

EDEL METAAL

81e jaargang - juni 2026

Nummer 3

Edelmetaal is het vakblad van de
Federatie Goud en Zilver

Zomereditie vol juwelen, horloges en bijzondere verhalen

Rikkoert Juweliers: 150 jaar oog voor de klant

Nederlandse juwelenmarkt: kritische fijnproevers



FREDERIQUE CONSTANT X FELIPAO

INOVA

— COLLECTION —

TRADE FAIR FOR JEWELLERY,
GEMSTONES, PEARLS AND WATCHES

28.08.–30.08.2026

MESSECENTER HOFHEIM RHEIN-MAIN

INOVA-COLLECTION.DE

JOIN OUR
COMMUNITY

@INOVACOLLECTION



TREND & ORDER
BOSTON CLUB DÜSSELDORF

JEWELLERY, GEMSTONES AND WATCHES
FOR THE SPECIALIST RETAIL TRADE

10.10.–11.10.2026

BOSTON CLUB DÜSSELDORF

TREND-ORDER.DE



Colofon

Edelmetaal Magazine is een uitgave van de Federatie Goud en Zilver. Vakblad voor de juwelen- en uurwerkenbranche. 81e jaargang, nummer 3, juni 2026

Losse verkoopprijs

€ 20,00 (excl. btw + porto)

Contact

Federatie Goud en Zilver
Röntgenlaan 11
2719 DX Zoetermeer
079 - 331 53 00
www.edelmetaal.nl

Redactie

Brigitte Warnaar
edelmetaal@fgz.nl

Advertenties

Daniël Voskamp
advertentieverkoop@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.

Vormgeving en druk

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

Uitgever en copyright ©

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

Cover

De Carree Ladies by Felipeo van Frederique Constant heeft een roze wijzerplaat met 11 Swarovski-kristallen en een ster op 12 uur. Advies-w.v.p. € 1.095.
www.frederiqueconstant.com

JUST FRANKY

NOT JUST JEWELLERY



bekijk de collectie op Instagram



JUST FRANKY is een merk van Kasius, voor meer informatie neem contact op met uw relatiemanager



De kracht van betrokkenheid

Ik merk steeds vaker hoe belangrijk ontmoetingen binnen onze branche zijn. Niet alleen de formele momenten of de grote dossiers, maar juist de gesprekken tussendoor, het delen van ervaringen en het samen optrekken als branchegenoten. Daarvan zagen we de afgelopen periode weer mooie voorbeelden.

Zo kijken we terug op een bijzonder geslaagde Taxateursdag op Urk, georganiseerd samen met de Sectie Taxateurs. Een dag vol kennisdeling, ontmoetingen en de sfeer van het voormalige eiland. Juist dat persoonlijke contact blijft van grote waarde in onze branche die draait om vertrouwen, kwaliteit en vakmanschap.

Ook tijdens de 40e editie van de Nationale Zilverdag in Schoonhoven en de aansluitende Algemene Ledenvergadering zagen we opnieuw hoe belangrijk betrokkenheid van leden is voor onze vereniging. Natuurlijk horen daar formele onderdelen bij, zoals het bespreken van de jaarrekening en actuele ontwikkelingen binnen de branche. Maar met name waardevol zijn de vragen, gesprekken en ideeën die leden met elkaar delen.

Tijdens de bijeenkomst werd opnieuw duidelijk hoeveel onderwerpen er binnen de branche spelen en hoe de FGZ zich samen met leden, commissies en bestuur inzet op thema's als cao's, veiligheid, opleidingen, promotie, ledenvoordelen en ondersteuning van ondernemers. Veel van deze zaken zijn voor leden misschien niet dagelijks zichtbaar, maar vormen juist een belangrijk onderdeel van de kracht en meerwaarde van het lidmaatschap.

Daarnaast vindt in deze editie van Edelmetaal een bijzondere wisseling plaats binnen de redactie van Edelmetaal en de online media van de FGZ. Joke, die bijna haar 25-jarig jubileum bereikt, kiest ervoor haar werkzaamheden wat rustiger voort te zetten. Tegelijkertijd heten wij Brigitte Warnaar van harte welkom als nieuwe eindredacteur van Edelmetaal en de online media van de FGZ.

Gelukkig blijft Joke betrokken bij de Federatie. Persoonlijk ben ik haar enorm dankbaar voor de jarenlange samenwerking, haar inzet, loyaliteit en grote betrokkenheid bij de branche en Edelmetaal. Veel leden kennen haar als een vertrouwd en betrokken gezicht binnen de Federatie.

Met de komst van Brigitte kijken wij met vertrouwen uit naar de verdere ontwikkeling van Edelmetaal en de online media. Met haar ervaring in communicatie en redactie brengt zij opnieuw een frisse blik en enthousiasme mee voor de branche. En dat is uiteindelijk wel waar het allemaal om draait: samenbouwen aan een sterke en betrokken branche. Want wie elkaar weet te vinden, komt samen verder.

Ik wens u namens het bestuur en het team van de Federatie Goud en Zilver een mooie, ontspannen en zonnige zomer toe.

Patrick Thio

secretaris/directeur

Federatie Goud en Zilver

VOOR JUWELIERS

MEER GRIP MINDER FOUTEN MEER OMZET.

Meer dan 200 juweliers gingen je voor.



KASSA



VOORRAAD



WEBSHOP



INZICHT

HET ALLES-IN-ÉÉN-SYSTEEM.



WWW.VENDIT.NL

Inhoud

BEURZEN & EVENTS

- OroArezzo | Veerkracht in het hart van de Italiaanse productie **18**
- Zilverdag Schoonhoven 40e Editie | Veertig jaar vakmanschap, verhalen en verbinding **40**

INTERVIEWS

- 150 jaar Rikkoert Juweliers | De kracht van een familienaam **14**
- BWH neemt Briljant Sieraden over | Nieuwe generatie aan zet **24**
- Koninklijke Nederlandse Munt | Tussen traditie en innovatie **30**
- Sieraden Sherlock | Hoe Kim van Zweeden juwelen laat spreken **36**

UURWERKEN

- Watches & Wonders | 15 horloges in de spotlight **8**
- Museum de Zaanse Tijd | Viert 50-jarig bestaan **28**
- Delbana 95 jaar | Viert oorsprong met jubileumeditie **48**

PRODUCTNIEUWS

- Ledenvoordeel | CCV nieuwe partner voor betalingsverkeer en pinautomaten **43**
- Buddha to Buddha | Robuust, verfijnd én duurzaam verpakt **44**
- Vendit Retail Software | Meer overzicht, minder handwerk en grip op je cijfers **46**
- Jéh Jewels 35 jaar | Exclusieve acties voor dealers en consumenten **49**

EN VERDER

- Waarom de internationale juwelenindustrie vol ontzag naar Nederland kijkt | Kritische fijnproevers **32**

- Taxaties met een verhaal | Stijgende goudprijs vraagt om actuele taxaties **51**

- Reflections by Esther | Tussen storytelling en stilte... **53**

- Events & Agenda **57**

- Bestuursleden gezocht **60**

IN DE PRAKTIJK

- Nieuws van de FGZ **61**

- Algemene Ledenvergadering FGZ in Schoonhoven **62**

- Boekentip Mick van Wely | Roof & Jouw verhaal in Edelmetaal? **64**

- Vakdag Sectie Taxateurs op Urk | Vakmanschap, vergaderen, verbinding en verborgen schatten **66**

- Vakschool Schoonhoven | Edelsteenkunde DGI Kennis die het verschil maakt aan de werkbank **68**



Watches and Wonders 2026

15 horloges in de spotlights

DOOR: ELZEMARIE KARSDORP

Opnieuw heeft Watches and Wonders records gebroken. 's Werelds grootste en belangrijkste horlogebeurs trok in april zo'n 60.000 bezoekers naar Genève. Onder hen 6.000 retailers, 1.750 journalisten en minstens zo belangrijk: bijna een miljard mensen wereldwijd die de beurs online op hun scherm zagen verschijnen.



Rolex Oyster Perpetual



IWC Pilot's Ventura Vertical Drive



Patek Philippe Caliber 240

Al deze bezoekers werden niet teleurgesteld. Watches and Wonders kon dit jaar elf nieuwe merken verwelkomen, waarmee het aantal exposanten uitkomt op 66. Daarbij zijn de prestigieuze merken waarmee de internationale horlogebeurs ooit begon, maar ook steeds meer kleine, onafhankelijke merken in het middensegment. Voor wie de beurs gemist heeft of graag nog eens wil zien wat de highlights waren, zetten we hierbij 15 opvallende horloges bij elkaar.

Het meest spraakmakend

In de wandelgangen van de beurs wordt al duidelijk waar over gesproken wordt, maar wie echt wil weten welke drie nieuwe horloges wereldwijd de meeste aandacht hebben gekregen, vraagt het AI. Dat komt met twee voor de hand liggende namen en een verrassing. Niet omdat dit de beste of meest verkochte horloges zijn, maar omdat deze modellen het gesprek domineren.

Rolex weet dit jaar alle ogen op zich gericht door de viering van honderd jaar Oyster. Met de Rolex Oyster kast bracht Rolex in 1926 als eerste een constructie die volledig bestand was tegen water en stof. Vijf jaar later volgde een tweede doorbraak: de Perpetual rotor, een automatisch opwindsysteem dat het horloge continu van energie voorziet. In 2026 verschijnt de Rolex **Oyster Perpetual** in vernieuwde uitvoeringen met kastdiameters van 28, 34, 36 en 41 millimeter. Elke variant blijft trouw aan het oorspronkelijke concept: een robuuste, hermetisch afgesloten kast gecombineerd met een automatisch uurwerk. *Prijs* € 6.550,- (Oyster Perpetual 36).

Gewaardeerd door de liefhebber, maar slechts gedragen door een enkeling staat **Patek Philippe** altijd in de belangstelling. Het merk viert dit jaar het 50-jarig jubileum van de **Nautilus**. De jubileumreeks legt de nadruk op de oorspronkelijke uitgangspunten: een uitgebalanceerde verhouding

tussen sportiviteit en elegantie, een herkenbare kastvorm en een uitgesproken slank profiel. Voor dit herdenkingsjaar presenteert het huis vier nieuwe interpretaties, bestaande uit een bureaulok en drie polshorloges. De horloges in witgoud of platina tonen uitsluitend uren en minuten en worden aangedreven door het ultradunne automatische Patek Philippe Caliber 240. *Prijs: op aanvraag.*

Terwijl de grote namen leunen op hun historie, kijkt **IWC** liever naar de toekomst. Nu de ruimtevaart opnieuw belangrijk is, met missies naar de maan en zelfs mars, wil IWC daar graag bij zijn. Het presenteert daarom de **Pilot's Venturer Vertical Drive**, die straks deel uitmaakt van de uitrusting aan boord van Haven-1, 's werelds eerste commerciële ruimtestation. Handig voor ruimtevaarders met handschoenen is dat de bediening verloopt via een draaibare bezel en een tuimelschakelaar voor functies zoals opwinden en tijdstelling. Wie niet zelf het luchtruim kiest, zal gecharmeerd zijn van het uiterlijk in lichtgewicht wit keramiek en Ceratanium. *Prijs € 28.900.*

Technisch indrukwekkend

Tijdens Watches and Wonders 2026 zagen we dit jaar weinig nieuwe complicaties. Wel ging het over slimmere complicaties. De nadruk ligt op de evolutie van het

mechanisch uurwerk, soms ingrijpend, soms in details, maar elke verbetering maakt duidelijk waartoe de haute horlogerie in staat is.

Veel aandacht is er dit jaar voor de **Tag Heuer Monaco Evergraph**. De chronograaf meet de tijd met het nieuwe kaliber TH80-00. Het compliant chronograafmechanisme vormt het meest revolutionaire aspect van het uurwerk. Het elimineert vrijwel alle hefboomen en veren die traditioneel verbonden zijn met de start-, stop- en resetfuncties en vervangt deze door twee flexibele bi-stabiele componenten: één voor start en stop, de andere voor reset. Deze innovatie zorgt voor een bijzonder nauwkeurige chronograaf, al is het uurwerk gehuisvest in een kast die nog altijd honderd procent de sinds 1969 bekende Monaco is. *Prijs: € 25.000.*

Minder opvallend, maar misschien juist opvallend in bescheidenheid is de **Tonda PF Chronographe Mystérieux** van **Parmigiani Fleurier**. Wie een blik werpt op het horloge zal niet meteen zien dat het een chronograaf is. Het betreft een chronograaf zonder subdials, met een weergave over de volledige wijzerplaat en een functie die zich enkel op verzoek onthult. Alle chronograafwijzers liggen coaxiaal in het midden, exact bovenop de gewone tijdwijzers. Zodra je de monopusher (bij 7:30) indrukt, komen de 'verborgen' chronograafwijzers los van de tijdwijzers. Daarmee schittert de



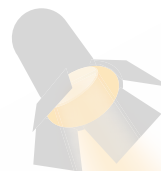
Tag Heuer Monaco Evergraph



Tonda PF Chronographe Mystérieux
van Parmigiani Fleurier



Ulysse Nardin Super Freak



Tonda PF in eenvoud, maar is hij mechanisch zeer complex. Het column wheel chronograaf mechanisme bestaat uit 362 onderdelen. *Prijs: CHF 36.900.*

Bescheiden is geen label dat we aan **Ulysse Nardin** kunnen hangen. We maakten al kennis met de **Freak** in 2001, maar nu doet het merk er met de **Super Freak** een enorme schep bovenop. Het horloge geeft nog altijd de tijd aan met het ronddraaiende carrousel uurwerk, maar voegt daar nu een dubbele tourbillon aan toe die ook de seconden aanduist. Hiermee viert het merk een jubileum van 180 jaar en het 25-jarig bestaan van de **Freak**. Deze bijzondere uitvoering bestaat uit 511 onderdelen waarvan 97 procent in beweging is. *Prijs: CHF 320.000.*

Affordable luxury

Hoewel Watches and Wonders nog altijd een duidelijke afstamming is van de Salon International de la Haute Horlogerie, heeft het luxe segment het hier niet meer alleen voor het zeggen. Met aantrekkelijke merken in meer toegankelijke prijsklassen is een bezoek meer dan vroeger de moeite waard.

Het jaar 2026 markeert de volledige wedergeboorte van de **Alpina Startimer**. Slechts vijftien jaar geleden gelanceerd, brengt de collectie een eerbetoon aan de piloten en luchtvaartpioniers van het begin van de 20e eeuw, op een moment dat het Maison, opgericht in 1883, al zijn eerste militaire pilotenhorloges produceerde. De herlancering van de collectie is bijzonder ambitieus met een nieuwe kastvorm en afwerkingen, een nieuwe diameter van 40 mm, een nieuw La Joux-Perret uurwerk, nieuwe banden en nieuwe wijzerplaten op vier nog nooit eerder vertoonde modellen met drie wijzers. *Prijs: vanaf € 1.295.*

Een mechanisch horloge met twee complicaties. Zo iets komen we niet vaak tegen, maar **Oris** doet het met de **Artelier Complication**. Deze urban collectie is gecreëerd voor een nieuwe generatie horlogeliefhebbers. De belangrijkste update zit in de complicatie en de manier waarop deze wordt gepresenteerd. Dit begint met het nieuwe automatische kaliber 782, dat een horloge mogelijk maakt met slechts twee subdials: een maanfase op 12 uur en een tweede 24-uurs tijdzone op 6 uur. De wijzerplaat is verkrijgbaar in drie kleuren: ivoor, middernachtblauw en kastanje. *Prijs: € 2.300.*



Alpina Startimer



Oris Artelier Complication



Tudor Royal





Favre Leuba Harpoon Revival



Corum Admiral



Favre Leuba 1737 Triple Calendar

De naam **Royal** werd in de jaren vijftig door **Tudor** geïntroduceerd om de hoge kwaliteit en het elegante ontwerp te benadrukken. Nu is de collectie uitgebreid met manufactuur kalibers en nieuwe wijzerplaatkleuren in zowel staal als staal/goud uitvoeringen. De vernieuwde bezel met scherpe inkepingen versterkt het geheel. Met de maten 30, 36 en 40 mm is er voor iedere pols een passende uitvoering. *Prijs: Vanaf € 2.990.*

Opvallende comebacks

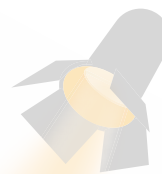
Soms lijkt een merk even verdwenen of heeft het een rebranding ondergaan. Dan is Watches and Wonders dé gelegenheid om te laten zien dat er de afgelopen jaren hard is gewerkt aan bijzonder mooie nieuwe collecties. Deze merken laten zien waarom we ze niet mogen vergeten.

Favre Leuba heeft een historie die teruggaat tot het jaar 1737. Voor een merk van die leeftijd is het logisch dat het in de loop der eeuwen wat ups-and-downs heeft meegemaakt. Na een periode van relatieve stilte liet het oude merk tijdens Watches and Wonders zien dat nu een krachtige revival is ingezet. Dat wordt onderstreept door enkele bijzondere nieuwe horloges die Favre Leuba tijdens Watches and Wonders presenteerde. Voor het debuut van Favre Leuba op

Watches and Wonders bracht het merk een volledig nieuwe collectie: de **Harpoon Revival**. Exact 60 jaar na de lancering in 1966 maakt het kenmerkend ontwerp opnieuw deel uit van de collectie van Favre Leuba, met behoud van de originele proporties en de karakteristieke wijzerplaatopbouw. Het nieuwe model is uitgerust met een moderne automatische uurwerkconstructie, waardoor het historische ontwerp wordt gecombineerd met hedendaagse techniek en betrouwbaarheid. De 36,8 mm roestvrijstalen kast omringt een grijze wijzerplaat, in lijn met de Harpoon uit 1966. *Prijs: CHF 1.800.*

Nog verder terug in de tijd gaat **Favre Leuba** met de **1737 Triple Calendar**, vernoemd naar het oprichtingsjaar 1737. Het horloge combineert klassieke complicaties als de kalender en de maanfase in een eigentijdse interpretatie. De 39 mm stalen kast bevat een sunray wijzerplaat met gouden details en wordt aangedreven door het FLD06 automatische kaliber. Het ontwerp verenigt historische referenties met moderne precisie, afwerking en draagbaarheid. *Prijs: CHF 3.500.*

Voor **Corum** was Watches and Wonders dé gelegenheid om te laten zien waar het na een rebranding naartoe gaat. Het merk bracht een uitgebreide collectie inclusief twee nieuwe



Admiral-lijnen die alle bestaande modellen vervangen: de Admiral 39 mm met zes referenties en de Admiral 36 mm met vijf referenties. De volledig vernieuwde collectie heeft een opnieuw ontworpen kast en een geïntegreerde band. De kenmerkende nautische vlaggen blijven bepalend voor de identiteit van de Admiral, maar worden nu geïntegreerd in de uurmarkeringen zelf. De collectie wordt aangedreven door een nieuw automatisch kaliber met 72 uur gangreserve. *Prijs: Vanaf CHF 10.700.*

Tijd voor dames

Goed, ook op Watches and Wonders is het horloge vooral een product voor mannen, maar het dameshorloge liet zich niet in de schaduw plaatsen. Sterker nog, deze dameshorloges weten de schijnwerpers op zich gericht.

Op het kruispunt van Haute Couture en Haute Horlogerie is de **Noeud De Camélia** tekenend voor de stijl van Gabrielle **Chanel**. De collectie, bestaat uit vier polshorloges en een geheime ring, die de wijzerplaat verbergen en dus zowel sieraad als horloge zijn. Een Noeud De Camélia horloge heeft een grosgrain-effect lederen armband geborduurd met zwarte pailletten. In het midden bevindt zich een camelia van witgoud, waarvan de bloemblaadjes zijn

omlijst met baguette-diamanten, die in het hart een wijzerplaat verbergt met een diamant van 0,70 karaat. *Prijs: op aanvraag.*

Yves Piaget zei het een halve eeuw geleden al: "Een horloge is in de eerste plaats een juweel." Die visie zien we ook nu in de collectie van **Piaget** met een nieuwe collectie moderne Swinging Sautoirs, genaamd **Swinging Pebbles**. Elk hangerhorloge is vervaardigd uit tijgeroog, verdiet of pietersiet en is uitgehold om een klein quartz uurwerkje te huisvesten. De steen hangt aan een sierlijke, gedraaide gouden ketting, een eerbetoon aan Piagets expertise in goudsmeden en kettingwerk voor het dagelijks leven.

Geïnspireerd door een historisch horloge uit de jaren tachtig is er nu de **Baume & Mercier Joia**. Het delicate horloge is onderdeel van de nieuwe Joia damescollectie van Baume & Mercier. De Joia is een ode aan elegantie met een vleugje originaliteit. Het gracieuze 28 mm silhouet siert de pols als een kostbaar juweel en geeft een chique, hedendaagse uitdrukking aan vrouwelijkheid. De Joia MOA10850 fascineert het oog met zijn zilverkleurige wijzerplaat, voorzien van kruislings satijngeworste afwerkingen die aansluiten bij de stalen band met afgeplatte schakels en de bezel bezet met 40 briljant geslepen diamanten. *Prijs: € 4.400.*



Piaget Swinging Pebbles



Chanel Noeud De Camélia



Baume & Mercier Joia

Aura bangles in 8 en 14 karaat met zilveren kern



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

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



Rikkoert Juweliers 150 jaar

De kracht van de familienaam



DOOR: BRIGITTE WARNAAR EN JOKE SANTS

Het complete team van Rikkoert

Een familiebedrijf dat 150 jaar onafgebroken bestaat, hoe bijzonder is dat! Rikkoert Juweliers bereikt die mijlpaal dit jaar. Sinds de oprichting in 1876 in Schoonhoven groeide het bedrijf uit tot een veelzijdige en toonaangevende speler, waarin inmiddels de vijfde en zesde generatie actief zijn. Edelmetaal sprak met Ab Rikkoert en dochter Carlein.

Vanaf het allereerste begin draagt het bedrijf de familienaam Rikkoert, een naam die in de loop van anderhalve eeuw synoniem is geworden voor vakmanschap, betrouwbaarheid en expertise. “Het feit dat we hier nu met de vijfde en zesde generatie staan, en nog steeds onder dezelfde naam werken, maakt het heel persoonlijk,” vertelt Ab, die samen met zijn broer Perry de vijfde generatie vormt.

Een jaar lang feest

Het 150-jarig bestaan wordt niet beperkt tot één feestelijk moment, maar strekt zich uit over een heel jubileumjaar. Tijdens de jaarlijkse Zilverdag op 25 mei wordt een breed scala aan activiteiten bekendgemaakt. “Het wordt een veelzijdig programma,” vertelt Ab. “We organiseren taxatieavonden waarbij bezoekers hun sieraden kunnen laten beoordelen en meer leren over de historie van zilver.

Daarnaast komen er workshops, zoals het rijgen van armbanden met edelstenen en thematische evenementen rond bijvoorbeeld trouwringen. Ook horlogeliefhebbers komen aan hun trekken, onder meer tijdens bijeenkomsten in combinatie met een proeverij. Verder organiseren we een excursie rond de zilverschiedenis van Schoonhoven.” Carlein, zesde generatie Rikkoert: “Het wordt een jaar vol acties en evenementen. We brengen ook een speciaal ontworpen jubileumcollectie uit: sieraden in een beperkte oplage en tegen een speciale jubileumprijs.”

Online kan niet zonder offline

Hoewel 150 jaar geschiedenis een stevig fundament vormt, blijft het bedrijf meebewegen met de tijd. Ab: “Elke periode heeft zijn eigen uitdagingen. Tegenwoordig speelt digitalisering een belangrijke rol. Dat kun je zien als een

bedreiging, maar ook als een kans. Voor ons is het een goede manier om klanten te bereiken en te laten zien wat we in huis hebben. Maar je moet het wel serieus aanpakken. Het is een winkel op zich.”

De website en webshop van Rikkoert worden professioneel ingericht en onderhouden. Abs zoon Herjan houdt zich hier actief mee bezig. Het aandeel online is de afgelopen jaren flink gegroeid. “Online en offline zijn sterk met

“ **De combinatie van vakopleidingen en bedrijfs-technische opleidingen levert een sterk fundament op** ”

elkaar verweven,” zegt Carlein, die verantwoordelijk is voor de marketing. “Klanten oriënteren zich steeds vaker online, maar zoeken tegelijkertijd de zekerheid van een fysieke winkel. Sommigen bestellen direct via de webshop, anderen verdiepen zich eerst online en komen daarna naar de winkel. Daarom is het belangrijk dat er achter een webshop een fysieke winkel staat. Online-klanten krijgen bij ons dezelfde service als in de winkel.”

Organisatie met vele gezichten

Wat ooit begon als één zaak, is uitgegroeid tot een bedrijf met verschillende specialisaties, verdeeld over meerdere panden naast elkaar. Het Silverhuys met zilverwerk en vintage sieraden, het Juweliershuys met sieraden en horloges van diverse merken, het Klokkenhuys met klokken alsook barometers en het atelier waar goudsmiden en uurwerkmakers werken aan reparaties, restauraties en maatwerk. En het Edelambachtshuys in de voormalige synagoge van Schoonhoven met een moderne sieradencollectie, een museumexpositie met antiek zilver en het atelier van de zilversmid. Daarnaast heeft Rikkoert een winkel in Lekkerkerk.

De combinatie van retail, ambacht en historie geeft het bedrijf een bijzondere positie binnen de branche. Carlein: “Die combinatie is onze kracht. We verkopen mooie sieraden en horloges én we kunnen ze repareren. Dat kan niet iedereen. Daardoor kunnen we echt maatwerk

leveren en klanten vaak direct helpen, bijvoorbeeld door een ring direct ter plekke aan te passen.”

Hoewel de wortels in Schoonhoven liggen, reikt de aantrekkingskracht van het bedrijf veel verder. Klanten uit het hele land weten de weg naar Rikkoert te vinden. Carlein: “Laatst kwam een jongeman bij ons voor een verlovingsring. Hij woonde niet in de buurt, maar zijn oma had gezegd dat hij naar Rikkoert moest gaan, omdat zij daar vroeger ook altijd kwam. Dat zijn mooie verhalen.”

De volgende generatie

Waar eerdere generaties zich sterk richtten op vakinhoudelijke opleidingen, koos de jongere generatie voor een bredere bedrijfskundige en commerciële basis. Ab: “Vroeger ging je na de middelbare school naar de Vakschool en volgde je cursussen zoals edelsteenkunde



Ab Rikkoert



Carlein Rikkoert

en taxeren. De nadruk lag op vakkennis. Dat blijft erg belangrijk, maar het is goed om ook oog te hebben voor het bedrijfstechnische, zoals Carlein en Herjan hebben gedaan. Zij hebben aanvullend de opleiding tot juwelier, goudsmid of edelsteenkundige gevolgd. Deze combinatie levert een sterk fundament op.”

In het familiebedrijf stappen is geen vanzelfsprekendheid. Carlein: “Je moet het echt zelf ontdekken. Samen met mijn broer en zus ben ik opgegroeid in het bedrijf. We hielpen van jongs af aan mee, maar we hebben allemaal eerst andere studies gedaan. Onze zus koos uiteindelijk een andere richting. Herjan wist al vrij snel dat hij in de zaak

wilde en bij mij groeide dat later. Ik heb nog bij andere bedrijven gewerkt, maar merkte dat ik toch de gezelligheid en bedrijvigheid van de winkel miste. Dan is het belangrijk om naar je gevoel te luisteren.”



Rikkoert Juweliers aan de Haven in Schoonhoven



In opdracht van Boskalis vervaardigden zilversmeden van Rikkoert Juweliers een gedetailleerd zilveren baggerschip voor een speciale gelegenheid. Aan het object van 50 centimeter lang werd 3 maanden gewerkt, geheel op schaal en met de hand vervaardigd. Het schip is gegraveerd met het Boskalis-logo en draagt de naam 'Queen of The Netherlands', een verwijzing naar een van de iconische schepen uit de Boskalis-vloot. Foto: Rob Glastra

Alle kennis in huis

De juweliersbranche heeft in de afgelopen decennia ingrijpende veranderingen doorgemaakt. Factoren zoals de stijgende goudprijs, veranderend consumentengedrag en de

opkomst van online verkoop hebben het speelveld sterk veranderd. Ab: “Juist in zo'n veranderende markt moet je zorgen dat je een eigen gezicht hebt. Vraag jezelf steeds af waarom de consument juist bij jou binnen moet stappen. Wij onderscheiden ons met onze collecties en de diensten die we verlenen. Onze rode draad is dingen doen die anderen niet doen, of op een andere manier doen. Maar daarvoor heb je wel de mensen nodig om dat waar te maken. Met ons team hebben we alle kennis in huis.”

“ **Vraag jezelf steeds af waarom de consument juist bij jou binnen moet stappen** ”

Dat team van zo'n 35 medewerkers speelt een belangrijke rol in het succes van het bedrijf. Veel medewerkers zijn al jarenlang aan Rikkoert verbonden, wat zorgt voor continuïteit en een hoog kennisniveau. Tegelijkertijd wordt er actief geïnvesteerd in opleiding en ontwikkeling, zowel intern als via de Vakschool. “Als je bijvoorbeeld vintage sieraden of antiek zilver verkoopt, moet je echt weten wat je in handen hebt,” aldus Carlein. “Die kennis ontwikkel je niet alleen op school, maar vooral in de praktijk.”

Oog voor de klant

Voor Ab en de familie ligt het geheim van 150 jaar ondernemen vooral in aandacht voor de klant. “Oog hebben voor de klant, die is koning. Daarnaast moet je passie voor het vak hebben en er vol voor gaan. Het komt je niet aanwaaien; je moet er veel tijd, energie en liefde in steken.” Carlein herkent dat als geen ander: “Die passie moet er zijn, anders werkt het niet. Daarom hebben we eerst buiten het familiebedrijf ervaring opgedaan. Toen ontdekte ik dat ik die passie elders niet voelde, maar hier wel.” Waar zijn ze het meest trots op? “Dat we alles samen kunnen doen – als familie én met ons team. Het persoonlijke karakter, de vakkundigheid en het samen bouwen aan het familiebedrijf, dat is waar het om gaat.”

WWW.RIKKOERT.NL

Eclat®

Sinds 1979

Uitgebreide collectie
groeibriljanten



Diamant Top Wesselton VS



Memoire M101-NEW



www.eclat.nl

14 karaat gouden sieraden
Natuurlijke diamant



Klassiek Solitair



Diamant Top Wesselton VVS



Bekijk hier de
volledige Eclat collectie



Contact:
info@eclat.nl