

Edle Schmucktrends auf der INHORGENTA MUNICH

Besonders schön funkeln die Schmuckstücke in der Halle B1. In diesem Jahr präsentieren 25 neue Aussteller im Bereich „Fine Jewelry“ ihre Stücke. Schon seit langem dabei ist die Firma Gellner. Die Schmuckmanufaktur ist vor allem für ihren Perlenschmuck bekannt. So erhielt sie den „Schmuck Award 2017“ in der Kategorie „Klassik“ für das Collier RENDEZVOUS. Das Collier ist eine Kombination aus farbigen Diamantbriolletes und einer Zuchtperle.

Oton Creative Director Gellner Michael Weggenmann: wir hatten in den letzten Jahren das große Glück sehr viele Preise, Awards gewinnen zu dürfen, in dem wir einzelne Perlen kombinieren mit Diamanten. Das ist für uns das Thema Rendezvous.

Oton Creative Director Gellner Michael Weggenmann: Es geht immer mehr ins Ungewöhnliche. Wir sind ja ein Perlenhaus. Die Perle hat so ein bisschen das Image verstaubt zu sein und wir beleben das Ganze. Wir machen die Perle sexy lässig und jung, indem man das Design verändert und neue Materialien mit ins Spiel bringt, ob das buntes Glas, Edelstahl oder geschwärztes Material ist. Wir sind da sehr flexibel und individuell.

Oton Creative Director Gellner Michael Weggenmann: Deutschland steht ja eigentlich für ein sehr gerades geometrisches Design. Wir wollen den Weg nicht gehen, wir sehen uns auch viel internationaler und wir glauben die Perle per se ist ein sehr feminines Produkt und genau so muss der Schmuck sein: weich, feminin, rundlich.

Oton Creative Director Gellner Michael Weggenmann: Es gibt eine neue Perlenvariante seit ein paar Jahren im Markt. Das ist die eine Süßwasserperle, eine Ming-Perle in einem Rosaton. Die ist sehr zart und sehr weiblich. Unabhängig davon vertreiben wir diese Fijiperlen weltweit exklusiv. Diese bestechen durch ihre Farbe, die sehr warm und sehr weich ist oft in grünen und braunen Tönen. Eine normale Tahiti-Perle ist ja bekannt im Markt. Da werden im Jahr mehrere Tonnen geerntet. Im Vergleich dazu, es gibt gerade mal 200 Kilogramm dieser Fijiperlen jährlich, die sind also extrem rar und etwas ganz besonderes

Oton Creative Director Gellner Michael Weggenmann: Für uns ist diese Messe die entscheidende Messe. Es ist eine wunderschön organisierte Messe. Deshalb macht es Spaß hier zu sein. Für Zentraleuropa ist diese Messe Schmuckdesign mit Abstand die Beste.

Zu den neuen Ausstellern gehört Niessing. Die Schmuckmanufaktur ist wieder zurückgekehrt auf die INHORGENTA MUNICH. Das Unternehmen aus Vreden ist vor allem für seine Trauringe bekannt. Der Trend hier: verschiedene Goldtöne, immerhin zwölf an der Zahl:

Oton PR Verantwortliche Niessing Sonja Junge: Der Trend ist eigentlich ganz klar im Farbbereich zu sehen, was wir ganz stark merken. Da wir die zwölf Goldtöne anbieten können, erleben die Paare, es geht weg vom klassischen Gelbgold, Rotgold oder Weißgold. Es gibt noch ganz feine Nuancen dazwischen und ich würde mal sagen: Farbe ist das neue Schwarz.

Wie die Firma die zwölf verschiedenen Goldtöne hinbekommt, ist natürlich ein Betriebsgeheimnis:

Oton PR Verantwortliche Niessing Sonja Junge: Das ist eine Rezeptur wie beim Backen. Es

ist bei uns eine Legierung aus verschiedenen Edelmetallen. Das ist natürlich eine geheime Rezeptur. Es wird gekühlt, gemischt und gezogen .

Neben den verschiedenen Goldtönen gibt es bei den Trauringen noch zwei Trends zu beobachten:

Oton PR Verantwortliche Niessing Sonja Junge: Es gibt einmal den klaren klassischen Wedding Ring, in einem schönen Goldton und ein bisschen breiter. Und es gibt den zweiten Trend, ganz filigran, ein zwei Millimeter feiner Ring, auf dem ein Steinchen blitzen kann.

Bei Bernd Wolf werden für die Colliers Edelsteine, wie winzige Hämatinwürfel auf bewegliche Ketten gefädelt. Auch bei Isabella Fa gibt es Edles für den Finger. Einige der voluminösen Ringe bergen ein Geheimnis:

Oton IsabelleFa Alexandre Mössner: Bei dem Ring ist direkt zu sehen, dass unsere Manufaktur voluminösen Schmuck hat. Der Ring ist halbmassiv gearbeitet. Besonders charmant ist das ein kleiner Brillant in der Innenseite des Rings ist, von dem nur die Trägerin weiß.

Oton Oton IsabelleFa Alexandre Mössner: Unsere Manufaktur zeichnet sich dadurch aus, dass unsere Stücke handgearbeitet sind und zwar in einer Manufaktur in Süddeutschland in Eisingen bei Pforzheim. Es ist Handarbeit, es steckt sehr viel Know-how drin, sehr viel Zeit, sehr viel Kraft und sehr viel Wissen. Wir sind Spezialisten für Reife und Ketten.

Zu den sicherlich recht außergewöhnlichen Stücken in der Halle B1 auf der INHORGENTA MUNICH gehört in diesem Jahr ein Kopfhörer für 75.000 Euro von dem Schmuckhersteller AL CORO

Oton: AL CORO Vertriebsleiterin Jacqueline Nienhaus: Der Kopfhörer ist ein ganz klassischer Kopfhörer, der allerdings komplett mit 18 Karat Gold veredelt ist, zusätzlich mit pinken Safire und an den Seiten ein Engelchen und Teufelchen. Wir haben ja in unserer Kollektion einen Anhänger, den kann man je nach Tageslaune drehen, das haben wir auf den Kopfhörer projiziert. Auf der einen Seite haben wir ein Engel mit weißen Brillanten, auf der andern Seite das Teufelchen mit schwarzen Saphiren und kleinen roten Rubinen als Augen. Das ist eine Anfertigung für eine DJin in den Niederlanden. Der ist schon in Gebrauch.