

# Who

Gabriela Angehrn, Rorschach, hat Mitte Juni Kunden und Lieferanten zu Grill und Musik eingeladen. Grund zum Feiern gab das 25-jährige Bestehen ihrer Goldschmiede. „Der Anlass war sehr gemütlich“, freut sie sich, „sehr gut angekommen sind auch die Schoggitaler, die ich machen liess und den Gästen verteilte“. Neben den Auftragsarbeiten hat sich Angehrn auf Eheringe mit einer selbst entwickelten, speziellen Oberfläche spezialisiert, die sie „Textura“ nennt. Mit dem Anlass wollte sie sich bei ihren Kunden und Partnern für die Treue bedanken. „Nur Dank ihnen existiert mein Atelier heute noch – das ist nicht selbstverständlich“, sagt die Goldschmiedin.



Originelle Idee: Schoggitaler zum Jubiläum. / Une idée originale: des écus en chocolat pour un anniversaire.

Gabriela Angehrn, Rorschach, a invité à la mi-juin ses clients et ses fournisseurs à des grillades et à un concert. Elle célébrait ainsi le 25e anniversaire de sa bijouterie. «La soirée était très réussie», se félicite-t-elle. «Les écus en chocolat que j'ai commandés et distribués à mes hôtes ont rencontré un franc succès.» Hormis des travaux sur commande, Gabriela Angehrn s'est spécialisée dans des alliances dotées d'une surface particulière, développée par ses soins et baptisée «Textura». Ces festivités étaient destinées à remercier ses partenaires et amis de leur fidélité. «Ils ont permis à mon atelier d'exister depuis un quart de siècle – ce qui n'était pas une évidence», relève la bijoutière.

## Die „Blickfang“ in Basel

wurde vom 29. April bis 1. Mai zum siebten Mal ausgetragen. Neben 141 internationalen Ausstellern aus den Bereichen Möbel und Mode zeigten auch 19 Schmuckdesigner ihre neusten Kreationen. Mit den 11'300 Besucherinnen und Besuchern zeigt sich die Leitung der Endkundenmesse zufrieden. Erstmals widmete sich die Sonderschau dem Thema Räder und Accessoires und vermochte damit zahlreiche Velo-Liebhaber zu begeistern. Die nächste Blickfang in der Schweiz findet vom 25. bis am 27. November in Zürich statt.

## Le salon «Blickfang» de Bâle

s'est tenu pour la septième reprise du 29 avril au 1er mai. Hormis 141 exposants internationaux des domaines des meubles et de la mode, 19 designers en bijouterie ont également présenté leurs dernières créations. Avec quelque 11'300 visiteurs, la direction de cette manifestation qui s'adresse aux consommateurs s'est déclarée satisfaite. Pour la première fois, une exposition spéciale était consacrée au thème des cycles et des accessoires a attiré et enthousiasmé de nombreux passionnés du vélo. La prochaine édition du salon Blickfang en Suisse se tiendra du 25 au 27 novembre à Zurich.

# Diamond News

## Marktkommentar

In einem weltweit schwierigen wirtschaftlichen Umfeld behauptet sich der Diamant recht gut. Sein hoher innerer Wert macht ihn attraktiv für Investoren, die verzweifelt nach Substanz und Nachhaltigkeit suchen. Positive Nachrichten kommen von der Rohware. Die Nachfrage der Schleifer ist auch in den eher schwächeren Sommermonaten gut. Vor allem in Indien ist die Zuversicht gross, dass der Markt weiter wachsen und die Preise steigen werden. China ist zu einem sehr grossen und vielschichtigen Markt geworden. Neben der Massenware im kleineren Bereich gibt es vermehrt auch Anfragen nach grösseren Einzelsteinen. Im Moment stagniert das Geschäft auf beachtlich hohem Niveau. Es ist schwer abzuschätzen, wohin die Entwicklung dieses schnell gewachsenen Marktes in naher Zukunft führen wird.

## DeBeers Sights

Anlässlich der Sight vom Mai hat DeBeers Rohdiamanten im geschätzten Wert von 630 Millionen US-Dollar verkauft. Es wird von stabilen Preisen und einer steigenden Nachfrage berichtet. Der Südafrikaner Bruce Cleaver ist neuer CEO von DeBeers. Seit 2008 war der Jurist verantwortlich für strategische Fragen. DeBeers hat die Zusammenarbeit mit Namibia gleich um zehn Jahre verlängert. Dies ist der längste je abgeschlossene Vertrag. Er spiegelt das gegenseitige Vertrauen und den Glauben an eine brillante Zukunft.

## Diamanten für Junge

Die junge Generation der „Millenials“ (nach 1980 geboren) tickt anders. Dem-

entsprechend müssen auch die Anreize für Diamanten anders gestaltet werden. Ihr Alltag ist geprägt von elektronischen Geräten. Gerade wegen der blutleeren und technologielastrigen Kommunikation sind echte Emotionen und Geschichten für sie speziell. Sie reagieren sehr stark auf Bilder und schnelle Videos. Als Gegensatz zur Wegwerfgesellschaft kommt der Diamant als härtestes Material mit bleibendem Wert gut an. Als nachhaltigstes aller Geschenke ist die Symbolik des Diamanten sehr attraktiv für emotional wichtige Momente. Adamas heisst unschlagbar und hat dem Diamanten den Namen gegeben. Die messbaren Rekordwerte für Härte, Schönheit, Wert, Brillanz und Feuer begeistern. Die traditionelle Aura für das Beste, Erfolg und Prestige macht den Diamanten auch begehrenswert für die junge Generation. Er funktioniert weltweit über alle Kulturen hinweg. Selbst die jungen Asiaten wollen lieber Diamanten als die früher vor Ort höher eingestufte Jade.

Der Diamant ist authentisch und Natur pur. Nur mit viel Zufall findet er seinen Weg aus den Untiefen (100 km) des Erdinneren an die Oberfläche. Diese Seltenheit schafft Interesse. Der erfolgsversprechende Slogan für die neue Generation lautet „rare is real“. Die Millenials sind bereit für Diamanten. Statt über antiquitierte Muster müssen sie in den ihnen vertrauten elektronischen Medien abgeholt werden. Dann kommen Sie auch gerne ins Geschäft für ein brillantes Einkaufserlebnis.

### Info

Walter Muff fine diamonds  
Altgasse, 6340 Baar  
Telefon 056 664 73 73  
walter.muff@bluewin.ch  
www.fine-diamonds.ch

WENN SIE AUF EIN ZEICHEN WARTEN  
IHR DIAMANTGESCHÄFT AUSZUBAUEN  
HIER IST ES

fine diamonds are a jeweller's best friends