

DE DYGTIGSTE DANSKE DESIGNTALENTER

80 designere fra faglærte til selvlærte deltog med stor iver og indleverede tilsammen over 400 smykker til den danske smykkekonkurrence, Smyk 2006. Konkurrencen blev afholdt i begyndelsen af maj måned.

AF NINA HALD. FOTO: PIXL, NILS HOLM CHRISTENSEN

ARRANGØRERNE var Københavns Guldsmedelaug, Guld- og Sølvvarefabrikantforeningen, Guldsmedebranchens Leverandørforening og Danske Guldsmede og Urmagere. Christoffer Ritzau, direktør for leverandørforeningen, udtaler: - Ud fra ønsket om at trække alle danske designere tæt på den danske smykkeindustri, valgte vi, at alle danske designere kunne deltage. Guldsmedebranchen har netop tegnet rammerne for en aggressiv ny vækststrategi, og i forbindelse med denne strategi har vi brug for langt flere designtalenter. Potentialet til at komme op i samme vækst-gear som den øvrige modeindustri, anses bestemt for mulig, og flere tydelige initiativer er på vej fra en guldsmedebranche, der for første gang står helt sammen.

Der skulle findes tre vindere i tre kategorier - *smykker til hende, smykker til ham og smykker til par*. Det blev imidlertid kun til to vindere, i henholdsvis par- og herrekategorierne, idet et enigt dommerpanel fandt, at damesmykkerne ikke var tilstrækkeligt originale.

Ca. 80 smykseserier var indsendt - i alt ca. 400 smykker. Det var et udtalt ønske fra arrangørerne, at man efterstræbte mangeartede baggrunde hos deltagerne for at finde de upolerede talenter. Konkurrencen har været annonceret i samtlige betydende kreative miljøer i Danmark, og alle, lige fra arkitekter, keramikere og studerende til erfarne guld- og sølvsmede, har deltaget i konkurrencen, der beskrives som en stor succes på grund af den tværfaglige interesse. Ved siden af førstepræmierne på 20.000 kr. i hver kategori, sættes vindersmykkerne i produktionen, med efterfølgende 8 pct. i royalty.

Vindersmykkerne produceres

Herreserien Contrast, designet af keramikerkunstnergruppen Fabula, vil blive produceret af Jens J. Aagaard A/S, Svendborg. Om Contrast udtalte dommerpanelet: - Til den moderne urbane mand kommer her et maskulint og moderigtigt design i en flot formgivning og med en lækker finish. Trine Krull fra Fabula, fortæller: - I 2005 lavede vi vores første



HERRESMYKKE-VINDEREN

*Contrast, designet af keramikergruppen Fabula.
Læderarmbånd og fingerring.*

smykkedesigner i porcelæn og læder. Nu havde vi lyst til at arbejde i sølv, og så blev det til en ekstra udfordring at henvende os til et mandligt publikum.

Om Mette Lair Henriksens smykker, som vandt par-kategorien, udtalte dommerpanelet: - For den enkle og elegante formgivning, som smukt fortæller ideen og budskabet om et pars samhørighed. Ringene vil blive udført af Bræmer-Jensen Guldwarefabr. A/S, hvis direktør Ivan Lauridsen begejstret kalder ringene en "kommende bestseller". Mette Henriksen udtaler: - De vielsesringe, jeg lavede til konkurrencen, er typiske for min stil, om end jeg plejer at bruge flere farver til daglig. Selve ideen bag ringene - hvordan de passer sammen i et skjult hak - kom til mig på en uges tid, det er sikkert fordi, jeg har lavet vielsesringe i nogle år efterhånden.

Det tveæggede sværd

Det kommercielle aspekt ved 1. præmierne viste sig at være et tveægget sværd, for det betød, at de vilde, originale ideer udeblev. Billedhugger og professor Bjørn Nørgaard afslutter juryens generelle kommentarer med at konkludere, at der ved de indsendte bidrag overvejende er lagt mere vægt på ideer frem for egentlige formgivning. Vindersmykkerne forventes klar til julehandlen, og vinderne får deres officielle premiere på branchens messe i Bella Centret den 24.- 27. august 2006, hvor over 8.000 indkøbere fra hele verden samles.



OPMUNTRINGSPRISEN

- på 5.000 kr. i kvindekategorien, tildelt sølvsmed Annette Dreyer for sølvøreringe.



PARSMYKKE-VINDEREN

Samhørighed, to ringe i sølv designet af Mette Lair Henriksen, smykkekunstner.



Dommerpanelet, fra venstre mod højre: Christoffer Ritzau, direktør for Guldsmedbranchens Leverandørforening, kongelig hoffjuvelér Flemming Hertz, direktør Ivan Lauridsen, Bræmer-Jensen, guldsmed og designer Traudel Toftgaard, Toftgaard Denmark, multikunstner Monica Ritterband, direktør Ole Rostmose, Carat Smykker & Ure, guldsmed og designer Mette Saabye, direktør Jens R. Møller, Jens. J. Aagaard og Helle Grangaard, Industriel Design.

GULDSMEDEBRANCHEN STYRKER STRATEGISK SAMARBEJDE

Et fantastisk strategiseminar løb af stablen i Silkeborg i begyndelsen af maj. Der var ikke kun forår i luften udenfor, for indenfor i mødelokalerne sprang også strategierne ud. Over 30 detaillister og leverandører, primært fra bestyrelserne, mødte op og udviklede over tre lange dage en gennemgribende fælles strategi for hele guldsmedebranchen.

AF CHRISTOFFER RITZAU

DET ER FØRSTE GANG nogensinde, at guldsmedebranchen udvikler en fælles strategi på et overordnet strategisk niveau, og som man kan fortsætte med at arbejde sammen om i fremtiden. Der blev skabt en strategi, der vil byde på markante forandringer i den guldsmedebranche, vi kender i dag. På seminaret, der overgik alle forventninger, opstod der hurtigt en fælles forståelse af de udfordringer, hele guldsmedebranchen står overfor. Der viste sig åbenlyse synergier i at skabe en fælles front, hvor en samlet guldsmedebranche konkurrerer sammen om at vinde forbrugernes gunst. Det er nødvendigt, hvis guldsmedebranchen skal forsætte en god tilværelse og klare sig overfor andre livsstilsprodukter og fænomener som stigende internethandel.

Alle deltagerne var meget enige om, at hele guldsmedebranchen skal investere langt mere i fælles tiltag, og at man kan komme langt ved at finansiere projekter i fællesskab. Kampen om opmærksomhed er hård, og der skal skabes et langt højere mediepres overfor forbrugerne, hvis de skal præges til at købe flere smykker og korpus.

Der blev på seminariet tegnet en total omstrukturering af sekretariatet og dets opgaver. Der blev produceret en fælles internet-strategi med medlemmernes eget auktionshus. Der blev lagt fælles rammer for markedsføring. Der blev konstrueret strategier for kommunikation til medlemmerne. Og en modernisering af uddannelsesområdet, herunder efteruddannelse, blev sat på skinner.

Strategien blev til med inspiration fra og i samarbejde med de bedste eksperter indenfor brancheglidning, forbrugeradfærd, marketing og branding. De tilstedeværende deltagere fik bekræftet de problemstillinger, guldsmedebranchen står i, og det var tydeligt for alle, at der skal reageres nu – og det blev der sandelig også.

Arbejdet er sat i værk, og allerede i år vil der komme markante ændringer på baggrund af de beslutninger, der blev truffet i Silkeborg. Vi vil opfordre alle til at være positive over for dette og til at deltage i det kommende arbejde. Tal med de kollegaer, der deltog og få en uddybning af, hvad der blev vedtaget på seminariet.