannen oesters, na hun baden, klaar voor het entproces

Enten van de oester

We liepen door naar een gebouw waar verschillende bassins stonden. In het ene werd zuurstof toegevoegd, in het andere lagen de oesters in een magnesiumbad. Dit zorgt ervoor dat de oester de sluitspier ontspant zodat er makkelijk geënt kan worden (foto 8). Tijdens deze ingreep wordt de oester

voorzichtig in een klem geplaatst en wordt een stukje mantelweefsel van een donoroester ingebracht, samen met een zorgvuldig geslepen bolletje van schelp. Met twee dunne instrumenten wordt dit in de geslachtsklier geplaatst, waarna de oester klaar is om teruggebracht te worden naar het water om de parel te gaan vormen. Terwijl ik toekeek, bleef de vraag knagen hoe ik mij ook hier ethisch toe verhield. Het besef dat een levend organisme een ingreep ondergaat in het geslachtsorgaan voor de creatie van een sieraad, liet mij niet los. Het vormde een balanceer-act tussen nieuwsgierigheid, de eigen moraal en ook toch bewondering door open te blijven staan voor het hele proces.

Kobe

We vlogen naar Kobe, de volgende bestemming, en bezochten Otsuki Pearls, een groot hoofdkantoor van een belangrijke speler in de markt. Niet toevallig: Kobe huisvest veel parelbedrijven, hier worden parels behandeld en gesorteerd, een fase waarin een groot deel van de waarde wordt bepaald. De exacte behandeling blijft, begrijpelijk, bedrijfsgeheim, al werd wel benoemd dat parels onder andere worden gebleekt. In grote, lichte ruimtes zagen we bakken vol parels. Jonge mannen en vrouwen werken bij direct dag-



9 Bij Otsuki Pearls in Kobe worden parels beoordeeld op kwaliteit



10 Overal staan manden vol parels



11 Ook de kleur van de parels wordt beoordeeld



12 Parelsnoeren klaar voor de verkoop

licht heel geconcentreerd. Iedere parel wordt individueel beoordeeld op kleur, glans en vorm, en vervolgens geheel of gedeeltelijk doorboord, afhankelijk van de bestemming: een snoer of een sieraad (foto's 9 t/m 12).

Japan Pearl Fair

De laatste drie dagen stonden in het teken van de zevende Japan Pearl Fair. Om eerlijk te zijn, drie dagen leken mij erg veel voor deze beurs die slechts 100 exposanten betrof met maar één product: parels. Gelukkig pakte dat heel anders uit. De groep waaierde uit over de beursvloer en al snel vlogen de berichten binnen in onze groepsapp: "je moet deze hartvormige Zuidzee-parels zien" of "ik heb uiltjes gevonden van barokke parels" en "de Tahitiaanse parels hier zijn ongelooflijk" (foto 13). De prijzen lagen zichtbaar lager dan op internationale beurzen en we ontdekten al snel een paar prominente Europese en Amerikaanse buyers tussen het publiek. En ja, we kochten ook zelf een aantal bijzondere snoeren (foto 14).



13 Een exceptioneel mooi snoer van Tahiti-parels, inkoop \$ 130.000

Op de laatste dag nam ik samen met Jeremy Shepherd, Jennifer Heebner en Reema Farooqui plaats op het podium. Moderator Yuko Yamashita, marketingprofessor, vroeg ons naar onze ervaringen. Ik werd aangemoedigd mijn ethische vragen te delen. Een van de aanwezige experts gaf context die mij raakte. In Japan leeft sterk het besef dat mens en natuur alleen in harmonie kunnen bestaan wanneer beide floreren. Dankbaarheid voor wat de oester schenkt is belangrijk, maar evenzeer het respectvol benutten van schelp en vlees, zodat er iets terugvloeit naar de natuur. Die cyclische gedachte werd met grote vanzelfsprekendheid uitgesproken. Het gaf mij de ruimte om mijn vragen te stellen, én om het antwoord door te geven zoals het mij was aangereikt. Harmonie. Misschien vat dát deze reis wel het best samen.

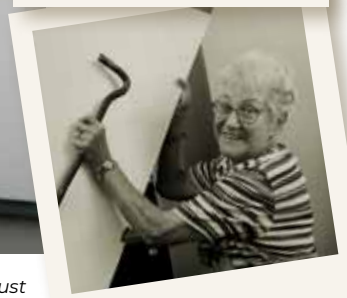


14 Mijn eigen Tahiti-parelsnoer, niet voor de prijs van het andere afgebeelde snoer, maar wel ter plaatse geregend door de verkoper

Traditie onder druk

Van de ooit florerende Japanse Akoya parelindustrie is nog maar een tiende over (sinds de bloeitijd; de jaren '60). In de laatste jaren is de vraag naar Akoya's vooral vanuit China enorm hoog geweest en stegen de prijzen. Niet alleen zijn er een stuk minder 'farms' maar heeft de branche ook te maken gehad met een zeer hardnekkig virus waardoor veel oesters verloren gingen, niet voor de eerste keer. De hedendaagse uitdagingen hangen nauw samen met de effecten van klimaatverandering waaronder opwarming van de zee en tyfoons.

To Wijnen 'Ik blijf nieuwsgierig naar nieuwe dingen'



DOOR: WILMIE GEURTJENS
FOTO'S: MAURITS VAN HOUT

To Wijnen in de winkel, als altijd stijlvol en zelfbewust

Juwelier To Wijnen heeft naar eigen zeggen nooit een hekel gehad aan werken. Dat blijkt. Op haar 91ste staat ze nog dagelijks in de winkel die ze in 1959 samen met haar man Jozef begon.

"De winkel is ergens mijn kindje. Op mijn 24ste openden we deze zaak in Reusel, in de ene helft van het pand dat we nu in zijn geheel hebben. We hadden al een peuter en onze tweede was op komst. Van het vak wist ik op dat moment vrijwel niets. Jozef wel. Die had de opleiding in Schoonhoven gedaan en verder veel opgestoken van zijn twee broers. Zij hadden een juweliersbedrijf in Bladel, een dorp ietsje verderop. Maar ik leerde gauw. Van die drie, van vertegenwoordigers die hun producten goed uitlegden, van boeken uit de bibliotheek. Vooral de boeken over edelstenen vond ik enorm interessant."

Reusels praatje

"Ik verkocht simpele horloges en klokken, zilveren oorbellen en ringetjes. Ik zette horlogebanden aan en verving batterijen. Ik leerde inkopen en artikelen prijzen. Poetste

zilver en maakte de winkel schoon. Er was eigenlijk geen enkel soort werk waar ik een hekel aan had. Je moest alles doen, en dat deed je. Met zijn tweeën, want hulp konden we de eerste tien jaar niet betalen. Jozef zei vaak: 'Als ik jou niet had, hadden we deze zaak nooit kunnen hebben'. Maar wat ik tot de dag van vandaag het leukste vind, is mensen helpen in de winkel. Een Reusels praatje maken, noem ik dat."

Naoorlogse groei

To en Jozef begonnen in de wederopbouwtijd na de Tweede Wereldoorlog. Naarmate de welvaart en de naoorlogse bevolking toenamen groeide de drukte bij Juwelier Wijnen. Mensen kochten meer nieuwe spullen van betere kwaliteit, ook voor kinderen. Die kregen in het katholieke zuiden bij hun eerste communie een horloge,

of een gouden kruisje aan een colliertje. Naast het werk voor het bedrijf brachten de Wijnens drie kinderen groot. Met de woonkamer direct achter de winkel groeide hun kroost daar als het ware in op. To: “Ze waren nooit onbeleefd hoor, maar ze renden er wel eens naar binnen en kregen al veel mee van het bedrijf.” Zoon Jos draaide als jonge man mee in de werkplaats, maar vond dat toch te veel gepriegel. Tegenwoordig is hij monteur van grote machines. Zoon Leo werd wel uurwerkmaker en juwelier en nam uiteindelijk de zaak over, en ook dochter Bianca werkt in de winkel.

Trends en klanten

In de ruim vijfenzestig jaar die sinds 1959 verstreken zag To heel wat trends komen en gaan. Van sieraden met heel grote stenen tot de huidige superdunne kettinkjes, van mechanische naar digitale horloges en weer terug, tegelijk met de opkomst van smartwatches. “Als klanten daar iets mee willen, geef ik dat door aan iemand anders. Ik ben 91, ik hoef niet alles meer te kunnen”, zegt ze. Aan haar eigen pols prijkt een mechanische Bulova.

“ *Je moest alles doen, en dat deed je* ”

Ook de klanten veranderden. Van dorps- en boerenmensen die kozen uit wat beschikbaar was, naar de 21ste-eeuwse goed geïnformeerde klant met eigen ideeën. “Zeker niet vervelend hoor, alleen anders.” Sommige klanten komen al vanaf het begin bij Wijnens. Ook hun kinderen en kleinkinderen, zelfs van klanten die zelf al overleden zijn, weten de zaak te vinden. Klanten uit het nabij gelegen België kwamen speciaal voor Juwelier Wijnens de grens over. “Omdat wij ze niet bedonderden. We legden altijd uit waarom iets kostte wat het kostte, en fouten kan je goedmaken.”

Memoires

Met de nieuwe tijden kwam een ander probleem. Een overval waarbij Leo's vrouw ruw behandeld werd zette alles op zijn kop. Gelukkig was Juwelier Wijnens goed ver-

zekerd. Een voorschot op de schade-uitkering kwam snel, zodat de familie het assortiment met hulp van leveranciers snel weer op peil kon brengen. Vanaf toen gingen ze flink beveiligen en ook werken met een gesloten deur. Mede door die enorme spanning en ondanks haar toeloze energie raakte To op een gegeven moment uitgeput. Heftige hoofd- en nekpijn waren voor haar een teken om minder te gaan werken en de zaak over te dragen aan zoon Leo. Met Jozef ging ze verre reizen maken. Tot ze allebei flink ziek werden en Jozef overleed. To: “Dat was voor mij een zwarte tijd. Daarom wilde ik blijven werken, want



hobby's heb ik niet. Eigenlijk is de winkel gewoon mijn hobby. Mensen vragen nog steeds naar me, dat is gezellig. Ik doe niet alles meer hoor, maar ik blijf nieuwsgierig naar nieuwe dingen. En de laatste tijd ben ik begonnen verhalen te schrijven over al die jaren in de winkel. Dat vind ik leuk.” De wereld heeft dus iets om naar uit te kijken: de memoires van To Wijnens.

WWW.JUWELIERLEOWIJNEN.NL

Lekker doorwerken

Dat onze branche blijft boeien, weten ook deze vakgenoten die, net als To, lekker doorwerken. De Leeuwarder juwelier Johan Doodkorte is 87 en werkt gewoon iedere dag in zijn piepkleine zaak aan de Nieuwestad. Ook zijn vader en grootvader waren juwelier, net zoals zoon en opvolger Bas (48). En Edelsmid Bert Kreijen, die nog menigeen les heeft gegeven op de Vakschool, is geboren in 1937. Ook hij weet van geen ophouden, al mag hij binnenkort 89 kaarsjes uitblazen. Zijn atelier voor edelsmeedkunst staat in Kerkrade.

Hoe digitalisering je bedrijf rendabel maakt

Galini Tech: service als strategie

Veel vakgenoten laten onbewust omzet liggen. Klanten verdwijnen na een aankoop of opdracht uit beeld, terwijl juist de nazorg de sleutel is tot een gezonde bedrijfsvoering. Hoe krijg je grip op deze 'slapende' omzet? Galini Tech automatiseert de aftersales, naast het bestaande kassasysteem, met als doel de klant terug te krijgen in de winkel.



In de huidige markt is de verkoop, creatie of taxatie van een sieraad of horloge, of de onderhoudsbeurt daarvan, niet het eindpunt, maar de start van een klantrelatie. "Voor de vakman betekent service een constante stroom van inkomsten, maar in de praktijk is het onderhouden van die relatie vaak een logistieke uitdaging. Handmatige lijstjes, Excel-sheets en het menselijk geheugen schieten tekort wanneer de database groeit", vertelt Geert Tibosch, oprichter van Galini Tech.

Verborgene waarde klantenbestand

Een horloge heeft regelmatig onderhoud nodig. Elke ring met diamanten moet periodiek gecontroleerd worden. En elke kostbare bezitting vraagt om een actueel taxatie-rapport voor de verzekering. Geert: "Door deze momenten proactief te beheren, kun je niet alleen extra omzet genereren, maar ook het vertrouwen versterken. De klant ervaart een herinnering niet als 'verkoop', maar als noodzakelijke nazorg voor hun kostbare bezit."



Brug tussen vakmanschap en technologie

Om dit proces voor bedrijven werkbaar te maken, is Galini Tech ontwikkeld. "Geen ingewikkeld IT-pakket, maar een oplossing die specifiek is ontworpen voor je serviceadministratie en om de 'nazorg-kloof' te dichten. Galini Tech koppelt verkochte producten en services aan klanten en automatiseert de communicatie zodat je je als ondernemer kunt richten op je dagelijkse werkzaamheden."

Hoe versterkt Galini Tech de dagelijkse praktijk?

- Intelligente Service-triggers: op basis van het type product (zoals een mechanisch horloge of een diamantzetting) wordt automatisch een gepersonaliseerde uitnodiging voor een check-up of onderhoudsbeurt verstuurd.

- **Educatie & Top-of-mind:** automatische berichten attenderen klanten op het belang van tijdige controles, onderhoud en taxaties. Zo vergroot je hun kwaliteitsbewustzijn en blijft je onderneming de vertrouwde expert die top-of-mind is bij de volgende aankoop of servicevraag.
- **Rust op de winkelvloer:** via een persoonlijke link maken klanten zelf een afspraak. Dit voorkomt piekmomenten op zaterdagmiddag en stelt je in staat je bezetting beter te spreiden.
- **Transparante Service-historie:** alle interacties en uitgevoerde reparaties kunnen centraal worden verwerkt en opgeslagen. Zo bouw je een digitaal dossier op voor het sieraad of horloge, wat de restwaarde en de klantloyaliteit verhoogt.
- **Drempelloze Implementatie:** Galini Tech is ontwikkeld om naast het bestaande kassasysteem te werken. Je hoeft geen complexe IT-migratie te ondergaan; je kunt morgen al beginnen.

Cijfers die spreken

De effectiviteit van deze proactieve benadering blijkt direct uit de data van het Galini-platform. "De verzonden e-mails kennen een uitzonderlijk hoge open- en klikratio, ver boven het gemiddelde van reguliere nieuwsbrieven", zegt Geert. "Omdat de boodschap gaat over het behoud van hun eigen bezit, voelen klanten zich geholpen in plaats van benaderd. In de praktijk zien we dat gebruikers van Galini Tech al binnen 90 dagen een significante stijging zien in het aantal terugkerende klanten én dat de jaarlijkse kosten al worden terugverdiend." De resultaten spreken voor zich, aldus Geert:

- Bij een ondernemer leverde de allereerste mail, waarin klanten enkel werden geïnformeerd over de nieuwe service-aanpak, direct twee concrete opdrachten op van mensen die al lang niet meer in de winkel waren geweest.
- Een andere ondernemer merkte dat een herinnering voor één horloge een sneeuwbaaleffect had; de klant kwam direct langs met meerdere horloges die allemaal toe waren aan onderhoud.
- Zelfs klanten van wie de laatste opdracht meer dan drie jaar geleden was uitgevoerd, keerden binnen 60 dagen na de eerste digitale herinnering terug naar de winkel.

WWW.GALINITECH.TECH



Geert Tibosch:
*"Galini Tech
 werkt naast
 je bestaande
 kassasysteem"*

Galini Tech: grip op service & omzet

Wie niet afhankelijk wil zijn van toevallig terugkerende klanten kan via Galini Tech de klantretentie automatiseren en het serviceapparaat professionaliseren.

- **Structurele omzet:** automatische herinneringen voor servicebeurten, check-ups en taxaties.
- **Efficiënte planning:** klanten boeken zelf hun afspraak, wat zorgt voor een betere spreiding van de werkdruk.
- **Eenvoudige start:** werkt direct naast de bestaande kassa; geen complexe IT-trajecten nodig.

Investering en exclusief FGZ-voordeel

De stap naar professioneel retentiemanagement is volgens Galini Tech een investering in de continuïteit van de onderneming. Gebruik van de Galini Tech-software is mogelijk vanaf € 99 per maand, met een eenmalige onboarding fee van € 1.250. Overeenkomsten worden aangegaan voor een periode van tenminste 12 maanden, zodat er voldoende tijd is om de retentiecycclus van klanten volledig te activeren.

Voor leden van de Federatie Goud en Zilver is een exclusief aanbod samengesteld om de start te vergemakkelijken:

- 3 maanden GRATIS gebruik van de software.
- € 250 korting op de onboarding fee.

Meer informatie of aanvragen van een demo via de QR-code of www.galini.tech.



De Parelgarage

De kunst van knopen en rijgen



“Dagelijks kom ik ze tegen: kapotte parelsnoeren, gebroken edelsteenkettingen, vintage sieraden en bijous waarbij kralen zijn losgeraakt of ontbreken”, vertelt Brigitte Warnaar van De Parelgarage, die gespecialiseerd is in het repareren van sieraden op draad.

“Voor de eigenaar zijn dit zelden zomaar sieraden. Vaak zit er een verhaal achter, een familiegeschiedenis, een dierbare herinnering of een bijzonder moment. Het kan lastig zijn zo’n sieraad te repareren. Het is specialistisch, tijdrovend en vraagt om aandacht en precisie. En dan komt onvermijdelijk de vraag: wat mag het kosten?”

Waarde die verder gaat dan geld

Voor veel juweliers is het zoeken naar de juiste materialen, het bepalen van kleur en soort draad, het aanvullen van ontbrekende elementen, het uitvoeren van de reparatie én het maken van een eerlijke prijs een flinke uitdaging. Zeker bij bijous of vintage sieraden op draad leidt dat er soms toe dat een reparatie niet wordt aangenomen. Want waar ligt de grens tussen echt en onecht?

“Begrijpelijk, maar juist de emotionele waarde van dit soort sieraden vertegenwoordigt een waarde die verder gaat dan geld”, vindt Brigitte. “En daarom heb ik De Parelga-

rage opgericht, vanuit mijn atelier in Ouddorp. Hier komen vakmanschap, ambacht en maatwerk samen. Ik beschik over een groot en uniek kralenarchief, gevuld met parels in alle soorten, oude bloedkoralen, edelstenen in alle kleuren en maten en authentieke onderdelen die vaak nergens meer verkrijgbaar zijn. Dat maakt het mogelijk om vrijwel altijd een passende oplossing te vinden. Plus, ik maak geen onderscheid tussen echte sieraden op draad of bijous.”

Ambacht, ervaring en innovatie

Brigitte heeft zich volledig gespecialiseerd in het repareren van sieraden op draad. “Alles op draad kan ik repareren. Mijn motto is: geen vraag is te gek en hoe kapotter het sieraad, hoe groter de uitdaging. Van eenvoudige reparaties tot complexe meerrijige colliers, van het werken met elke soort draad tot het aanvullen van ontbrekende elementen, ik zie het als een eer om een sieraad weer opnieuw op draad te zetten, draagbaar te maken en in ere te herstellen, met respect voor



Een make-over: zwart parelcollier gemaakt uit diverse snoeren van de klant, door Brigitte aangevuld met extra parels, als set met armband en oorsieraden.

het oorspronkelijke ontwerp en het verhaal erachter."

Met 20 jaar ervaring in de juweliersbranche heeft Brigitte zich steeds verder verdiept in uiteenlopende knoop- en rijgtechnieken, patronen en materialen. Door ambachtelijke kennis te combineren met innovatie, nieuwe soorten draad en uniek werkproces geeft ze altijd garantie op elke uitgevoerde reparatie.

Reparatie is vertrouwen

"Waar klanten voor goud- en zilverreparaties vanzelfsprekend bij de juwelier aankloppen, merk ik dat reparaties aan geknoopte en geregen sieraden steeds minder worden aangenomen bij juweliers. Het is een niche binnen het vak die tijd, rust en toewijding vraagt. Voor mij is repareren daarom bewust slow work en dit vertel ik ook aan mijn klanten."

"Bij reparaties geef je toch je geliefde sieraad uit handen, dat vraagt ook vertrouwen als klant. Wanneer een sieraad emotionele waarde heeft, vertegenwoordigt het een waarde die niet in geld is uit te drukken. Ik zie in de praktijk dat klanten bereid zijn te investeren in herstel ervan, van echt tot bijou, juist omdat elk (draad)sieraad een persoonlijk verhaal met zich meedraagt: een huwelijk, een afscheid, een herinnering aan of gekregen van een dierbare. Die emotie is persoonlijk, maar voor iedereen van onschatbare waarde. Dat levert tevreden klanten op en die komen graag terug, met vertrouwen, voor een volgende aankoop of een nieuwe reparatie."

Verlengstuk voor de juwelier

Voor juweliers is De Parelgarage als een verlengstuk van hun eigen service. Op basis van foto's kan Brigitte vooraf een

duidelijke prijsopgave maken, zodat deze in alle rust met de klant besproken kan worden. "Na akkoord gaat het reparatieproces pas van start. Ik werk volledig remote; sieraden kunnen veilig worden verstuurd en gedurende het proces houd ik u op de hoogte van materiaalkeuze tot afwerking via WhatsApp of e-mail."



Brigitte repareerde dit vintage meerrijige collier voor een klant. "Er misten parels en de draad was volledig verteerd. Ik heb het patroon uitgepuzzeld en ben opnieuw begonnen."



Van het slot van het vintage collier zijn alle parels vervangen en is een steen bijgeplaatst.



Voor het blauwe collier zijn alle onedele elementen vervangen door zilveren. Het collier is helemaal opnieuw opgebouwd.

Wilt u het eens proberen?

"Ik nodig u van harte uit om het zelf een keer te ervaren. Zo verdwijnen sieraden op draad met emotionele waarde niet in een lade, maar mogen weer gedragen en gezien worden." Meer informatie: depargelgarage@live.nl, 06-5111 3489.

WWW.DEPAELGARAGE.NL

Wijen Goudsmeden-Juweliers

Jubileumexpositie met vrij werk vanuit de ziel



DOOR: WILMIE GEURTJENS

Myrthe Wijen (foto: Maurits van Hout)

Hun vader, de Eindhovense goudsmid Jos Wijen, presenteerde vele jaren lang elke decembermaand een nieuwe collectie sieraden, gemaakt in eigen atelier. Afgelopen december vierden zijn weduwe, kinderen en kleinzoon het 45-jarig bestaan van het familiebedrijf met een jubileumexpositie. Ook nu met een volledig eigen lijn.

“Zo lang ik me kan herinneren was december een maand waarin het bruiste en gonsde in de zaak”, vertelt oudste dochter Myrthe. “Dan liet mijn vader het vrije werk zien dat hij in de loop van het jaar gemaakt had. Een eigen lijn was ongebruikelijk in die tijd. Goudsmeden deden vooral reparaties en opdrachten of werkten in productiebedrijven. Dus hoe haalde hij het in zijn hoofd? Maar mijn vader was behalve technisch ook een artistiek man en erkend kunstenaar. Dat betekende dat hij zich moest presenteren. Een eigen collectie was daarvoor een mooie manier. Dan kon je mensen uitnodigen om die nieuwe sieraden te komen bekijken.”

Verwateren en opnieuw beginnen

De eerste vier jaar hadden Jos en zijn vrouw Rascha een klein winkeltje aan huis met daarachter een atelier. In 1984 verhuisde het bedrijf naar het huidige pand, dat ze keer op keer uitbreidden en verbouwden tot wat het nu is. Uiteindelijk konden ze er zelfs met het hele gezin boven wonen. Iedere laatste maand van het jaar presenteerden ze een nieuwe collectie aan hun gestaag uitdijende klantenkring. Ook na zijn overlijden in 2007 hielden Rascha en de inmiddels allemaal goudsmedende kinderen de decembertraditie in ere, maar tijdens corona verwaterde het noodgedwongen. Tot 2022. “Toen zijn we weer begonnen.”

Doorgeefsieraden

'We' zijn goudsmeden Ramses, Myrthe en Merlijn, hun moeder Rascha die veel ontwerpt, kostprijsberekeningen doet en gastvrouw is, en Ramses' zoon Mylo, momenteel deeltijdlerling aan de juweliersopleiding in Schoonhoven. Het hele jaar door werken ze in hun ruime atelier aan de collectie, die met zoveel verschillende goudsmeden minstens evenveel verschillende stijlen heeft. "Daarin heeft ieder van ons eigen fans", zegt Myrthe. "We maken vrij werk, dat wat we vol vanuit onze ziel voelen. Soms tekenen we eerst, soms ontstaat een vorm uit het smeltproces, soms beginnen we vanuit een mooie steen. We experimenteren met alle mogelijke technieken. Af en toe volgen we cursussen in nieuwe, bijvoorbeeld CAD/CAM tekenen en 3D-printen, zodat we

“ **Ieder van ons heeft
zijn eigen fans** ”

weten wat er mogelijk is. Maar in de kern zijn het allemaal moderne klassiekers. Wat wij doorgeefsieraden noemen, omdat ook de kinderen en kleinkinderen er nog plezier van kunnen hebben. Meestal zijn het unica, en altijd ontwerpen die niet over tien jaar 'uit' zijn.

De tijd nemen

De bedrijfsnaam Wijens Goudsmeden-Juweliers legt met opzet de nadruk op het eerste, want naast opdrachten en vrij werk zijn ook reparaties een belangrijke bron van inkomsten. Het aandeel juweliersartikelen, afkomstig van externe leveranciers, is klein. De sieraden die ze wél voeren zijn ondersteunend aan hun eigen collectie. De horloges moeten een fantastische service bieden, net zoals alle Wijens dat doen bij hun eigen werk. De klant staat te allen tijde centraal, zeker bij trouwringen en andere opdrachten. Myrthe: "We nemen de tijd om precies boven water te krijgen wat een klant wil. Dat betekent goed luisteren en non-verbaal scannen: welke haarkleur heeft diegene, welke kleur ogen, welke kleding dragen ze? Is het een expressief iemand bij wie een uitbundiger stijl past, of een bescheiden persoon bij wie het wat subtieler mag? Dat aanvoelen van hun energie hebben we denk ik van onze moeder geleerd. Zij was ooit yogadocente, een beroep dat ze opgaf om onze vader te helpen met de opbouw van het bedrijf." Die intens persoonlijke aandacht werkt. Alle volwassenen in het bedrijf verdie-

nen er hun boterham mee. Ze hebben zelfs zoveel werk dat hun website, in het Nederlands en Engels, er even uitligt. Gewoon omdat de tijd ontbreekt om de nieuwe online te zetten, al staat de inhoud in principe klaar.

Vormgeving en duurzaamheid

Eindhoven is een snel groeiende stad met een grote gemeenschap van technische, innovatieve mensen die kwaliteit zoeken. Ze houden van vormgeving en hechten belang aan duurzaamheid. Precies de klanten die passen bij dat waar Wijens voor staat. Tijdens de jubileumexpositie was het nog drukker dan gewoonlijk in december, mede dankzij



Hanger van zilver met goud, diamant en peridoot uit de nieuwe collectie



Ramses, Myrthe, Rascha, Mylo en Merlijn voor de zaak in Eindhoven (foto: Rick Baijens)

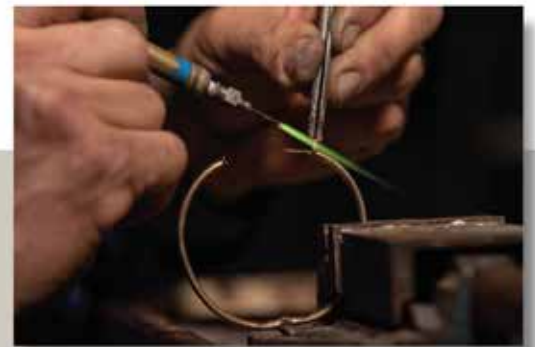
een schatkist aan e-mailadressen en publiciteit in plaatselijke media. Klanten kochten uit de bestaande collectie en bekeken alvast de nieuwe, waarbij geregeld de opmerking viel dat die een goede reden is om snel terug te komen. De Wijens krijgen er veel energie van. "Tegen de kerst waren we natuurlijk wel moe, maar we hebben ook zin om er weer tegenaan te gaan. Het blijft bruisen bij ons."

AurA Bangles

14 & 18 karaat geelgouden bangles
met zilveren kern



- ✓ Deukt niet
- ✓ Veiligheidsachtje
- ✓ Transparante vermelding goud en zilvergewichten
- ✓ Scherpe prijsstelling
- ✓ Dubbele klik
- ✓ 2 modellen, 7 breedtes, 5 diameters (56, 58, 61, 63 & 68 mm)
- ✓ Handgemaakt
- ✓ Levering uit voorraad
- ✓ Zichtbare wanddikte goud



Drijfhout

Part of HM Precious Metals

Keienbergweg 12
1101 GB Amsterdam

www.drijfhoutnl.com
info@drijfhoutnl.com

REFLECTIONS BY ESTHER

Ik volg zakenman en media-ondernemer Gary Vaynerchuk al jaren. Soms met lichte weerzin, dat geef ik toe. Hij is luid, overtuigd van zichzelf en onmiskenbaar 'té Amerikaans'. Zo iemand waarvan wij Nederlanders denken: doe even normaal, je hebt het wiel niet uitgevonden. En dan die baseballpet. Achterstevoren ook nog. Het helpt allemaal niet.

Door de baseballpet heen kijken: consumententrends in 2026

En toch blijf ik kijken en vooral; luisteren. Omdat hij, onder dat theatrale laagje, opvallend goed aanvoelt wat consumenten beweegt. Ook buiten Amerika. Ook bij ons.

Ik woonde en werkte twaalf jaar in het buitenland, en toch ben ik nergens zo Nederlands als wanneer ik op reis ben. Dan komt die nuchterheid op. En ja soms, tot mijn eigen afgrijzen; het stille oordeel. Het ongemak bij te veel enthousiasme. Dat zegt iets over wie we zijn. En dus ook over hoe we sieraden en horloges verkopen.

Gary kijkt vooruit naar 2026. Niet alles in zijn verhaal is relevant voor onze branche, maar een paar observaties zijn dat wel degelijk. Die deel ik daarom graag met u hier.

Het **individuele imperium**, bijvoorbeeld. In gewoon Nederlands: mensen kopen steeds minder bij een gevel en steeds vaker bij een persoon. Niet omdat die persoon nu zo beroemd is, maar voornamelijk omdat hij zichtbaar is.

De juwelier die vertelt – online – waarom hij ooit voor dat ene merk koos. De goudsmid die uitlegt waarom een bepaalde collectie niet meer bij zijn winkel past. Of dat verhaal over die klant die binnenkwam voor 'iets van dat bekende merk' en wegliep met iets totaal anders, omdat het verhaal erachter klopte. Dat noemen wij misschien liever geen '*personal branding*', maar liever; vertrouwen. Verhalend verbinden om vertrouwen te winnen.

De **interesse-grafiek**, algoritmes kijken niet meer naar wie je volgt, maar naar wat je aandacht trekt. Dat betekent dat je niet alleen hoeft te praten over karaatgewichten of complicaties. Je mag ook laten zien waar je nieuwsgierig naar bent. Zoals een horlogemaker die óók filmpjes maakt over zeldzame cactussen. Klinkt best onzinnig, tot je beseft dat tussen die duizenden kijkers ineens iemand zit die ook op zoek is naar een vintage horloge. Die omweg maakt je dus in 2026 vindbaarder. (Voor mij klinkt dit als muziek in de oren, want al jaren zou ik meer over dieren willen posten!)

Tot slot de **unplugging**. Gary noemt het de *unplugging* van Gen Alfa en Gen Z: een groeiende behoefte aan offline-ervaringen. Niet omdat schermen verdwijnen, maar omdat ze hun verzadigingspunt hebben bereikt (de tijd die we spenderen op social media stagneert voor het eerst).

Jongere generaties zoeken plekken waar iets gebeurt zonder dat alles gefilmd, gedeeld of verkocht hoeft te worden. Voor juweliers ligt daar een ontmoetingskans. Denk aan een winkel die 's avonds verandert in een plek voor een workshop polymeerleer, een lezing van een lokale schrijver, een *meet & greet* met een maker, of simpelweg een ruimte waar een netwerkclub bijeenkomt. Niet verkoopgericht, wel uitnodigend. Juist door even niet te willen verkopen, ontstaat er ruimte voor gesprek, vertrouwen en verhalen. En ja, vaak volgt de verkoop later vanzelf... omdat mensen zich ergens welkom voelden of omdat een verhaal bleef plakken!

We hoeven geen baseballpet op te zetten of luider te praten. Maar misschien mogen we iets minder snel oordelen en iets vaker denken: wat kan ik hieruit halen voor mijn winkel, mijn klanten, mijn verhaal? Dus ja, Gary is soms veel, maar vaak zegt hij toch iets wat het waard is om even door dat petje heen te luisteren. Thank you, Gary.

Esther Ligthart

Esther Ligthart is oprichter van het juwelenblog **Bizzita.com**. Ze schrijft ook wereldwijd voor vakbladen. Esther is daarnaast coach voor juweliers-vakmensen en werkt als consultant in de juwelenindustrie in binnen- en buitenland. Inmiddels heeft zij ruim 30 jaar ervaring in de internationale juwelenwereld.



WWW.BIZZITA.COM

Foto: Sooph photography

Al 50 jaar het meest geavanceerde systeem ter wereld

Meer dan 250 miljoen gaatjes geprikt
100% veilig • 100% comfortabel • 100% steriel

Andere systemen



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

Ons Inverness systeem



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

Bezoek ons op JewelPro
Stand 101



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.

Zo werden de juwelen van Sara ineens veel meer waard

Een tijdje geleden had ik Sara geholpen toen haar moeder was overleden en zij en haar zus de sieraden van moeders mochten verdelen. Ik maakte een taxatierapport op basis van de waarde van de juwelen.

Toen Sara de geërfde sieraden even had liggen, besloot ze de juwelen te laten vermaken door een goudsmid. Haar moeder had nou eenmaal een andere smaak dan zij en dus was dat een uitstekend idee. Ze belde me op om de nieuwe sieraden te laten opnemen in het taxatierapport bedoeld voor de verzekering. "Zal ik jou de nummertjes even toesturen, dan weet je welke in het nieuwe rapport moeten komen en dan zijn we zo klaar!" riep Sara enthousiast.

Nou, zei ik, ik denk dat ik echt opnieuw langs moet komen om de sieraden te bekijken. Ik legde uit dat de waarde veranderd is, omdat ze zoveel sieraden heeft laten vermaken of omsmelten om er nieuwe juwelen van te laten maken. Niet alleen zijn er nu verschillende soorten gehaltes gecombineerd, ook heeft een goudsmid werk verricht en arbeid van een goede goudsmid is eveneens waardeverhogend.

In het geval van Sara bleek – na mijn nieuwe taxatie – dat de sieraden inderdaad behoorlijk in waarde waren gestegen. Daarom is het dus slim om na het vermaken van sieraden opnieuw een taxatie te laten verrichten. In dit geval moest dit ook, want een taxatierapport voor verdeling is een ander soort rapport dan dat voor de verzekering.

Krijgt u klanten in de winkel die juwelen willen laten vermaken? Kijk dan goed naar de waarde vóór en ná het vermaken en adviseer ze een (nieuw) taxatierapport te laten

opstellen door een gediplomeerd sieradentaxateur.

Het verhaal van Sara is een mooi voorbeeld van hoe we met sieraden die niet meer gedragen worden kunnen omgaan. Niet in een kluis stoppen, maar er iets mee doen. Vermaken geeft ze een nieuw verhaal een nieuwe waarde. Mét een bijbehorend taxatierapport. Want zeg nou zelf, hoe jammer is het als naderhand blijkt dat de nieuwe juwelen niet op waarde getaxeerd zijn!

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

Events

TEFAF

Van 14 t/m 19 maart vindt de volgende editie van TEFAF plaats in Maastricht. TEFAF wordt algemeen beschouwd als 's werelds toonaangevende beurs voor beeldende kunst, antiek en design, die 7.000 jaar kunstgeschiedenis onder één dak samenbrengt. Met meer dan 260 handelaren uit zo'n 20 landen is TEFAF Maastricht een etalage voor de mooiste kunstwerken die momenteel op de markt zijn. Naast de traditionele gebieden van schilderijen, antiek en klassieke antiquiteiten zijn er ook sieraden en juwelen te vinden op de beursvloer. Voor de editie van 2026 omvat de beurs meesterwerken van het abstract expressionisme, Scandinavisch en De Stijl-design, naast exposities over Franse realistische schilderkunst, Afrikaanse modernistische keramiek en Amerikaanse fotografie.

WWW.TEFAF.COM



Foto: Jitske Nap



ISTANBUL JEWELRY SHOW

Van 1 t/m 4 april is het Istanbul Expo Center het toneel voor de IJS, de Istanbul Jewelry Show. De vakbeurs voor juwelen, goud, zilver, edelstenen en technologieën wordt gezien als een van de vijf beste sieradentoonstellingen ter wereld en als de eerste en enige gespecialiseerde internationale sieradenbeurs van Turkije. Turkije positioneert zich stevig als een van de grootste markten voor gouden sieraden wereldwijd. Voor Nederlandse bezoekers biedt dit een uitgelezen kans om deze bloeiende en invloedrijke markt te verkennen. De IJS biedt juweliers, maar ook groothandelaren en fabrikanten uit Nederland een kans om unieke producten te ontdekken, frisse inspiratie op te doen en waardevolle internationale relaties te ontwikkelen.

WWW.ISTANBULJEWELRYSHOW.COM

WATCHES & WONDERS

Watches and Wonders 2026 vindt plaats van 14 t/m 20 april in Genève. Merken, professionals, journalisten en horlogeliefhebbers van over de hele wereld zullen samenkomen op dit bijzondere evenement voor de horloge-industrie.

Watches and Wonders verwelkomt elf nieuwe merken, waaronder Audemars Piguet en l'Épée 1839, gespecialiseerd in hoogwaardige klokken. Met Behrens, Bianchet, B.R.M Chronographes, Charles Girardier, Corum, Credor, Favre Leuba, March LA. B en Sinn Spezialuhren, stijgt het totale aantal exposerende merken tot 66. Andere belangrijke veranderingen: H. Moser & Cie. en Frederique Constant veranderen van locatie en breiden hun stands uit.

WWW.WATCHESANDWONDERS.COM



Agenda

MAART-MEI 2026

1-2 MAART
Jewels & Luxury Relatie Event – Utrecht

8-9 MAART
Jewel Pro Days – Rosmalen

14-19 MAART
Tefaf – Maastricht

21-22 MAART
Brabant Art Fair – Tilburg

25-29 MAART
Kunst aan het Hof – Hof van Saksen

26-28 MAART
Amberif – Gdansk

1-4 APRIL
Istanbul Jewelry Show

14-20 APRIL
Watches & Wonders – Genève

19 APRIL
Rikketik – Houten

25 MEI
Nationale Zilverdag Schoonhoven
[foto zilverdag]

29 MEI – 1 JUNI
JCK Las Vegas



The Old Treasury



Exposities

Nederlands Zilvermuseum – Schoonhoven
T/M 30 MAART
ZILVER VAN EMMY ROTH

T/M 10 MEI
50 JAAR
NEDERLANDSE ZILVERCLUB

T/M 10 MEI
ONTMOETINGEN:
LYNNE LEEGTE EN DAAN BROUWER

T/M 13 SEPTEMBER
PLEASE TOUCH



Zilveren vaas van Daan Brouwer, collectie Nederlands Zilvermuseum

BRANS ALMELO

Let's work together!

HORLOGE REPARATIE

SIERADEN REPARATIE

GRAVEREN

ALLE SOORTEN
ZETWERK



BRANS  ALMELO

Zeearend 9 | 7609PT Almelo | 0546 – 819 607 | receptie@bransalmelo.nl | www.bransalmelo.nl



Bijou Moderne b.v.
Family owned since 1950

Edelstenen

Fournituren

Gereedschap

Horlogerie

Metalen

Poetsmiddelen

Presentatie

Rijgmiddelen

Verpakkingen



Bezoek onze website
www.bijoumoderne.nl

Ook voor **Gereedschap** 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!
592 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 • Nederland • T 010 - 529 66 00 • info@bijoumoderne.nl



IN
DE

PRAKTIJK

GOUD KOOP JE BIJ *DRIJFHOUT*

www.drijfhoutnl.com

Nieuws van de FGZ

Nieuws over de cao's

Retail Non-Food

De nieuwe cao Retail Non-Food (waar de juweliërs onder vallen) is een feit: de vakbonden hebben ingestemd met het principeakkoord. Het nieuwe cao-boekje, nieuwe loontabel en rekentool staan op www.ondernemers.fgz.nl.

Nieuwe waarschuwingsapp

Onlangs is de FGZ gestart met het uitrollen van de nieuwe waarschuwingsapp. Alle leden hebben inmiddels uitnodigingslinks toegestuurd gekregen. Belangrijk is dat de FGZ in het bezit is van uw juiste e-mailadres; hier gaat het nog wel eens mis. Let op: de uitnodiging wordt verstuurd vanaf een do-not-reply e-mailadres (we werken hiervoor met een extra beveiligd systeem), waardoor deze in de spam terecht kan komen. De FGZ vraagt uw geduld; de afhandeling is arbeidsintensief en vraagt veel tijd.

Deursticker en lidmaatschapsfolder

Binnenkort worden de nieuwe deurstickers verspreid. Alle FGZ-leden ontvangen de sticker, geldig voor het jaar 2026, die gebruikt kan worden op de deur of etalage. De sticker is een kwaliteitswaarborg; het winkelend

publiek ziet dat het bedrijf is aangesloten bij de branchevereniging en dat wekt vertrouwen. Samen met de sticker ontvangen de leden ook de nieuwe lidmaatschapsfolder waarin wordt uitgelegd wat de FGZ voor de leden doet.



Nieuw Jaarboek

Tegelijk met deze uitgave van Edelmetaal wordt ook het Jaarboek 2026 verzonden. Het nieuwe naslagwerk voor de branche staat zoals altijd vol met informatie, merkenlijsten en adressen. Het Jaarboek is inbegrepen bij het lidmaatschap van de FGZ en het abonnement op Edelmetaal.



Facturen

Alle FGZ-leden ontvangen binnenkort de contributiefactuur voor 2026 per e-mail. Het lidmaatschap van de FGZ loopt per kalenderjaar, van januari tot en met december. Ook de facturen voor de losse abonnementen op Edelmetaal worden dezer dagen verstuurd. Ontvangt u geen factuur, kijkt u dan of deze in uw spambox is terechtgekomen.

Nieuw lid aanbrengen = korting

Binnenkort worden de nieuwe deurstickers verspreid. Alle FGZ-leden ontvangen de sticker, geldig voor het jaar 2026, die gebruikt kan worden op de deur of etalage. De sticker is een kwaliteitswaarborg; het winkelend publiek ziet dat het bedrijf is aangesloten bij de branchevereniging en dat wekt vertrouwen. Samen met de sticker ontvangen de leden ook de nieuwe lidmaatschapsfolder waarin wordt uitgelegd wat de FGZ voor de leden doet.



vacature

Assistent bedrijfsleider m/v

Ons geheel vernieuwde juweliershuis groeit hard. Daarom zoeken wij per direct een **Assistent bedrijfsleider** (32-40 uur) die meebouwt aan topservice, een sterke winkelorganisatie en een soepel lopend team.

Je hebt aantoonbare vakkennis van het juweliersvak en voelt je thuis in de wereld van luxeartikelen. Verder ben je klantgericht, organisatorisch sterk, houdt overzicht, bent proactief en draagt bij aan een professionele, gastvrije sfeer. Wij bieden jou een werkplek binnen een hecht en ervaren team, in misschien wel het **allermooiste juweliershuis** van Nederland.

Iets voor jou?

Stuur dan jouw sollicitatie met je c.v. naar:
Juweliershuis Aalbers,
t.a.v. Femke Herman-Coenders
femke@juweliershuisaalbers.nl

Bekijk al onze vacatures op www.werkenbijaalbers.nl



Juweliershuis
Aalbers

Exclusiviteit heeft een naam.
Hoofdstraat 206, Velp
www.juweliershuisaalbers.nl

vacature

Verkoopadviseur m/v

Om alle klanten in ons geheel vernieuwde juweliershuis de aandacht en service te kunnen blijven geven die zij verdienen, zoeken wij **enthousiaste verkoopmedewerkers** om ons team te versterken.

Voel jij je thuis in de wereld van luxe-artikelen, ben jij representatief, gastvrij, communicatief vaardig en heb je een flexibele, positieve instelling? Dan bieden wij jou een werkplek binnen een hecht en ervaren team, in misschien wel het **allermooiste juweliershuis** van Nederland. Met diverse trainingen, zowel intern als extern en beursbezoeken ontwikkel jij je tot een belangrijke spil binnen ons bedrijf.

Iets voor jou?

Stuur dan jouw sollicitatie met je c.v. naar:
Juweliershuis Aalbers, t.a.v. Femke Herman-Coenders
femke@juweliershuisaalbers.nl

Bekijk al onze vacatures op www.werkenbijaalbers.nl



Juweliershuis
Aalbers

Exclusiviteit heeft een naam.
Hoofdstraat 206, Velp
www.juweliershuisaalbers.nl



LGemL gemmologische analyse voor de vakhandel

LGemL maakt professionele analyses van geslepen en ruwe edelstenen, parels en in antieke sieraden gezette stenen

•natuurlijk / synthetisch •type behandelingen •synthetische diamanten •gewicht van gezette stenen en meer

www.lgeml.eu voor meer informatie



VACATURES!

Goudsmid | Juwelier | Uurwerkspecialist | Manager
Verkoopmedewerker | Allround medewerker | Vertegenwoordiger

Op zoek naar een baan in de sieraden- en horlogebranche?
Kijk op ondernemers.fgz.nl voor de vacaturebank in de branche.

Of wilt u een personeelsadvertentie plaatsen?

Neem contact op met Daniel Voskamp:
d.voskamp@fgz.nl / 079-331 53 00 voor een vrijblijvend voorstel.



De Federatie Goud en Zilver (FGZ) is hét aanspreekpunt voor de sieraden- en uurwerkenbranche. Een lid van de FGZ wordt gezien als een betrouwbare partner.

• Samen staan we sterker • Collectieve voordelen
• Gezamenlijke promotie van de branche

Volg Federatie Goud en Zilver op Instagram, Facebook en LinkedIn.

Röntgenlaan 11, 2719 DX Zoetermeer, federatie@fgz.nl, www.ondernemers.fgz.nl



Verbod op contante betalingen € 3.000 of meer definitief

De Wet ter voorkoming van witwassen en financieren van terrorisme (Wwft) is per 1 januari 2026 veranderd. Het eerder aangekondigde verbod op het accepteren van contante betalingen van € 3.000 of meer is inmiddels definitief. Grote aankopen moeten voortaan via de bank.

Zoals vermeld in Edelmetaal oktober 2025 had de Eerste Kamer al ingestemd met het wetsvoorstel om contante betalingen van € 3.000 of meer te gaan verbieden, maar was het wachten nog op de definitieve ingangsdatum. Inmiddels is de nieuwe Wwft ingegaan; sinds 1 januari van dit jaar moeten betalingen van € 3.000 of meer digitaal. Contante betalingen t/m € 2.999,99 kunnen nog steeds aangenomen en gedaan worden. (Zie ook onze digitale nieuwsbrieven van november en december.)

Het verbod geldt voor beroeps- en bedrijfsmatig handelaren in goederen, kunsthandelaren en pandhuizen.



Daaronder worden ook juweliers, goudsmeden en andere ondernemers in de sieraden- en horlogebranche gerekend. Het doel van het verbod is om witwassen met contant geld voor criminelen moeilijker te maken.

Informatie

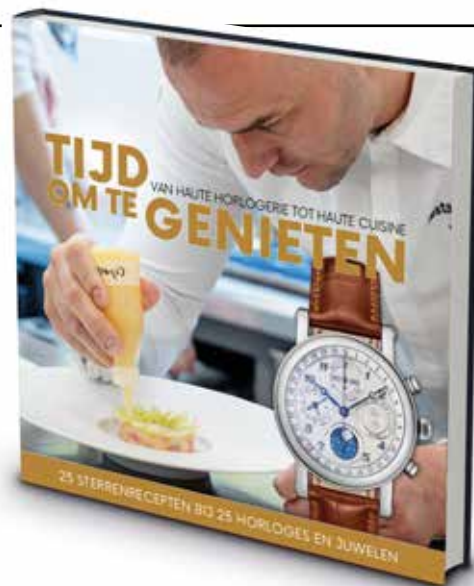
Meer informatie over de veranderde Wwft is te lezen in Edelmetaal oktober 2025. Neem voor vragen contact op via federatie@fgz.nl of

BureauToezichtWWFT@Belastingdienst.nl of kijk op www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/financiele-sector/verbod-contante-betalingen-van-3000-euro.

Boekentip: Tijd om te genieten

Voor het eerst delen topchefs met één of meerdere Michelinsterren een gerecht, om dat te koppelen aan een kwalitatief hoogwaardig horloge of sieraad. Via boeiende verhalen, bijzondere recepten en prachtige beelden leidt het boek tot een verrassende conclusie: gerechten van topchefs en exclusieve horloges en sieraden hebben heel veel met elkaar gemeen.

Genieten van het leven kent vele vormen. In *Tijd om te genieten* komen twee daarvan op smakelijke wijze samen: eten op sterrenniveau en haute horlogerie. Die twee hebben wat met elkaar gemeen; beide zijn het resultaat van passie, creativiteit en ambachtelijk vakmanschap. Daarnaast is het begrip tijd in een sterrenrestaurant net zo essentieel als voor een horloge. In de keuken gaat de timing bij sommige bereidingen tot op de seconde. Aan tafel wil je juist dat de tijd even stil staat; culinair genieten is bij uitstek een moment om even níét op de klok te kijken.



In *Tijd om te genieten* gaan haute horlogerie en haute cuisine samen aan tafel. Vijfentwintig chefs met één of meerdere Michelinsterren delen een recept en koppelen dat aan een horloge (en soms een sieraad). *Tijd om te genieten* is een uitgave ter gelegenheid van het 25-jarig bestaan van Reijersen Juweliers, de juwelier-gastronoom in Oudewater. Het 224 pagina's tellende boek is in beperkte oplage beschikbaar via Reijersen Juweliers en bij sterrenrestaurants die meewerkten aan het boek. Ook te bestellen via 0024.nl/shop. Prijs € 29,95.

Edelsteenkunde Basiskennis op Vakschool

‘Het gaat erom dat je écht in de diamant kijkt’

Elke diamant vertelt een verhaal. Maar zie jij ook wat er écht gebeurt in de steen? Kleur, structuur en slijpvorm bepalen de waarde, maar alleen als jij weet waar je op moet letten. In de tweedaagse cursus Edelsteenkunde Basiskennis leer je hoe je een diamant leest. Niet uit een boekje, maar met je handen, je ogen en je loep.

Paul Cieremans van Steltman Juwelier uit Den Haag neemt je mee in de praktijk van het vak. “Veel goudsmiden en juweliers denken dat je hier een diploma voor nodig hebt. Dat is niet zo. Met de juiste basis en veel oefenen kom je al een heel eind,” zegt hij. De focus ligt op techniek: hoe houd je je tang en loep vast, hoe kijk je in de steen en hoe herken je details die directe invloed hebben op de waarde, zoals behandelingen of een laserkanaal bij een laser drilled diamant.

Vergelijken

Je werkt in groepen van ongeveer acht deelnemers. Theorie en praktijk wisselen elkaar af. Je leert werken met instrumenten, past loeptechneken toe en traint je oog voor gewicht, kleur, zuiverheid en slijpkwaliteit. Vergelijken speelt daarbij een grote rol: “Dat is belangrijk. Zonder vergelijkingsmateriaal ben je nergens,” aldus Paul Cieremans. “Ook het onderscheiden van imitatie en lab grown diamanten komt uitgebreid aan bod. Een onderwerp waar steeds meer klanten vragen over stellen en waar je als juwelier zekerder in wilt worden.”

Context

Naast het kijken en beoordelen is er aandacht voor context. Je krijgt inzicht in de geschiedenis en distributie van de diamant: van mijn tot werkbank, en leert werken met de vier C's, materiaaleigenschappen, imitaties en fabricage. “Alles draait om beter leren kijken en zekerder worden in je beoordeling. Geen droge theorie, maar kennis die je helpt om met vertrouwen te werken en klanten goed te adviseren.”



Paul Cieremans: “Een diamant laat zich pas zien als je weet hoe je moet kijken”

Aanmelden

De cursus wordt gegeven op Vakschool Schoonhoven op 20 en 21 april van 9.00 tot 16.30 uur. Werk je in de goud- en zilverbranche en wil je met meer zekerheid diamanten beoordelen en je vakmanschap verdiepen? Meld je aan en train je ogen. Want een diamant laat zich pas zien als je weet hoe je moet kijken. Voor meer informatie: www.zadkine.nl/vakschoolschoonhoven.

Zadkine B&D Lab wegens succes herhaald

Tess van Zalinge x Zadkine Vakschool Schoonhoven

De maatschappij en het beroepenveld zijn volop in beweging. In de beauty- en designwereld vervagen de grenzen tussen disciplines, en thema's als inclusiviteit, duurzaamheid, technologie en digitalisering vragen om nieuw vakmanschap. Het Zadkine B&D Lab is dé plek waar deze ontwikkelingen samenkomen in het vernieuwend onderwijs.

In het B&D Lab worden studenten opgeleid tot toptalent van de toekomst. Hier werken mbo-studenten, het bedrijfsleven en maatschappelijke instanties samen aan innovatief en interdisciplinair onderwijs. Een plek waar de nieuwste trends en ontwikkelingen in de beauty- en designbranche centraal staan: van 3D-scannen tot aan het ontwikkelen van een private beautylabel of een virtuele paskamer. Studenten van verschillende opleidingen verfijnen hier hun skills en leren van elkaars vakgebied.

Samenwerking met David Laport

Afgelopen schooljaar werkte een tweetal klassen van de opleiding Goudsmiden samen met modeontwerper David Laport. Onder zijn begeleiding ontwierpen zij sieraden die aansloten bij zijn visie en signatuur. Het eindresultaat was te zien in het Nederlands Zilvermuseum tijdens de Zilverdag en tijdens PAN Amsterdam waar het werk van de studenten veel lof kreeg van kunstliefhebbers en professionals.

Werken met een échte opdrachtgever uit de creatieve industrie werd enthousiast ontvangen door betrokken studenten én docenten. De samenwerking met Laport gaf een extra dimensie aan het project en daagden studenten uit om vakoverstijgend te denken en te maken.

Vervolg met Tess van Zalinge

Vanwege het grote succes heeft Vakschool-directeur Kim Cornelius ook dit schooljaar een toonaangevende modeontwerper aan het B&D Lab verbonden: Tess van Zalinge. Deze Nederlandse modeontwerper staat bekend om haar duur-



Ontwerpen van Tess van Zalinge (foto Tessa van den Berg)

zame, innovatieve werkwijze en sterke visuele signatuur. “Het is ontzettend inspirerend om met zulke gedreven jonge makers samen te werken en hun ambacht te verbinden aan mijn ontwerpvisie. Ik ben nieuwsgierig naar hoe de studenten mijn werk vertalen naar hun eigen discipline. Het proces van interpreteren, onderzoeken en maken is misschien nog wel belangrijker dan het eindresultaat.”, aldus Tess van Zalinge.

In november stelde Tess zichzelf voor aan de nieuwe groep studenten tijdens een inspirerende bijeenkomst. Ze gaf een inkijk in haar visie, werkwijze en verwachtingen voor het gezamenlijke project. De komende maanden gaan studenten vanuit hun eigen vakgebied aan de slag met een nieuwe ontwerpuitdaging, waarin mode en ambacht opnieuw samenkomen.

De lat ligt hoog – en de verwachtingen ook.

WWW.ZADKINE.NL/VAKSCHOOLSCHOONHOVEN

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 (vijsel, lavuur, boorsel), tandengoud, industrieel goud, beleggingsmunten en -baren.

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.nl

Westermarkt 30, Tilburg
info@bgpedelmetaal.nl
+31(0)72 572 5224



Onderdeel van:



WWW.BGPEDELMETAAL.NL

Vergulden en Rhodineren Bij Drijfhout

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



- Jarenlange ervaring
- In eigen fabriek
- Korte levertijd



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

Knoopwerk
voor juweliers
en goudsmeden

Masterclass
parels-
knopen

Cursus
voor
vakpersoneel



Atelier Reijns

Hemdijk 59, 8601 XJ Sneek
mob: 06-23129497

info@atelierreijns.nl
www.atelierreijns.nl



FABNORA

BY
BOLTENSTERN

BOLTENSTERN
VIENNA



MOBACH • DESIGN

Vertegenwoordiging Nederland:
Mobach Design | Thea Groefsema
info@mobachdesign.nl

Inhorgenta B1.DI1 & A2.106
Jewel Pro, stand 129





Bij SGS Sieradenfabriek produceren wij geen compromis. Onze **goudgevulde bangles** zijn het resultaat van **ambacht, precisie en technische voorsprong** – volledig handgemaakt in Nederland, exclusief voor de betere juwelier.

- ✓ **100% handgemaakt**
in Nederland 
- ✓ **Naadloos gevuld** –
voelt als massief goud
- ✓ **Geen achtje nodig door**
unieke sluiting (op aanvraag
wel mogelijk)
- ✓ **Alle maten:** 52 t/m 78 mm
- ✓ **Breedtes:** 3 t/m 10 mm –
rond, ovaal of vierkant
- ✓ **Verkrijgbaar in geel, rosé,**
wit & bicolor
- ✓ **Ook met diamantzetting**
mogelijk
- ✓ **8, 14 of 18 karaats**
- ✓ **Zwaarste buisdiktes** in de
markt
- ✓ **Leverbaar uit voorraad**
of op maat
- ✓ **Beste prijs-**
kwaliteitverhouding



www.sgsonline.nl

Firma **SGS Hoofdkantoor** | +31 (0)591 7940 47
Bestellingen via verkoop@mori-sieraden.nl