



Märchenhaft verspielt sind die emailierten Goldstücke von Barbara Haas.



Gold, Gold, Gold: Rudolf König und Thomas Weiß (rechts) von Agosi.

Uhren im Blickfang: Kathrin Christians aus Heidelberg bei Hansjörg Vollmer.



Kunden aus Fernost am Inhorgenta-Stand von Jörg Heinz aus Göbriichen: Andrea Mößner und Lars Heinz (von rechts) präsentieren ihre Neuheiten.

FOTOS: KETTER

Werben für das Jubiläum

- Auf der Fachmesse Inhorgenta zeigt die Goldstadt Flagge.
- 80 Aussteller aus Pforzheim und Enzkreis bis Dienstag in München.

LOTHAR H. NEFF | MÜNCHEN



Goldene Zeiten für Brautpaare: Melanie Schuller von Trauring Fischer zeigt neue Kreationen und den Jubiläumssring (Mitte).



Edler Nasenstecker mit Brillant von Martin Guthmann.



Keramik und Gold als Halschmuck: Bossert + Kast macht's möglich.

Die Inhorgenta ist in vollem Gange und die Goldstadt zeigt in München ihre glänzenden Seiten. Das 250-Jahr-Jubiläum bietet Gelegenheit, sich einem internationalen Publikum in Feierlaune zu präsentieren. Mögen auch die weltpolitischen Ereignisse nicht gerade eine verkaufsfördernde Wirkung auf die Branche haben, so ist doch das Goldstadt-Jubiläum ein willkommenes Anlass, sich glanzvoll in Szene zu setzen.

Die Stände sind effektiv teilweise mit dem Goldstadt 250-Logo dekoriert. Im Eingangsbereich der Messehallen wird von den freundlichen Damen des WSP (Wirtschaft und Stadtmarketing Pforzheim) fleißig Info-Material zum Jubiläum verteilt. „Die Tragetüten mit unserem Logo gingen weg wie warme Semmeln“, berichtet Meike Ahrens. Die Stimmung ist gut, auch wenn der Auftakt noch nicht alle Erwartungen erfüllen konnte. Ausnahmeweise startete die Inhorgenta nämlich statt freitags an einem Samstag. Die Fachmesse endet am Dienstag.

Die Schmuckmanufaktur Leo Wittwer, eigentlich aus Birkenfeld, präsentiert sich ist ganz im Goldstadt-Fieber. „Dieser Anlass muss gefeiert werden“, erläutert Karin Menrath-Maier, Ehefrau von Inha-



Edle Geschnitte mit großen Farbsternen als Blickfang: Rico Schmid von der Firma FH Trautz berät Irmgard Alt und Heinz Rehm (von links) aus Langenfeld.

„Unsere Produkte muss man anfassen, fühlen und anprobieren.“

Andrea Mößner von der Schmuckmanufaktur Jörg Heinz aus Göbriichen



ber Frank Maier und für Kommunikation und Marketing der Edelschmiede zuständig. „2017 wird ein wichtiges Jahr für die Stadt Pforzheim und die ansässige Schmuck- und Uhrenindustrie werden.“ Leo Wittwer hat eigens dazu eine Jubiläumskollektion entwickelt, die unter anderem ein Diamant-Kreuz aus Pflaumenbaumholz enthält. Pflaumenbaum gehört zur Familie der Rosengewächse und wird passend dazu mit Roségold veredelt. Das kostbare Jubiläums-Kreuz ist auf 250 Stück limitiert.

Ebenfalls auf das Goldstadt-Jubiläum setzt die Allgemeine Gold- und Silberschneiderei, kurz

Agosi: „Die Inhorgenta ist für uns der zentrale Ort“, betont Thomas Weiß. Und da ist es für den Edelmetallspezialisten selbstverständlich, auch für die Goldstadt zu werben. Die Agosi hat die Hälfte der 250 Jahre die heimische Traditionsindustrie als verlässlicher Partner begleitet. „Vertrauen ist der entscheidende Faktor“, sagt Weiß, gerade wenn es um Geschäfte mit Edelmetallen geht. Neben der Agosi-Fibel mit allerhand Tipps und Fakten für den Goldschmied, bietet die Pforzheimer Scheideanstalt die Jubiläums-Goldstadt-Barren in Gold (ein Gramm) und Silber (eine Unze) an.

Der Erbprinz steht in München ebenfalls im Mittelpunkt. Zum Jubiläumsjahr erinnert Hajo Vollmer mit der Goldstadt 250 der Marke Erbprinz an die Gründung der heimischen Uhrenindustrie durch den Markgrafen von Baden im Pforzheimer Waisenhaus. Made in Germany ist dabei selbstverständlich, auch wenn das Automatic-Uhrwerk in der Schweiz montiert wird. Seine Firma Aristo Vollmer zeichnet auch für die offiziellen Jubiläumsumhren verantwortlich.

Viel Lob erhielt unterdessen Inhorgenta-Projektleiterin Stefanie Mändlein für das neue Konzept der Messe. „Der persönliche Kontakt zum Kunden wird immer wichtiger, dafür hat sie eine ideale Plattform geschaffen“, sagte Isabelle Mößner, die vor 25 Jahren die Marke IsabelleFa ins Leben rief – inzwischen ein Qualitätsiegel für hochwertige Schmuckketten. „Es ist fast familiär hier.“ Als besonderes Alleinstellungsmerkmal hat die Eisinger Manufaktur mehrere kostbare Parfümflakons aus Platin geschmiedet. Gerne ist auch Jörg Heinz auf der Inhorgenta. „Unsere Produkte muss man anfassen, fühlen und anprobieren“, ergänzte Prokuristin Andrea Mößner von der Schmuckmanufaktur aus Göbriichen.

Ingrid Römmich-Werner und Veronika Schmidt haben mit „Bastard“ eine eigenwillige Marke geschaffen. Die Pforzheimer Schmuckdesignerinnen setzen bewusst auf Widersprüche. So werden historische Schmuckstücke mit zeitzeitlichen Strichierungen kombiniert. Die Perlenkette der Erbtante wird dabei auch mal ganz frech mit Totenköpfen aufgemotzt.



Freuen sich über die Nominierung beim Inhorgenta Award der Kategorie „Fine Jewelry“: Frank und Yana Nesper.



Patrick, Hans-Georg, Alexandre und Isabelle Mößner (von links) mit der hochwertigen Flacon-Kollektion. Auch sie sind für den „Fine Jewelry“-Award nominiert.



Premiere für Ingrid Römmich-Werner und Veronika Schmidt (rechts) und ihre eigenwillige Marke „Bastard“. Beide sind für den „Design“-Award nominiert.