

Brillante Informationen über Diamanten

Die Firmengemeinschaft Kulsen & Hennig GbR und Dominik Kulsen AG setzt auf qualifizierte Information zu naturfarbenen Diamanten. »Mit der wachsenden Nachfrage nach Fancy Coloured Diamonds ist auch der Bedarf an entsprechender Information gestiegen«, so Dominik Kulsen. Den beiden Partnerfirmen aus Deutschland und der Schweiz genügt es nicht, ihre Kunden in aller Welt mit hochwertigen naturfarbenen Diamanten zu beliefern. »Schulungen und Vorträge hatten wir schon länger in unserem Angebot«, so Juliane Hennig. »Jetzt erreichen wir mit unserem informativen Newsletter alle unsere Kunden.« Das vierteljährliche Mailing liefert neueste gemmologische Informationen, praktische Tipps und Neuigkeiten rund um Fancy Coloured Diamonds. Im deutschsprachigen Raum hat das schon lange gefehlt. Marisa Zachovay und Gabriele Gollwitzer, gemeinsam zuständig für die Umsetzung des dreisprachigen deutsch-schweizerischen Projekts, fühlen sich in ihrer Arbeit bestätigt: »Wir haben ein sehr gutes Feedback und begeisterte Zuschriften von unseren Lesern erhalten.«

Neu sind ebenfalls Farbskalen und weitere praktische Hilfen. Auch wenn die meisten Goldschmiede und Juweliere häufig champagnerfarbene Dia-

manten verkaufen: Die wenigsten profitieren dabei von der international anerkannten Farbskala für diese farbigen Diamanten, die vor Jahren von der australischen Argyle Mine herausgegeben wurde. Sie dient der objektiven Einteilung der Farbnuancen von C1 bis C7 und damit einer präzisen Kommunikation, sowohl im Kundengespräch als auch bei der Warenbestellung. »Heutzutage sind Schmuckkunden sehr qualitätsbewusst und erwar-

ten von ihrem Händler eine kompetente Beratung. Wir wollen unsere Kunden bei ihrer täglichen Arbeit unterstützen. Daher haben wir unsere Referenzsteine fotografieren und eine Farbkarte gestalten lassen«, erklärt Juliane Hennig. Weitere Farbskalen und praktische Hilfen sollen folgen. Man darf also weiterhin gespannt sein. ■

Halle C 1, Stand 308, Gang C



Wichtige Hilfe beim Verkauf von champagnerfarbenen Diamanten: Die Farbskala von Kulsen & Hennig, die erstmalig auf der inhorgenta europe vorgestellt wird.

Neuauftritt von Dugena und Davidoff

Nova Tempora lüftet auf der inhorgenta europe 2010 den Vorhang, der bislang über den neuen Modellen der deutschen Traditionsmarke Dugena hing. Das vertraute Markensignet vereint eine Basis- sowie eine Premiumkollektion. Die »Basic«-Kollektion umfasst die Uhrenlinien »Klassik«, »Eleganz« »Gala«, »Aktiv« und »Design«. Alle Modelle dieser Linien bewegen sich im Kernpreisbereich zwischen 49,90 und 149 €. Die Bandbreite reicht von der Schmuckbanduhr bis zur klassischen Herrenuhr, von der sportlich-eleganten Uhr für jeden Anlass bis zur präzisen Funkuhr im Titangehäuse. Preiswerte Uhren für jede Gelegenheit und viele preisbewusste Käufer. Das völlig neu gestaltete »Premium«-Sortiment bewegt sich im Publikumspreissegment zwischen 129 und 350 € und liegt damit exakt im Durchschnittspreisbereich einer in Deutschland im Fachhandel gekauften Uhr. »Classic«, »Sport« und »Feminin« heißen die drei Modellfamilien, die in München vorgestellt werden. Sie überzeugen durch das mit Liebe zum Detail entwickelte Design und auch durch ihre kompromisslosen Qualitätsmerkmale wie Saphirglas, verschraubte Gehäuseböden, fein verarbeitete Zifferblätter

sowie hochwertige Armbänder und Bandschließen.

Am 1. Oktober 2009 schlossen die Zino Davidoff Trading AG, Basel, mit der Nova Tempora Uhren und Schmuck GmbH, Dietzenbach, eine Vertriebspartnerschaft für Deutschland. Die Distribution umfasst Uhren, Schreibgeräte und Lederwaren der Marke Davidoff. Mit besonderem Interesse werden die Juweliere wohl die Davidoff-Uhrenkollektion unter ihre Lupe nehmen. ■

Halle A 1, Stand 432/533, Gang D/E



Die Luxuszeitmesser der Marke Davidoff, hier ein Herrenmodell im 750/000 Rotgoldgehäuse, werden ebenfalls von Nova Tempora vorgestellt.

Aktueller Sportchronograph »Imola« aus der völlig neu gestalteten »Premium«-Kollektion von Dugena.