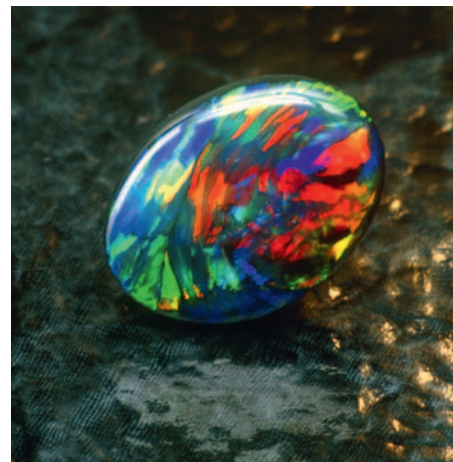


Opal Horizon Limited

Lancierung eines neuen Opal-Klassifikationssystems

Opal Horizon Ltd., Brisbane (Australien), stellte am 30. Mai 2011 anlässlich des GIA Symposiums in Carlsbad, Kalifornien, ihr neues umfassendes Klassifizierungssystem für Edelsteinopale vor. »Für den Handel und den Konsumenten ist das Verständnis der Qualität eines Edelsteins ein maßgebender Faktor für die Bestimmung dessen Wertes. Das neue System von Opal Horizon bietet die Möglichkeit, den Edelsteinopal zu klassifizieren und in eine Wertskala einzuordnen«, so das Unternehmen. Die Qualität jedes Steins könne nun durch diese Standardisierung erklärt, definiert und gemessen werden. Durch diese neue Basis steht der Industrie und dem Konsumenten eine Referenz zur Verfügung, die einfach zu verstehen ist und sich auf eine etablierte Nomenklatur stützt.

Das neue Klassifizierungssystem für Edelsteinopale umfasst drei quantifizierbare Cs – analog zum Diamantbereich. Die sind: Category, Colour und Cut. »Category« beschreibt und bewertet den Edelopal nach dessen Gehalt an Gestein. »Colour« ist das Farbkriterium, es verleiht dem Edelopal Punkte auf Grund seiner Grundfarbe, des Farbspiels, der Leuchtkraft, des Farbmusters, der Direktionalität sowie spezieller weiterer Attribute. »Cut« steht die Qualität des Schliffs und wird durch das Finishing und Polieren charakterisiert sowie durch die Setzungsqualitäten des Steins. Auch die Symmetrie und der Ausschluss von Fehlern spielen dabei eine Rolle. Jedem der 3 Cs wird eine Skala von maximal 100 Punkten zugeordnet. ■



Dave Horton (l.), Direktor von Opal Horizon, stellte das neue Klassifizierungssystem für Opale vor. Dieser Opal (r.) fällt nach der Klassifizierungstabelle von Opal Horizon in die beste Steinkategorie »Exceptional«, also außergewöhnlicher Edelstein.

TAG Heuer

Geschäftsführerwechsel in Oberursel

Die Niederlassung TAG Heuer Continental Europe sowie die LVMH Watch & Jewelry Central Europe GmbH bekommen eine neue Geschäftsleitung. Jean-François Hartwig löst Christophe Artaux als Geschäftsführer der TAG Heuer Continental Europe und der LVMH Watch & Jewelry Central Europe GmbH ab. Christophe Artaux hat seinerseits 3 Jahre lang die Geschicke der Niederlassung in Oberursel bei Frankfurt/Main und in Paris mit der Zuständigkeit für die Marke TAG Heuer in den Ländern Deutschland, Frankreich, Österreich, Dänemark, Schweden, Niederlande, Belgien und Luxemburg geleitet und mit seinem Team die Umsätze und die Marktanteile der Marke TAG Heuer in den genannten Ländern erfolgreich gesteigert. Nun wechselt Christophe Artaux in seiner neuen Position in die Zentrale des französischen Champagnerherstellers Dom Pérignon nach Paris. Jean-François Hartwig kommt in seiner letzten Position aus der Luxusgüter- respektive Kosmetikbranche und zeichnet seit Anfang Mai 2011 mit seinem Team in Oberursel und Paris für die Geschicke der Marke TAG Heuer in den oben beschriebenen acht Ländern sowie auch für die LVMH Watch & Jewelry Central Europe GmbH mit den dazugehörigen LVMH-Marken aus der Konzernsparte Watch & Jewelry Zenith und Hublot verantwortlich. Jean-François Hartwig ist in der Position als Geschäftsführer den Brand Managern der beiden Marken Zenith und Hublot übergeben. ■



Jean-François Hartwig ist seit Mai 2011 Geschäftsführer bei TAG Heuer und der LVMH Watch & Jewelry Central Europe GmbH.

Weltpremiere von Parmigiani

Hommage an den islamischen Kalender

Noch nie zuvor in der Geschichte der Uhrmacherei entwickelte eine Schweizer Luxusuhrenmarke einen fortlaufenden islamischen Kalender mit 30-Jahre-Zyklus. Nach mehreren Jahren der Entwicklung ist die weltweit einzigartige Tischuhr von Parmigiani nun fertig gestellt. Sie zählt die Zeit in einem 30-jährigen Mondzyklus, bei dem sich die 19 Normaljahre mit 354 Tagen und die 11 Schaltjahre mit 355 Tagen abwechseln – eine technische Meisterleistung, die Parmigiani in seiner Manufaktur vollbracht hat und die eine absolute Weltpremiere darstellt. Da sich der fortlaufende 30-Jahre-Kalender dem Mondzyklus automatisch anpasst, sind keine zusätzlichen Einstellungen notwendig. Diese außergewöhnliche Erfindung ist ein großer Schritt im Verständnis und in der technischen Umsetzung des universal gültigen und wissenschaftlich fundierten islamischen Kalenders.

Die Tischuhr von Parmigiani zeugt von höchster Uhrmacherkunst. Sie verfügt über eine Autonomie von 30 Tagen und wurde vollständig in den Werkstätten der Manufaktur realisiert. Das Zifferblatt bietet eine umfassende Anzeige: Stunden und Minuten, Datum in arabischen Ziffern, Wochentage und Monate in arabischer Kalligraphie, Schaltjahre in arabischen Ziffern und Normaljahre durch Indizes, Präzisionsmondphase und Gangreserve. Die Gehäusestruktur und der Sockel sind aus Massivsilber gefertigt und mit Elementen aus schwarzem Obsidian und Bergkristall verziert, die Gangreserve hebt sich durch rote Rubinindizes hervor. Weitere Informationen unter www.parmigiani.com. ■



Die Tischuhr »Hégirien« aus der Luxusmanufaktur Parmigiani orientiert sich am islamischen Kalender.

Deutsches Edelsteinmuseum

»Objekte des Monats« Juli und August

Seit März diesen Jahres zeigt das Deutsche Edelsteinmuseum das jeweilige »Objekt des Monats«, welche die Schätze und Kostbarkeiten der Region repräsentieren. In der Exklusivreihe werden außergewöhnliche Arbeiten gezeigt, die zuvor öffentlich noch nicht zu sehen waren. Das »Objekt des Monats Juli« stammt von Tom Munsteiner. Bei der Arbeit des Edelsteinschleifers handelt es sich um die 30 Zentimeter hohe Skulptur »Prisma« aus Rauchquarz mit Silbersockel. Er versteht seine Arbeit als schöpferische Reflexion über das Wesen des Kristalls und seine Botschaft an die Menschen. Das »Objekt des Monats August« stammt vom Gemmenschneider Gerhard Schmidt. Seine Arbeit zeigt den japanischen Weisheitskönig Fudô, »Der Unbewegliche« oder »Der Standfeste«. Seine Statuen, Zeichnungen und Gemälde sind heute eigentlich nur noch in Japan zu finden. Verarbeitet hat Schmidt Lagenachat, Bergkristall, Rauchquarz und Silber. www.edelsteinmuseum.de ■

Das »Objekt des Monats« des Deutschen Edelsteinmuseums stammt im Juli von Tom Munsteiner und im August von Gerhard Schmidt.



Tendence 2011

Schmuckbereich ausgebaut

Auf der diesjährigen Tendence vom 26. bis 30. August werden insgesamt rund 2.000 Aussteller ihre Neuheiten vorstellen. Mehr als 250 davon kommen aus der Schmuckbranche und präsentieren sich im Teilbereich Carat in Halle 9.3. Hier versammeln sich etablierte Unternehmen wie A. Ruppenthal, Campur, Pierre Junod, Rainer Lupold, Alraune Lapidaries, Bernd Wolf, Dazzl oder Sence of Copenhagen sowie junge

Kreative bei den »Talents« und »Next«. Darüber hinaus werden branchenaktuelle Themen auf dem Vortragsareal »Carat on Stage« besprochen. »Die Produktgruppe Carat ist in den vergangenen Jahren immer weiter gewachsen und wir haben das Programm rund um den Schmuck kontinuierlich ausgebaut und an die Zielgruppen angepasst«, erklärt Nicolette Naumann, Bereichsleiterin Tendence. »So la-

den wir zum Beispiel mit unserem »Upgrade«-Vorteilspaket Schmuckhändler aus Deutschland, Österreich und der Schweiz nach Frankfurt am Main ein und bieten ihnen mit gezielten Zusatzleistungen einen angenehmen und erfolgreichen Messebesuch«, so Naumann weiter. Interessenten am »Upgrade«-Vorteilspaket können sich online bewerben. www.upgrade-carat.messefrankfurt.com ■



Der Hartmetallfräser »T426SPEED« eignet sich ideal zum Formfräsen und Ausfräsen von Ringinnenseiten.

Busch

Präzision für Profis

Das Unternehmen Busch aus Engelskirchen produziert Präzision für anspruchsvolle Anwender wie Zahnmediziner, Podologen sowie Goldschmiede und Fasser. Zum Programm gehören Hartmetallbohrer und -fräser, Diamantschleifer, Polierer, Schleifkörper und Stahlinstrumente. Neu ist der Hartmetallfräser »T426SPEED«, ideales Werkzeug zum Formfräsen und Ausfräsen von Ringinnenseiten zum Beispiel nach dem Einlöten von Fassungen. Auch im Rahmen der Gusstechnik lassen sich Angussstellen und Gussfahnen bearbeiten beziehungsweise säubern. Die exzellente Verzahnung ermöglicht ein schnelles, unkompliziertes Arbeiten mit guter Abtragsleistung und ruhigem Lauf. Die glatte unverzahnnte Kuppe des Arbeitsteils verhindert ungewollte Fräskontakte. Zudem optimiert die TiN-Beschichtung die Lebensdauer des Werkzeuges. www.busch.eu ■

Maurice Lacroix

Uhrenausstatter der Frauenfußball-Nationalmannschaft

Die Schweizer Uhrenmanufaktur Maurice Lacroix stellte am 24. Mai 2011 in Herzogenaurach die erste offizielle Uhr der deutschen Frauenfußball-Nationalmannschaft vor. Die »Les Classiques Ladies zwanzig11 Edition« – eine auf 999 Stück limitierte Damenarmbanduhr – wurde eigens für die Frauenfußball-Nationalmannschaft zum bevorstehenden Turnier gefertigt. Der Chronograph zeigt den Bezug zur Nationalmannschaft vor allem bei der Mondphasenanzeige, bei der sich auf einem schwarzen Himmel ein roter Vollmond im 30-Tage-Rhythmus mit einem gelben Vollmond abwechselt. Das weiße Armband aus Leder zeigt sich zudem mit schwarzen Steppnähten und schwarzem Rand in den Farben des Frauennationalmannschafts-Trikots. Die Uhr ist mit dem Titel der »Offiziellen Uhr« der deutschen Frauenfußball-Nationalmannschaft und der entsprechenden Limitierungsnummer graviert. Die deutsche Frauenfußball-Nationalmannschaft freut sich über die Partnerschaft mit der Schweizer Uhrenmanufaktur Maurice Lacroix. »Wir haben uns viel vorgenommen für 2011 und speziell für dieses große Turnier. Die Schweizer Uhrenmanufaktur Maurice Lacroix wird uns dabei unterstützen, denn sie hat eigens für uns und unsere Fans die »Les Classiques Ladies zwanzig11« als limitierte Sonderedition entworfen, von der das ganze Team begeistert ist«, so Doris Fitschen, Managerin der Frauen-Nationalmannschaft. www.mauricelacroix.de ■



Silvia Neid (Trainerin der Frauen-Nationalmannschaft), Doris Fitschen (Managerin der Frauen-Nationalmannschaft) und Markus Wojnar von Maurice Lacroix bei der Übergabe der »Les Classiques Ladies zwanzig11 Edition«.

International
erfolgreich – jetzt
auch in
Deutschland!

COVER REFLECTIONS

Co 141 Steel/Ceramic

@
COVER[®]
SWITZERLAND

Swiss Made. www.discovercover.com

Deutschland Vertrieb | Uhrenversandhandel | Rafael Kustanowicz

Trödelmarkt 40, D-90403 Nürnberg, Telefon +49 (0)911-520 98 60, Fax +49 (0)911-520 98 43, E-Mail: info@swiss-watch-shop.de

Deutsche Gemmologische Gesellschaft

1. Arbeitstagung 2011

Am 28. und 29. Mai 2011 fand in Idar-Oberstein im Ausbildungszentrum der Deutschen Gemmologischen Gesellschaft (DGemG) die erste Arbeitstagung 2011 statt. Nach der ordentlichen Mitgliederversammlung, dem Bericht der Geschäftsleitung, der Vorstellung der Jahresrechnung 2010 sowie des Haushaltsplanes 2011 und der Wahl der Rechnungsprüfer folgte das wissenschaftliche Programm in Form von fünf Vorträgen.

Den Anfang machte der neue Mitarbeiter der DGemG, Dr. Klaus Schollenbruch, mit einer Präsentation zum Thema Bernstein und Kopal. Neben historischen Informationen rund um das Thema Bernstein lag der Fokus des Vortrages auf der Unterscheidung von Bernstein und Kopal mittels Infrarotspektroskopie. In der folgenden Präsentation stellte Dr. Ulrich Henn, Geschäftsführer der DGemG, Tansanit, den Edelstein des 20. Jahrhunderts vor. Durch eine Einordnung in den weiträumigen geologischen Kontext hob er die Einmaligkeit der bisher einzigen Tansanitfundstelle hervor. Dr. Henn charakterisierte die physikalischen und chemischen Änderungen, die durch eine Hitzebehandlung von Tansanit verursacht werden und wie man diese spektroskopisch erkennen kann. Michael Hügi von der Schweizerischen Gemmologischen Gesellschaft berichtete über die Entwicklung der Mikrofotografie von Einschlüssen in Edelsteinen. Er spannte den Bogen von den allerersten Zeichnungen im 17. Jahrhundert bis hin zu modernsten digitalen Aufnahmetechniken. Dr. Tobias Häger vom Institut für Edelsteinforschung der Universität Mainz präsentierte in seinem Vortrag Spinelle aus Vietnam. Neben Informationen zum allgemeinen chemischen Aufbau berichtete er von metamorphen Umwandlungen von Spinell nach Korund. Ein weiterer



Höhepunkt der DGemG-Tagung war traditionell die feierliche Überreichung der Qualifikationsurkunden an erfolgreiche Absolventen der DGemG-Bildungsgänge Edelsteinkunde und Diamantkunde sowie an neue Fachmitglieder durch Vorstand und Geschäftsleitung der DGemG.

wichtiger Aspekt seiner Präsentation war das spektroskopische Erkennen hitzebehandelter Spinelle. Den Abschluss der Vortragsreihe bildete Dr. Claudio Milisenda von der Deutschen Stiftung für Edelsteinforschung (DSEF) mit Neuigkeiten über Behandlungsmethoden, Imitationen und exotischen Edelsteinen, die ins DSEF-Labor zur Untersuchung gelangten. Das Spektrum reichte von stabilisiertem Opal aus Äthiopien, Jadeimitation aus Bor-Silikatglas, neuen Saphirfundstellen in Gabun, schleifwürdigen Apatiten aus der Eifel bis hin zu seltenen Mineralien wie Eudialyt, Roselit oder Creedit. www.dgemg.com ■

Intergem

»Wir sind auf einem guten Kurs«

Die diesjährige Intergem findet vom 30. September bis zum 3. Oktober in Idar-Oberstein statt. Angesichts der in den letzten zwölf Monaten stark gestiegenen Diamant- und Edelsteinpreise wird die diesjährige Veranstaltung mit viel Spannung erwartet. Thema war diese bereits bei der jüngsten Mitgliederversammlung des Intergem-Messevereins in der Messe Idar-Oberstein (MIO). Dort berichtete Kai-Uwe Hille, Geschäftsführer der Intergem und der MIO, dass die Intergem 2010 einen Gewinn von rund 25.000 € erwirtschaftet habe. Die MIO schloss somit das vergangene Jahr mit einem Plus von rund 15.000 € ab – allerdings nur dank der gewährten Zuschüsse. Für dieses Jahr, in dem sie erstmals völlig auf eigenen Beinen steht, erwartet der Geschäftsführer ein kleines Minus oder vielleicht sogar ein ausgeglichenes

Ergebnis. »Aber selbst ein Defizit im höheren fünfstelligen Bereich wäre mitten in der Aufbauphase ein Riesenerfolg«, gab Hille die Aussage des Wirtschaftsprüfers aus der jüngsten Aufsichtsratsitzung der Messe Idar-Oberstein wieder. Fazit seiner Ausführungen: »Wir sind auf einem guten Kurs«. Die Intergem läuft dank der »tollen Zusammenarbeit aller Beteiligten top«, frohlockte Werner Fürstenberg-Franzmann von der Idar-Obersteiner Edelsteinschleiferei Werner Fürstenberg, der den Messeverein als Doppelspitze gemeinsam mit Dr. Konrad Henn von der Edelsteinschleiferei Fallner in Kirschweiler führt. Ein Zeichen für die Qualität und Außenwirkung der vergleichsweise kleinen, aber feinen Messe ist auch die laut Hille »sehr geringe Fluktuation bei den Ausstellern«. Zwei Hallen sind für die insgesamt 27. Auflage

der Intergem bereits ausgebucht, in der dritten sind nur noch wenige Plätze frei, heißt es. Auch eine Leichtbauhalle, die zusätzliche Ausstellungsfläche bringt, soll wieder angedockt werden. Dort soll möglicherweise auch eine Trendmodenschau laufen. Ob die Rekordzahl von 176 aus dem Vorjahr erreicht wird, ist allerdings fraglich. Der »Zeitzeichen«-Stand für rund zehn Nachwuchs-Designer fällt weg, weil das Wirtschaftsministerium seine Fördergelder für dieses Forum gestrichen hat. www.intergem-messe.de ■

Fehlender Fotonachweis

In der Juni-Ausgabe fehlte beim Artikel »Starker Schmuck für starke Männer« ein Fotonachweis. Das Bild von Jan Sosniok zum Interview mit dem Schauspieler auf Seite 32 stammt von Toni Passig. www.passigpicture.com ■

Bulova Accutron

Sir Richard Branson ist neuer Markenbotschafter

Die Bulova Corporation hat jetzt bekannt gegeben, dass der Erfinder und Unternehmer Sir Richard Branson zum Markenbotschafter für die Uhrenmarke Bulova Accutron ernannt wurde. Bransons Ernennung ist Teil einer Wachstumsstrategie des Unternehmens, die dazu geführt hat, dass Bulova im vergangenen Jahr vier neue internationale Zweigniederlassungen eröffnet hat. Die neuen Filialen in China, Italien, Japan und Großbritannien gesellen sich zu den bereits existierenden Büros in Kanada, Mexiko und der Schweiz sowie zum Hauptsitz in New York.

Untermauert wird die globale Expansion durch eine verstärkte Konzentration auf Produktentwicklung, Design und Marketingaktivitäten. Dabei soll mehr in den Bereich der Printwerbung investiert werden. Noch in diesem Jahr ist eine Bulova-Accutron-Kampagne mit Branson geplant. Branson, Gründer der Virgin Group, ist ein lebendes Beispiel für die Werte und das Engagement, die Bulova von Anfang an geleitet haben. Als einer der bekanntesten und angesehensten Innovationstreiber hat er sein Geschäft auf über 300 Markenunternehmen in 30 Ländern weltweit ausgedehnt. Branson hat Virgin im Alter von nur 20 Jahren gegründet und wurde 1999 für seine »Verdienste für das Unternehmertum« zum Ritter geschlagen. »Als Unternehmer, Philantrop und Pionier lebt uns Sir Richard den Innovationsgeist vor, der der Marke Bulova Accutron zu Grunde liegt«, sagte Dennis W. Perry, Vorsitzender der Bulova Corporation. »Genau wie unser Gründer Joseph Bulova ist auch Sir Richard ein Innovator, der auf vielen Gebieten maßgeblich Einfluss nahm. Wir glauben, dass er das unermüdliche Vorantreiben neuer Ideen

genauso verkörpert wie Joseph Bulovas Visionen von Kreativität und Erfindungsreichtum.« Branson wird 100 Prozent der Erlöse aus seiner Arbeit mit Bulova Accutron an Virgin Unite spenden. Virgin Unite ist eine gemeinnützige Stiftung, die er 2004 gegründet hat, um die Zusammenarbeit von Unternehmen, dem Sozialwesen und der Regierung von Grund auf zu ändern – zu einer Wirtschaftskraft des Guten. ■

Virgin-Gründer und Bulova-Markenbotschafter Sir Richard Branson bei seiner Vorstellung. Im Hintergrund ist das erste Werbemotiv zu sehen.



tendence

26. – 30. 8. 2011



Time for business – time for trends

Starten Sie kräftig durch: Auf der bedeutendsten internationalen Konsumgütermesse rund ums Wohnen und Schenken in der zweiten Jahreshälfte.

Sichern Sie sich alle Umsatzchancen für Ihr Herbst-, Winter- und Weihnachtsgeschäft und erleben Sie rechtzeitig die Neuheiten und Trends der kommenden Frühjahrssaison.

Alle Infos und Tickets:
www.tendence.messefrankfurt.com

Chronoswiss

Uhrenmarke sponsert die zweite ADAC Deutschland Klassik

Seit langem sind Oldtimer-Rallyes bei der Uhrenmarke Chronoswiss Teil der Unternehmenskultur, und auch 2011 stehen und standen schon einige automobiler Termine an: Zum Beispiel vom 30. Juni bis 2. Juli 2011 zum zweiten Mal die ADAC Deutschland Klassik, eine »Oldtimer-Wander«-Veranstaltung, die jedes Jahr eine andere Region der Bundesrepublik in den Mittelpunkt stellt. Passend zum 125. Geburtstag des Automobils fand sie diesmal rund um Karlsruhe statt, wo Carl Benz geboren wurde. In drei Tagestouren befuhren die historischen Karossen auf den Spuren des Automobilfinders und seiner Frau Bertha die schönsten Strecken Nordbadens. Wie das Motto »Oldtimer-Wandern« andeutet, ging es dabei nicht um Geschwindigkeit, sondern um das bewusste Erleben der Landschaft, um Kultur und Fahrgenuss im historischen Automobil.

Für diese in Deutschland einzigartige Veranstaltung engagiert sich Chronoswiss als Sponsor – zum einen stiftet die Uhrenmarke wie schon im Vorjahr wieder drei wertvolle mechanische Armbandchronographen für die Gewinner des Concours d'Elegance am Freitag, den 1. Juli, im Schlosspark Schwetzingen. Hierfür wurde eigens eine exklusive Sonderedition des »Timemaster Flyback« mit dem Logo der ADAC Deutschland Klassik auf einem schwarzen Zifferblatt gefertigt. Außerdem ließ es sich Gründer und Inhaber Gerd-Rüdiger Lang nicht nehmen, auch aktiv bei der »Wanderung« dabei zu sein. Er ging in seinem Jaguar E-Type der Serie 1 (Baujahr 1962) an den Start. ■

Auf insgesamt drei Uhren der Serie »Timemaster Classic« prägte Chronoswiss das Logo der Rallye ADAC Deutschland Klassik. Die Uhren wurden an die Sieger des Motorsportevents verteilt.



Erhard Junghans

Verstärktes Engagement bei der Silvretta Classic



Hannes Steim (rechts) und Beifahrer Adolf Heitzmann gehen für die Uhrenfabrik Junghans bei der Silvretta Classic ins Rennen.

Vom 7. bis 10. Juli 2011 verwandeln sich 538 km kurvenreiche Traumstraßen des Montafon in pulsierende Adern einer atemberaubenden Panoramaroute. Auf dieser stellen sich 150 Old- und Youngtimer, darunter beeindruckende Raritäten aus der Autosammlung Steim, den Herausforderungen der 14. Silvretta Classic. Das historische Rennen wird in diesem Jahr von Erhard Junghans verstärkt unterstützt. Anlässlich des 150-jährigen Jubiläums der Uhrenfabrik Junghans tritt das Team Erhard Junghans mit mehreren imposanten Fahrzeugen an und stellt vier hochwertige mechanische Zeitmesser als Preise zur Verfügung.

Neben Hannes Steim stellt sich im Jubiläumsjahr auch dessen Vater Dr. Hans-Jochem Steim der herausfordernden Route: im Horch 400, Baujahr 1930, mit dem stellvertretenden Chefredakteur der Motor Klassik Hans-Jörg

Götzl als Beifahrer. Hannes Steim und Adolf Heitzmann werden sich im Duesenberg A aus dem Jahr 1923 in die Kurven legen. Auch der Geschäftsführer der Uhrenfabrik Junghans ist wieder mit dabei: Matthias Stotz und seine Frau Katrin steigen in einen Ford V8 Phaeton, Baujahr 1935. Mike Loeser und Robert Waller treten die Rallye im Bentley 4 1/2 Liter Open Tourer an, der im Jahr 1927 gebaut wurde. Das fünfte Team bilden Christoph Haas und Norbert Fichter im BMW M1 aus dem Jahr 1980. Zudem tritt auch das Team Toyota, das Sebastian Jansen mit Gattin bilden, im Toyota Celica für Erhard Junghans an. Das Siegerteam der Sanduhrklasse kann sich über zwei Erhard Junghans Tempus Chronoscope freuen, während das Gewinnerteam der Gesamtwertung mit zwei Erhard Junghans Aeriou belohnt wird. ■

Nova Tempora

Dugena-Außendienst erweitert

Nova Tempora hat seinen Außendienst für den Fachhandel ausgebaut. Seit dem 1. Mai 2011 sind nun insgesamt fünf Gebietsverkaufsleiter deutschlandweit für die Traditionsmarke Dugena unterwegs. Zu den langjährigen Gebietsverkaufsleitern Mario Wendel und Klaus Kiefer sind mit Leonie Hornik, Günther Roediger und Gerhard Braun drei erfahrene Mitarbeiter mit branchenspezifischen Kenntnissen in den jeweiligen Handelsgebieten neu dazugekommen. Leonie Hornik übernimmt das Verkaufsgebiet Bayern und einen Teil von Baden-Württemberg. Die gebürtige Schwarzwälderin ist

bereits seit elf Jahren im Außendienst für Uhren tätig. Darüber hinaus leitete sie sechs Jahre einen eigenen Direktvertrieb mit 36 Mitarbeitern. Der Dresdener Günther Roediger ist seit über zwanzig Jahren erfolgreich im Vertriebsaußendienst für Uhren. Der gelernte Uhrmachermeister und Ingenieur wird die Betreuung des Fachhandels in den neuen Bundesländern übernehmen. Das norddeutsche Gebiet (Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Hamburg und Bremen) sowie kleine Teile von Hessen und Nordrhein-Westfalen werden ab sofort vom gebürtigen

Wuppertaler Gerhard Braun betreut. Der Diplom-Wirtschaftsingenieur kann auf zehn Jahre erfolgreiche Vertriebsarbeit im Uhrenbereich zurückblicken.

Nach der Markteinführung der Dugena-Basic-Kollektion und des Dugena-Premium-Sortiments vor allem in der Mitte Deutschlands mit über 350 Händlern wird die Distribution nun auf die Fachhändler im äußeren Norden, Osten und Süden ausgeweitet. Der Geschäftsführer der Nova Tempora, Jürgen Holzschuh, sieht als Zielgröße 600 bis 650 Basic- und Premium-Fachhändler. www.novatempora.de ■



UWE WIDMANN
TRIATHLON CHAMPION & IRON MAN

Die deutsche Triathlon-Legende Uwe Widmann ist neues Mitglied des »Sector No Limits«-Teams.

OVERSIZE Quarz Chronograph, Edelstahlgehäuse, Zusatzkrone mit drehbarer Lünette, wasserdicht bis 10 ATM.

SECTOR
NO LIMITS

Sector No Limits

Neuer Markenbotschafter

Die Sportuhrmarke Sector No Limits bekommt prominente Unterstützung aus Deutschland. Neuestes Mitglied im »Sector No Limits«-Team ist die deutsche Triathlon-Legende Uwe Widmann. Der unter dem Spitznamen Ironman bekannte Athlet wird die Marke künftig auf nationalen und internationalen Sportevents vertreten. Damit reiht sich der 1970 geborene Widmann, der seit 1997 als Profi-Triathlet aktiv ist, in eine Reihe von sportlichen Ausnahmetalenten ein.

Zum No-Limits-Team gehören derzeit der aus Kalifornien stammende Extremkletterer Chris Sharma und der Italiener Simone Origone, der erst in diesem Jahr mit 251,40 km/h einen neuen Geschwindigkeits-Weltrekord auf Skiern aufstellte. »Ironman« Uwe Widmann zeigt sich begeistert angesichts der Kooperation: »Sector No Limits bietet mir sportliche Uhren auf höchstem technischem Niveau und in höchster Qualität. Mit den Herzfrequenzmessern der Expander-Serie unterstützt Sector mein tägliches Training und hilft mir dabei, mich immer wieder selber herauszufordern und bis an meine Grenzen zu gehen.« Stefano Furlanis, Geschäftsführer der Morellato & Sector GmbH Deutschland erklärt: »Wir sind froh, mit Uwe Widmann erstmals einen Ausnahmealhleten aus Deutschland für das Markenteam gewonnen zu haben. Neben einer aufsehenerregenden Anzeigenkampagne mit ihm planen wir viel Neues, um unsere junge und sportliche Zielgruppe speziell in Deutschland zu erreichen: Wir werden die Aktivitäten im Internet auf Portalen wie Facebook für den deutschen Markt deutlich ausbauen. Die Seite www.sectornolimits.eu ist seit einiger Zeit auch in deutscher Sprache online und wird ständig erweitert. Und natürlich planen wir weitere Events mit unserem Sector-No-Limits-Team.« www.sectornolimits.eu ■

Adriatica
Swiss Made Watches



Adriatica ref. 3593

Stainless steel case
and bracelet / PVD,
mineral glass, movement
Ronda 751 Swiss Made,
waterproof 3 ATM.

www.adriaticawatches.ch

tel. +49 17638541142