

Triwa: Mehr Accessoires als Uhr

Das 2006 gegründete schwedische Uhrenlabel Triwa, das mit seinen knallbunten Accessoires 2009 mit dem schwedischen Mode-Award ausgezeichnet wurde, nimmt verstärkt den deutschen Markt ins Visier.

Die Kombination aus starken Designs und auffälligen Farben, die Hand in Hand mit den aktuellen Modetrends gehen, macht Triwa zu einem Accessoire, bei dem die Funktionalität schon fast in den Hintergrund tritt. Dazu die Gründer Ludvig Scheja und Harald Wachtmeister: „Wir betrachten Triwa in erster Linie als Fashion-Accessoire, als bezahlbare Möglichkeit, sein Outfit ganz

leicht zu tunen. Dass man quasi nebenbei noch die Uhrzeit ablesen kann – das ist unser Luxus“, so Scheja. „Unser Anspruch ist es nicht, echte Luxusuhren zu ersetzen. Wir mögen vielmehr die Ironie, einen klassischen Look mit unkonventionellen Materialien wie Plastik und Gummi sowie Knallfarben zu brechen.“ Dennoch stimmt auch die Qualität: Die Uhrwerke sind made by Citizen und wasserfest bis 50 Meter Tiefe.

Die neue Kollektion bietet Modelle für Damen und Herren in den unterschiedlichsten Farben. Das Ziffernblatt der Uhren ist grafisch schlicht gestaltet. VK-Preise starten ab 89 Euro.



Bijou Brigitte wächst mit neuen Filialen



Der Hamburger Modeschmuck-Konzern Bijou Brigitte wächst in der Krise. Dank neuer Filialen blieben die Umsätze in Deutschland stabil. Doch flächenbereinigt fällt die Bilanz schlechter aus. Der Konzernumsatz stieg im vergangenen Jahr um 3,7 Prozent von 376 Millionen Euro auf 390 Millionen Euro, teilte Bijou Brigitte mit. Der Gewinn werde leicht unter dem Vorjahr liegen.

Für das Umsatzwachstum sorgte die Expansion: Das Unternehmen eröffnete 64 neue Geschäfte, 24 Läden hingegen wurden geschlossen. Damit unterhält die Modeschmuckkette 1125 Standorte im In- und Ausland. Wäre die Ladenfläche unverändert geblieben, so wäre der Umsatz um 3,5 Prozent zurückgegangen.

Zufrieden ist der Konzern mit den Umsätzen in Deutschland sowie in Österreich, Italien und den Niederlanden, die sich im Jahresverlauf stabilisiert hätten. In Spanien und den osteuropäischen Ländern fielen die Umsätze im Vergleich zum Vorjahr geringer als erwartet aus. Bijou Brigitte führt das auf die Auswirkungen der Finanzkrise in Spanien und den Kursverfall der Währungen in Osteuropa zurück.

LSD-Schmuckrausch

Die Schmuckmarke Rena Luxx steht für handgefertigten Schmuck aus ungewöhnlichen Werkstoffen. Mit Lounge Star De Luxx (LSD) ist dem Waiblinger Unternehmen eine spektakuläre Design-Serie gelungen. Diese wurde insbesondere für die junge, trendbewusste Stadtbevölkerung kreiert. Als „Rohstoff“ für die Schmuckstücke die-



nen recycelte Kronkorken und Drehverschlüsse unterschiedlicher Getränkesorten und -hersteller aus aller Welt. In Kombination mit geriebenem Sterlingsilber und Stahl entstand so eine Kollektion aus Ketten, Armbändern, Ringen, Ohrringen und Amuletten.

Football & Fashion



Ab sofort können Schmuck- und Fußballfans Glanzstücke der besonderen Art erwerben: In Zusammenarbeit mit dem englischen Fußballklub Manchester United hat der dänische Schmuckhersteller Dyrberg/Kern sieben individuelle Schmuckstücke für Herren entworfen, die sich durch eine spitze, schildförmige Optik auszeichnen. Ringe, Anhänger, Schlüsselanhänger und Armbänder sind aus robustem Stainless Steel sowie geprägtem Büffelleder gefertigt. Der VK-Preis des Schmucks liegt zwischen 39 und 69 Euro.

Georg Jensen eröffnet online und in Köln



Georg Jensen, der dänische Hersteller für exklusives Design, bietet seine Produkte ab sofort unter georgjensen.com auch global online an. Kunden können nun Schmuck, Uhren und Dekorationsobjekte im Internetshop bestellen.

Seit November 2009 gibt es darüber hinaus in Köln bei J. H. Becker einen neuen Georg-Jensen-Shop. Auf 25 Quadratmetern wird im stilvollen modernen schwarz-weiß gestalteten Ambiente das gesamte Volls Sortiment präsentiert. Als Vorbild für den Kölner Shop dienten die kürzlich eröffneten Flagship-Stores in New York und am Flughafen in Kopenhagen.