GYR NEWS

DAS **KUNDENMAGAZIN** DER GYR EDELMETALLE AG
LE **MAGAZINE CLIENTÈLE** DE GYR MÉTAUX PRÉCIEUX SA

01 | 16



ALLES WIRD **DIGITAL**
TOUT DEVIENT **NUMÉRIQUE**

Lesen Sie ab Seite 4, warum die digitale Kommunikation immer wichtiger wird und **auf welche neuen Tools Sie sich freuen können!**

Lisez dès la page 4, pourquoi la communication digitale est de plus en plus importante et **de quels nouveaux outils vous pouvez vous réjouir !**

10 **Ein Marktplatz** für die Branche
Une plateforme pour la branche

16 **PlatinGold:** überzeugende Neuheit
PlatineOr : nouveauté convaincante

12 **Ringkonfigurator** für Goldschmiede
Configurateur d'anneaux pour les orfèvres

18 **Härteprüfung** Rigimarsch
Test sportif : Rigi marche

Impressum

HERAUSGEBER / ÉDITEUR

Gyr Edelmetalle AG
Postfach 1348
6341 Baar • Schweiz
Telefon: +41 (0)41 766 00 44
info@gyr.ch | www.gyr.ch

LAYOUT / MISE EN PAGE

ZAUBERKIND | *www.zauberkind.com*

REDAKTION / RÉDACTION

Gyr Edelmetalle AG | Reto Anderhub

BILDER / PHOTOS

dominik golob photography | *www.golob.ch (S. 3, 16, 20)*
Gyr Edelmetalle AG | *www.gyr.ch (S. 17, 18)*

VERÖFFENTLICHUNG / PUBLICATION

Juni 2016 / Juin 2016

AUFLAGE / TIRAGE

2700 Stück / 2700 Exemplaires

ÜBERSETZUNG / TRADUCTION

Jean-Pierre Ammon, Ophélie Burrus

In dieser Ausgabe
Dans cette édition

Editorial 3
Alles wird digital 4
Ein Marktplatz für die Branche 10
Ringkonfigurator für Goldschmiede 12
News 16
Härteprüfung Rigimarsch 18

Éditorial 3
Tout devient numérique 4
Une plateforme pour la branche 10
Configurateur d'anneaux pour les orfèvres 12
Nouvelles 16
Test sportif : Rigi marche 18

Aufbruchsstimmung
Les joies du printemps

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Der Frühling hat uns endlich erreicht. Wir nutzen die Jahreszeit des Aufbruchs, um Sie in einige zukunftsorientierte Gedanken einzuweihen.



Die digitale Generation gewinnt zunehmend an Umsatzrelevanz. Aufgewachsen mit Smartphone und Computer, stellt sie die meist älteren Inhaber von (Schmuck-) Geschäften vor grosse Herausforderungen: Es gilt, neuzeitliche Entscheidungswege zu verstehen und den Marketingmix zu überdenken. Das virtuelle Schaufenster gewinnt an Bedeutung – internationale Luxusmarken zeugen immer öfters mit Webshops für Endkunden von dieser Tatsache.

Der demografische Wandel wird die Digitalisierung in den nächsten Jahren noch beschleunigen, so dass auch Schweizer Goldschmiede sich vor diesen Veränderungen nicht mehr verschliessen können. Gute Ideen sind gefragt! Liegt die Lösung in einem Schmuckportal, wo alle Beteiligten ihre Kräfte bündeln? Lesen Sie ab Seite 5 mehr zum Thema und melden Sie sich für das Seminar an!

Seit zwei Jahren beliefern wir Sie mit Ringen aus eigener Produktion. Nachdem sich diese äusserst erfolgreich etabliert hat, steht nun der nächste grosse Schritt an: Wir freuen uns, Ihnen ab Seite 12 unseren neuen Ringkonfigurator vorzustellen!

Apropos Aufbruch: Der Frühling lockt zu Wanderungen in Blust. Auf Seite 18 erfahren Sie, welche Gyr- und Gold'Or-Mitarbeitenden zu einem besonders ausgedehnten Marsch aufbrachen, wer sich auf dem Weg geschlagen geben musste und wer von der Königin der Berge den Ritterschlag erhielt.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre und einen sonnigen Sommer!



Christoph Minder
COO

Chère lectrice, cher lecteur,

Le printemps est enfin arrivé et nous profitons de la belle saison pour vous faire part de quelques réflexions d'avenir.

La génération numérique représente une composante à chaque fois plus importante du chiffre d'affaires. Les personnes qui ont grandi avec les smartphones et les ordinateurs posent de grands défis aux commerçants, et aux bijoutiers en particulier, généralement d'un âge relativement avancé. A cet égard, il convient de comprendre les nouveaux supports de décision et de repenser les mesures de marketing. Une vitrine virtuelle ne cesse de gagner en importance, ainsi qu'en témoignent les e-boutiques toujours plus nombreuses que les marques internationales du luxe proposent à l'intention des consommateurs.

L'évolution démographique accélèrera encore la progression de l'ère numérique au cours des prochaines années. Les bijoutiers suisses ne peuvent plus ignorer ces changements. De bonnes idées sont demandées ! La solution réside-t-elle dans un portail de la bijouterie où tous les participants réunissent leurs forces ? Lisez notre article à ce sujet en page 5 et inscrivez-vous à notre séminaire !

Depuis deux ans, nous vous livrons des anneaux de notre propre production. Après que celle-ci se soit établie avec succès, nous passons à l'étape suivante et sommes heureux de vous présenter notre nouveau configurateur d'anneaux en page 12.

A propos des joies du plein air, nous constatons chaque année que le printemps fait naître des envies de randonnée. En page 18, vous découvrirez les collaborateurs de Gyr Métaux Précieux SA et de Gold'Or qui ont participé à une épreuve sportive de longue haleine. Vous saurez qui a dû déclarer forfait avant de franchir la ligne d'arrivée et apprendrez quels sont les valeureux concurrents qui ont atteint le sommet de la montagne tutélaire de Suisse centrale !

Je vous souhaite une bonne lecture et un bel été !


WWW
CREATIVE
CREATIVE

GENERATION **GOOGLE**

Text *Reto Anderhub*

Das digitale Zeitalter nimmt es in unserer Branche eher gelassen. Während anderswo Onlineshops und aufwendige Webseiten längst die Regel sind, bilden Goldschmiede mit E-Shops noch eher die Ausnahme. „Schmuck verkauft sich nicht über das Internet“, sagen viele. Wir zeigen auf, warum die Onlinepräsenz trotzdem bald überlebenswichtig werden könnte.

Kennen Sie den Ausdruck „Digital Natives“? So werden Menschen bezeichnet, die in der digitalen Welt – mit Computer, Tablet und Handy – aufgewachsen sind. Mit einem Durchschnittsalter von 48 Jahren gehört nur eine Minderheit der Schweizer Schmuckschaffenden zu diesem Teil der Gesellschaft. Naturgemäss ist daher die Wahrscheinlichkeit gross, dass Sie als „Digital Immigrant“ (digitaler Einwanderer) die folgenden Zeilen mit Skepsis lesen.

Neue Dienstleister finden, Einkäufe tätigen, Termine vereinbaren: Für die digitalen Eingeborenen finden diese Sachen ganz selbstverständlich online statt. Wer in seiner Jugend noch ein Telefon mit Wählscheibe bedient hat, kann solche Verhaltensmuster kaum noch nachvollziehen. Doch wussten Sie, dass die digital Natives bereits im Jahr 2020 die Mehrheit der Konsumentinnen und Konsumenten stellen werden?

Studien von grossen Unternehmen wie PriceWaterhouseCoopers oder der Boston Consulting Group kommen bereits heute zum Schluss, dass die Online-Umsätze in vier bis fünf Jahren neue Höchstwerte erreichen. Sie weisen ausserdem darauf hin, dass früher Produkte wie Möbel oder Lebensmittel im Internet als unverkäuflich galten. Tempi passati!

Dans notre branche, l’ère numérique progresse à un train de sénateur. Alors que dans d’autres secteurs les boutiques en ligne et les sites Internet onéreux se sont imposés depuis longtemps, les bijoutiers qui possèdent un e-shop représentent encore une exception. « Les bijoux ne se vendent pas sur Internet », affirment de nombreux opérateurs. Cependant, nous vous exposons pour quels motifs une présence sur le net pourrait bien devenir un instrument de survie indispensable dans un avenir proche.

Connaissez-vous l’expression « Digital Natives » ? Elle désigne les personnes qui ont grandi dans l’ère numérique – en compagnie des ordinateurs, des tablettes et des smartphones. Avec une moyenne d’âge de 48 ans, seule une minorité des créateurs suisses en bijouterie fait partie de cette catégorie de la société. Ainsi, il est vraisemblable que vous soyez un « Digital Immigrant » et lisiez ces lignes avec un certain scepticisme.

Pour les jeunes nés dans l’ère digitale, la recherche de nouveaux prestataires de service, la concrétisation de nombreux achats et la prise de rendez-vous sont autant d’activités qui se déroulent naturellement en ligne. Les personnes qui ont encore utilisé un téléphone à cadran tournant dans leur adolescence peinent à comprendre ce mode de comportement. Pourtant, avez-vous déjà pensé que les Digital Natives représenteront la majeure partie des consommatrices et des consommateurs en l’an 2020 ?

Des études conduites par de grandes entreprises à l’image de PricewaterhouseCoopers ou du Boston Consulting Group parviennent aujourd’hui à la conclusion que les



COMPUTER HABEN LÄNGST DEN WEG INS GOLDSCHMIEDE-ATELIER GEFUNDEN.

LES ORDINATEURS ONT TROUVÉ LEURS PLACES DANS LES ATELIERS DES ORFÈVRES.

Wir hinken hinterher

„Der Schweizer Detailhandel hat Online völlig verschlafen", liess sich Globus-Chef Thomas Herbert kürzlich in einem Bilanz-Artikel zitieren. Nicht zuletzt deswegen konnten ausländische Riesen wie Zalando hierzulande erfolgreich Fuss fassen. Doch inzwischen ist man erwacht – nicht nur in den Kleiderläden. Jean-Claude Biver, Uhrenchef bei LVMH, gibt sich Anfang März in der Handelszeitung überzeugt: „Es führt kein Weg am E-Commerce vorbei!" Er plant für 2018 einen Onlineshop für Marken wie Hublot und TAG Heuer.

Was Experten bereits heute behaupten, wird spätestens 2020 zur Tatsache: Wer nicht im Web präsent ist, existiert nicht. Das heisst nicht, dass bis dann jeder Goldschmied und jede Bijouterie einen Onlineshop betreiben muss. Vielleicht behalten die Skeptiker Recht und auch die digitale Generation will Schmuck in den Händen halten, bevor sie ihn kauft. Doch damit das passieren kann, muss das stationäre Geschäft vom Kunden gefunden werden – und dies geschieht zunehmend über das Internet.

Die optimale Mischung

Paradebeispiel für Online-Zweifler ist der Schweizer Vorreiter in Sachen E-Commerce, Digitec. Als reiner Onlinehandel gestartet, verfügt die heutige Migros-Tochter aktuell über neun Filialen, wo man Geräte auf Herz und Nieren prüfen kann. Eine kurze Internetrecherche zeigt, dass das Konzept von Digitec aufzugehen scheint: 2014 war man mit einem Umsatz von über einer halben Milliarde Franken absoluter Spitzenreiter bei den B2C-Onlineshops in der Schweiz.

Diese Mischung zwischen moderner Onlinepräsenz und stationärem Verkaufsgeschäft scheint geradezu prädestiniert für einen Markt wie die Schmuckbranche, wo fast jeder Anbieter über ein kreativ-stilvoll eingerichtetes Ladengeschäft verfügt. Fehlt nur noch der passende Auftritt im Netz!

chiffres d'affaires réalisés sur Internet atteindront de nouveaux sommets dans les quatre ou cinq prochaines années. Elles relèvent également que des produits considérés pendant longtemps comme incompatibles avec Internet, tels que les meubles ou les aliments, ont désormais conquis leur droit de cité sur la toile.

A pas comptés

« Le commerce suisse de détail n'a pas encore saisi la pleine mesure d'Internet », a récemment déclaré au magazine Bilanz Thomas Herbert, directeur de Globus. Cette constatation explique également pourquoi des géants étrangers à l'image de Zalando ont si aisément pris pied dans notre pays. Depuis lors cependant, les esprits se sont réveillés – et pas uniquement dans le secteur de la mode. Jean-Claude Biver, le directeur du pôle horloger de LVMH, s'est montré confiant au début mars dans le journal « Handelszeitung » : « Aucune stratégie ne peut ignorer le commerce en ligne ». En bonne logique, il envisage donc de vendre les produits Hublot ou TAG Heuer par l'entremise d'une e-boutique à partir de 2018.

Les prévisions des experts seront des réalités au plus tard en 2020 et les opérateurs qui ne seront pas présents sur le web à cette date n'existeront tout simplement plus. Ce constat ne signifie pas que chaque joaillier ou chaque bijouterie doit ouvrir un shop en ligne. Les sceptiques n'ont pas nécessairement tort et la génération digitale souhaite aussi prendre un bijou en main avant de procéder à son acquisition. Pour que la rencontre se produise, il est nécessaire que les clients potentiels connaissent l'existence du magasin et cette information est recherchée de manière croissante sur Internet.

La formule optimale

Le meilleur exemple pour les personnes qui considèrent le monde numérique avec une certaine appréhension est incarné par Digitec, le pionnier suisse en matière d'e-business. L'entreprise, qui est désormais une filiale de Migros, a ouvert ses portes comme un pur commerce en ligne. Elle

Virtuelles Schaufenster

In den Anfängen des Internets waren die Anforderungen an eine Webseite gering: zwei, drei Seiten über Geschäft und Produkte, ein paar schöne Bilder, Kontaktdaten und Anfahrtsweg – fertig war der komplette Auftritt. Das reicht längst nicht mehr. Search Engine Optimization (SEO), zu Deutsch Suchmaschinenoptimierung entscheidet heute darüber, ob ein Produkt oder ein Anbieter im Web gefunden wird oder nicht. Für diese Optimierung ist einiges an Aufwand nötig: Immer aktuelle Inhalte, relevante Verlinkungen oder Einbindung von sozialen Medien sind nur einige Punkte einer endlosen Liste, die es zu beachten gilt. Für Laien ist diese Hürde zu gross, professionelle Agenturen sind gefragt. Doch diese rechnen mit Ansätzen ab 150 Franken pro Stunde. Aus der Traum von der zukunftsorientierten Geschäftsstrategie also? Das wäre fatal, denn die grossen Schmuckmarken investieren Unsummen in die Marketingkommunikation, insbesondere online.

Den Fortschritt zu Nutze machen

Ein möglicher Lösungsansatz wäre ein gemeinsames digitales Schmuckportal der Schweizer Schmuckschaffenden. Eine Plattform, auf der sie sich und ihre Kreationen präsentieren – ohne grossen finanziellen und personellen Aufwand. Solch eine Seite kann und muss der oberste Treffer sein, wenn jemand auf Google nach Schmuck sucht. Hier würden Schmuckbegeisterte die Designerin finden, die ihren Geschmack trifft. Oder den Goldschmied, der das Wunschstück bereits an Lager hat. Auf solch einer Seite könnte man sein Geschäft professionell einem breiten Publikum präsentieren, ohne dass man sich über hohe Ausgaben und endlose Schreibtischarbeit den Kopf zerbrechen muss.

Denn bei aller Skepsis gegenüber dem gesellschaftlichem Wandel: Wer den Fortschritt ignoriert, bleibt irgendwann stehen, während die anderen vorbeiziehen. Es gilt, die demografischen Veränderungen zu berücksichtigen und die Vorteile der Digitalisierung zu nutzen. Wenn sich die Suche nach dem perfekten Trauring von der Ladengasse ins Netz verschiebt, muss man die Schaufenster online stellen! Aus traditioneller Sicht käme ein digitales Schmuckportal einem grossen Einkaufscenter mit ausschliesslich Schmuckläden gleich.

In ihrer ersten Ausgabe dieses Jahres berichtete die deutsche Goldschmiedezeitung (GZ) über ein Onlineportal mit dem Namen juweliere.de. Hier trifft der Konsument auf eine

dispose cependant aujourd'hui de neuf points de vente où il est possible de tester les appareils sous toutes leurs coutures. Une brève enquête sur Internet démontre que le concept de Digitec est pertinent : en 2014, la société caracolait en tête des shops en ligne B2C en Suisse avec un chiffre d'affaires supérieur à un demi-milliard de francs.

Cette association entre la présence sur le web et des points de vente fixes semble en tous points adaptée à un secteur tel que le marché de la bijouterie où chaque opérateur – ou presque – possède un espace conçu pour accueillir ses clients de manière élégante et créative. Il manque simplement une existence correspondante sur Internet.

Une vitrine virtuelle

Au début de l'ère numérique, les exigences posées à un site étaient restreintes : trois pages consacrées au magasin et aux produits, de jolies photographies, les coordonnées accompagnées d'un plan d'accès et le tour était joué. Ce n'est plus vrai aujourd'hui. Search Engine Optimization (SEO), en français optimisation pour les moteurs de recherche, décide aujourd'hui de la découverte d'un article ou d'un opérateur sur le net. Cette optimisation suppose certains investissements. A cet égard, des contenus constamment actualisés, des liens pertinents ou l'intégration des médias sociaux ne sont que quelques points à observer sur une liste qui ne connaît pas de fin. Comme ces obstacles sont insurmontables pour les profanes, ils n'ont d'autre choix que de recourir à des agences professionnelles dont les tarifs planchers s'élèvent tout de même à 150 francs de l'heure. Le rêve d'une stratégie commerciale d'avenir a-t-il donc fait long feu ? Une résignation entraînerait cependant de funestes conséquences, car les grandes marques de bijouterie investissent actuellement des sommes considérables dans leur communication et leur marketing, notamment en ligne.

Les bénéfices du progrès

Une solution réaliste à cet égard consisterait à instaurer un portail commun pour les créateurs suisses en bijouterie. Cette plateforme vous permettrait de vous présenter ainsi que vos créations – sans consentir un investissement excessif en temps et en argent. Un tel site serait le premier résultat pour toute recherche en relation avec le monde de la bijouterie. Les passionnés y découvriraient les designs qui répondent à leurs prédilections ou le joaillier qui propose dans son stock la pièce de leurs rêves. Il offrirait également la possibilité de présenter de manière



„ONLINE“ WIRD IMMER WICHTIGER.

INTERNET GAGNE EN IMPORTANCE.

grosse Auswahl Schmuck und Uhren. Ein Klick genügt, um auf die Webseite des entsprechenden Verkaufsgeschäfts zu gelangen. Ein Mitinitiant des Portals, Juwelier Marius Schafelner, gibt sich in der GZ überzeugt, dass sich der Aufwand für einen Webauftritt lohnt. „An einer Online-Strategie führt kein Weg vorbei“, sagt er – und bläst damit ins gleiche Horn wie Uhrenzampano Biver. Jedoch müsse sich der Goldschmied online mit der gleichen Leidenschaft einsetzen wie im Ladengeschäft, damit das Schaufenster Internet funktioniere.

Gute Ideen sind gefragt

Die Praxis zeigt also, dass ähnliche Webseiten bereits existieren und funktionieren. Um einem Schweizer Gemeinschaftsprojekt zum Durchbruch zu verhelfen, braucht es ein Startkapital, welches die Gyr Edelmetalle AG zur Verfügung stellen würde. Doch damit ist es nicht getan: Es sind kreative Köpfe und Ideen notwendig, um das Portal interessant zu machen – sowohl für Anbieter als auch für Käufer von Schmuck.

Flankiert man das Portal mit Inhalten aus der Gold’Or? Wertet man es mit Beiträgen von Modebloggern auf oder bindet man soziale Medien ein? Was braucht es, damit Goldschmiede mitmachen? Wie generiert man hohe Aufmerksamkeit für die Seite? Diskutieren Sie mit uns genau diese Fragen und helfen Sie mit, die Schweizer Schmuckbranche in die digitale Zukunft zu begleiten!

professionnelle son magasin à un large public sans redouter des dépenses excessives ou d’interminables travaux préparatoires.

En effet, quel que soit le degré de scepticisme de chacun sur l’évolution de la société, il ne fait aucun doute que les personnes qui tournent le dos au progrès se retrouveront un jour ou l’autre distancées. Il importe de prendre en considération les changements démographiques et de tirer avantage des atouts de l’ère numérique. Si les nouveaux fiancés recherchent leurs alliances plutôt sur Internet que dans le magasin au coin de la rue, une vitrine en ligne se révèle un instrument indispensable. Dans une correspondance traditionnelle, une plate-forme de la bijouterie sur Internet ressemblerait à un centre commercial qui ne compterait que des bijouteries.

Dans son premier numéro de l’année, le journal allemand « Goldschmiedezeitung » (GZ) a évoqué le site www.juweliere.de. Le consommateur y découvre un grand choix de bijoux et de montres alors qu’un clic suffit pour découvrir le magasin où l’acquérir. Le joaillier Marius Schafelner, l’un des initiateurs du portail, se déclare convaincu que la dépense engagée pour se présenter sur le net en vaut la peine : « Il est impossible de se passer d’une stratégie en ligne », déclare-t-il en rejoignant ainsi Jean-Claude Biver, le tonitruant trublion du monde horloger. Pour garantir le succès de leur vitrine sur Internet, les créateurs en bijouterie devraient s’engager en ligne avec la même passion que dans leur magasin.

Idées demandées

La pratique nous montre que d’autres exemples existent déjà. Un capital de départ est nécessaire afin d’assurer l’élaboration d’un projet commun à l’échelle suisse. Gyr Métaux Précieux SA propose de le mettre à disposition. Pourtant, ce coup de pouce initial ne représente qu’un premier élément. Des esprits inventifs et des idées novatrices sont requis pour accroître l’attractivité de ce portail – tant à l’intention des bijoutiers que des consommateurs.

Le site s’accompagnera-t-il d’articles parus dans Gold’Or ? Doit-il susciter un intérêt additionnel par des contributions de blogueurs sur la mode ou est-il préférable de l’associer à des médias sociaux ? Comment inciter les bijoutiers à prendre part à ce projet et comment attirer l’attention sur cette nouvelle plate-forme ? Discutez de ces questions avec nous et contribuez à façonner l’avenir numérique de la branche suisse de la bijouterie !

EINLADUNG

SEMINAR & WORKSHOP

ERWEITERN SIE IHREN (DIGITALEN) HORIZONT!

INVITATION

SEMINAIRE & WORKSHOP

ÉLARGISSEZ VOTRE HORIZON (NUMÉRIQUE) !

Montag, 19. September 2016, 15.00 bis 19.00 Uhr bei der Gyr Edelmetalle AG in Baar

15.00 Apéro

15.30 Referat „Generation Google: So funktioniert der Konsument 2.0“

Reto Anderhub zeigt in einem interaktiven Vortrag, wie Digital Natives kommunizieren und konsumieren – und was das Kleingewerbe beachten muss, um nicht den Anschluss zu verlieren.

Reto Anderhub, BSc Kommunikation FH, Leiter Kommunikation und Marketing, Gyr Edelmetalle AG

16.00 Referat „Die Internetpräsenz: Chancen und Herausforderungen“

Flavio Muff referiert über Anforderungen an einen gewinnbringenden Webauftritt. Profitieren Sie von topaktuellem Wissen aus Theorie und Praxis.

Flavio Muff, BA Web Development FH, Online Concept Developer/ Information Architect, Publicis Communications Schweiz AG, Dozent für Web Development am SAE Institute in Zürich.

16.30 Pause mit Erfrischung

17.00 Workshop: Anforderungen und Ideen für ein Schweizer Schmuckportal

19.00 Apéro Riche

Anmeldung bis 14. Juli 2016 unter info@gyr.ch

Der Anlass wird auf Deutsch geführt und ist auf 30 Teilnehmende begrenzt. Er richtet sich an Branchenmitglieder, welche die mittel- bis langfristige Zukunft der Branche mitgestalten wollen, weil sie Teil davon sein werden. Seminar und Verpflegung sind kostenfrei, wir freuen uns auf rege Beteiligung und hilfreiche Erkenntnisse aus dem Workshop!

Lundi 19 septembre 2016, de 15h00 à 19h00 dans les locaux de Gyr Métaux Précieux SA à Baar

15h00 Apéritif

15h30 Exposé « Génération Google : le mode de fonctionnement du consommateur 2.0 »

Dans un exposé interactif, Reto Anderhub montrera comment communiquent et consomment les Digital Natives. Il relèvera également les éléments indispensables à une petite entreprise pour évoluer avec son temps.

Reto Anderhub, spécialiste en communication Bsc, responsable communication et marketing, Gyr Métaux Précieux SA

16h00 Exposé « La présence Internet : chances et défis »

Flavio Muff évoquera les exigences posées à un site Internet performant. Tirez avantage des dernières connaissances théoriques et pratiques.

Flavio Muff, Web Development BA, Online Concept Developer/ Information Architect, Publicis Communications Suisse SA, enseignant en web développement à l’institut SAE Zurich.

16h00 Pause et rafraîchissements

17h00 Atelier : Exigences et suggestions pour un portail de la bijouterie suisse

19h00 Apéro riche

Inscription jusqu’au 14 juillet 2016 sous info@gyr.ch

Limitée à 30 participants, la manifestation se tiendra en allemand. Elle s’adresse aux membres de la branche qui souhaitent s’engager dans l’avenir à moyen et à long terme dans leur secteur d’activité. Le séminaire et le repas sont proposés gratuitement. Nous sommes impatients de vous retrouver nombreux à cette occasion et de prendre connaissance de vos suggestions.

Ein Marktplatz für die Branche
Une plateforme pour la branche

ra. Um den brancheninternen Handel mit Gebrauchtwaren zu erleichtern, lanciert die Gyr Edelmetalle AG in Zusammenarbeit mit der Zeitschrift Gold'Or einen Online-Marktplatz.

Das Beste gleich vorweg: Inserate auf dem neuen Marktplatz zu schalten, ist für Gyr-Kunden und Gold'Or-Abonnenten kostenfrei. Das Angebot soll helfen, nicht mehr benötigte Utensilien zu veräussern – oder preiswert eine eigene Ausrüstung anzuschaffen. Letzteres soll unter anderem dem Branchennachwuchs den Schritt in die Selbständigkeit erleichtern.

Unterstützung bei Bedarf

Grundsätzlich erfolgt die Nutzung des neuen Angebotes autonom, Inserate können im GYRBOARD selbständig online geschaltet und wieder gelöscht werden. Die Bedienung ist äusserst einfach und selbsterklärend. Wer trotzdem Hilfe beim Erfassen von Inseraten benötigt oder keine Zeit dafür findet, kann dies auch von der Gold'Or-Administration erledigen lassen – gegen einen Unkostenbeitrag von 20 Franken pro erfasstes Inserat.

Das neue Angebot ist ausschliesslich für Kleininserate gedacht: Werkzeuge, einzelnes Mobiliar und diverse Kleinartikel können hier gratis veräussert werden. Für grössere Posten wie Immobilien, Geschäftsübergaben oder Stellenanzeigen stehen weiterhin die entsprechenden Lösungen bei Gold'Or zur Verfügung.

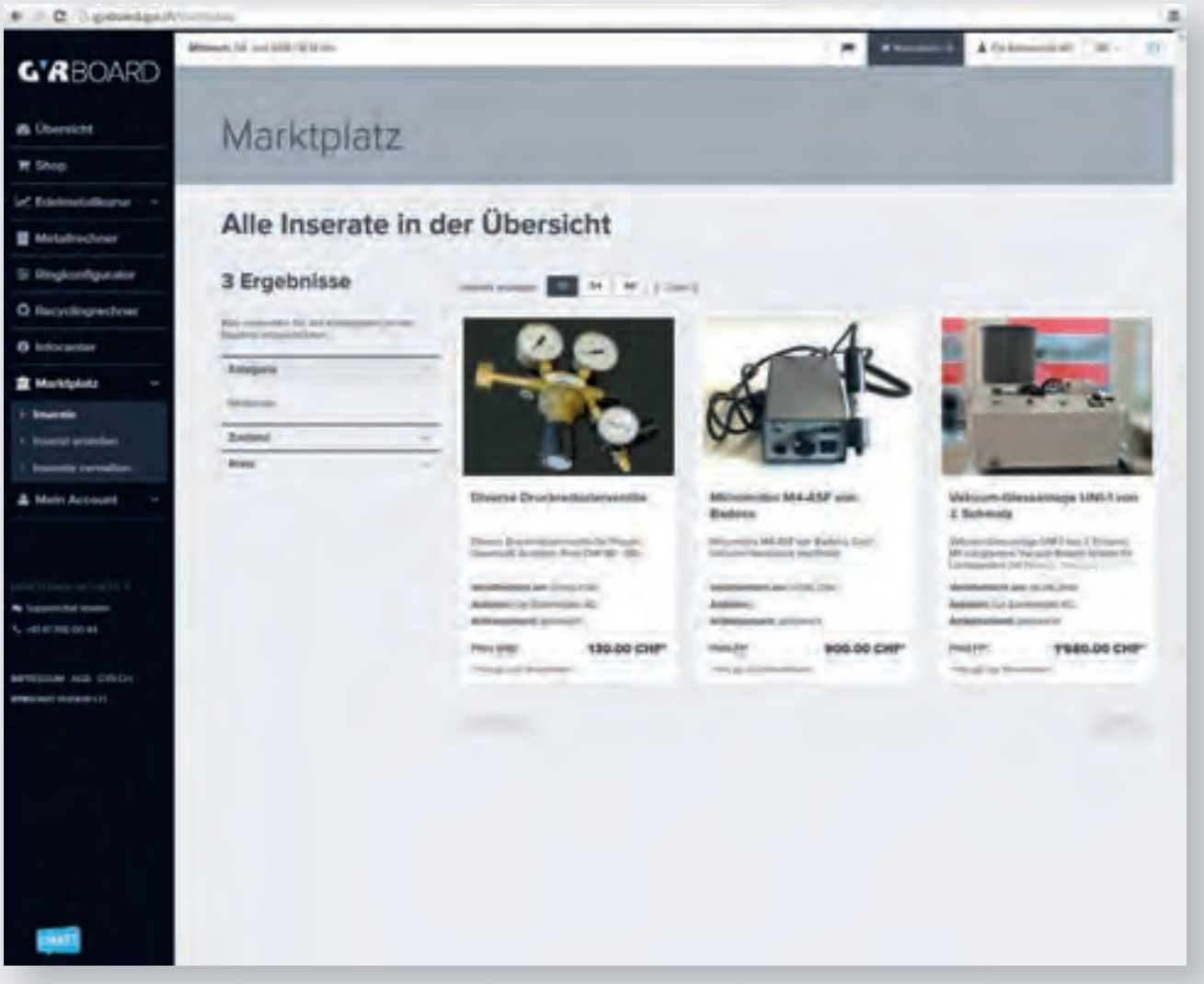
ra. Afin de faciliter l'achat et la vente de matériel d'occasion au sein de la branche, Gyr Métaux Précieux SA lance une plateforme en ligne en collaboration avec la revue Gold'Or.

Commençons par une bonne nouvelle : l'insertion d'annonces sur la nouvelle plateforme est gratuite pour les clients de la maison Gyr et les abonnés de Gold'Or. Cette offre est conçue pour faciliter la vente d'ustensiles devenus inutiles ou acquérir un équipement nécessaire à des conditions avantageuses. Ce service est également destiné à favoriser aux jeunes bijoutiers le saut vers l'indépendance professionnelle.

Soutien en cas de besoin

En principe, chacun peut recourir de manière autonome aux services proposés par la nouvelle plateforme. Les annonces sont insérées et supprimées en ligne par l'entremise de GYRBOARD. La marche à suivre est particulièrement simple et ne requiert aucune explication préalable. Néanmoins, les personnes qui souhaitent bénéficier d'une assistance pour saisir leurs annonces ou n'ont pas de temps à cet effet peuvent confier à l'administration de Gold'Or le soin de mener cette tâche à bien – pour une participation aux frais de 20 francs par annonce.

Cette initiative inédite est exclusivement réservée aux petites annonces et les opérateurs peuvent proposer gratuitement à la vente leurs outils, éléments de mobilier et autres



FILTERN SIE INSERATE NACH KATEGORIE, ZUSTAND ODER PREIS!

FILTREZ LES ANNONCES SELON CATÉGORIE, ÉTAT OU PRIX !

articles. Pour les transactions plus importantes telles que biens immobiliers, remises de commerce, offres ou recherches d'emploi, Gold'Or continue de mettre à votre disposition ses rubriques spécifiques.

INFO

Der Marktplatz ist ab sofort online. Wenn Sie Ihr Inserat zum Unkostenbeitrag von 20 Franken erfassen lassen möchten, kontaktieren Sie direkt Andrea Egli: aegli@goldor.ch oder 041 768 33 00.

Bei Fragen rund um das neue Angebot steht Ihnen das Gyr-Team unter Telefon 041 766 00 44 oder via E-Mail (info@gyr.ch) jederzeit gerne zur Verfügung!

INFORMATIONS

La plateforme est dès à présent opérationnelle. Si vous souhaitez donner à insérer une annonce contre une contribution de 20 francs, vous pouvez contacter Andrea Egli : aegli@goldor.ch ou 041 768 33 00.

Pour toute question relative à cette nouvelle prestation, l'équipe Gyr se tient à votre disposition au numéro de téléphone 041 766 00 44 ou par e-mail à info@gyr.ch

Ringe konfigurieren leicht gemacht
La configuration des anneaux simplifiée

ra. Das GYRBOARD, der Kundenbereich unserer Webseite, wartet mit einem neuen Werkzeug auf: Der Ringkonfigurator hilft Ihnen bei der Kalkulation von Ringen in allen Formen und Legierungen – zu jeder Tages- und Nachtzeit, inklusive Façonpreis.

Mit den kürzlich vorgestellten neuen Profilen ist unser Angebot bei den Ringen auf Mass deutlich umfangreicher geworden. Dank des Ringkonfigurators behalten Sie trotz unzähliger Möglichkeiten jederzeit den Durchblick. Er errechnet Ihnen in Echtzeit das Gewicht und den Preis von Ringen in 25 verschiedenen Profilen.

Entdecken Sie hier, wie unser neuestes Onlinetool funktioniert!

Erster Schritt: Wahl der Legierung

Mit einem Klick auf „Bitte auswählen“ erscheinen die zur Verfügung stehenden Legierungen. Die gängigen Farben sind in unserer Produktion an Lager und können innert 3 bis 7 Arbeitstagen geliefert werden. Nützliches Detail: Wenn Sie auf das unscheinbare Feld unten links klicken, aktivieren Sie den Zuschauermodus. Alle angezeigten Preise erhöhen sich so um einen Faktor, den Sie individuell unter „Mein Account“ bestimmen können.

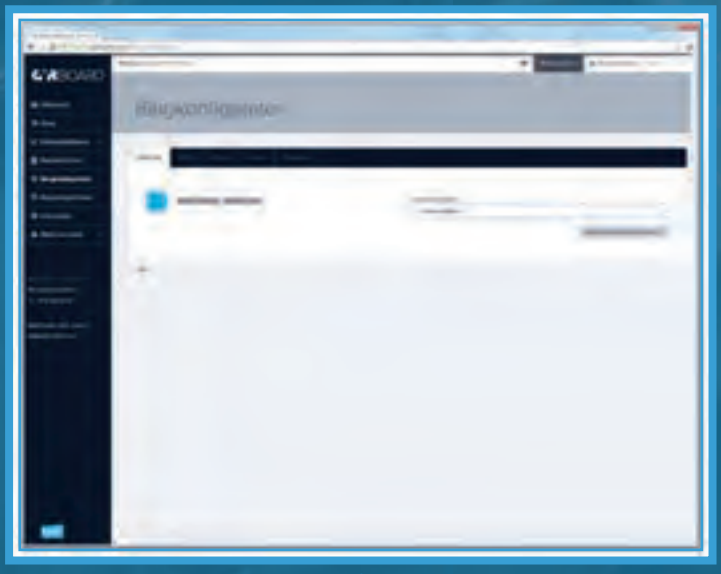
ra. Le GYRBOARD, le domaine de notre site Internet réservé à nos clients, propose un nouvel outil : le configurateur d’anneaux vous aide à calculer le prix des bagues dans tous les alliages et les formes, y compris le prix de façon – à n’importe quelle heure du jour ou de la nuit.

Avec les nouveaux profils que nous avons récemment présentés, notre assortiment de bagues sur mesure s’est considérablement étoffé. Grâce à notre configurateur, vous conservez cependant une vue d’ensemble à chaque instant, malgré un nombre presque infini de possibilités. Cet instrument calcule en temps réel le poids et le prix des bagues dans 25 profils différents.

Découvrez le fonctionnement de notre nouvel outil en ligne !

Première étape : choisir un alliage

En cliquant sur « Veuillez choisir », les alliages disponibles apparaissent sur l’écran. Les teintes courantes sont disponibles en stock pour les pièces de notre production, qui peuvent vous être livrées dans un délai de 3 à 7 jours de travail. Une astuce utile : en cliquant dans le champ inférieur gauche, vous activez le mode spectateur qui complète les prix affichés d’un facteur que vous déterminez librement sous la rubrique « Mon compte ».



Zweiter Schritt: Profil definieren

Hier bestimmen Sie mit einem Klick auf die jeweilige Skizze, wie Ihr Ring im Querschnitt aussehen soll. Die verschiedenen Profile sind in Kategorien (A-G) eingeteilt. Klicken Sie zum Beispiel auf „E-Profile“, um die herstellbaren Varianten in dieser Kategorie zu entdecken. Wenn Sie Ihre Wunschform gefunden haben, klicken Sie darauf und anschliessend auf „Weiter zum nächsten Schritt“.



Deuxième étape : définir un profil

D’un clic, vous déterminez l’esquisse qui correspond à la vue en coupe de votre bague. Les différents profils sont répartis dans les catégories A à G. Si vous cliquez par exemple sur le « profil E », vous découvrirez les diverses variantes qui peuvent être commandées dans cette catégorie. Au moment où vous avez trouvé la forme que vous souhaitez, il vous suffit de cliquer sur le dessin, puis sur le bouton « Passer à l’étape suivante ».

Dritter Schritt: Abmessungen eingeben

Jetzt wird es spannend: Die Wahl der Ringbreite bestimmt den Façonpreis, die restlichen Dimensionen das Gewicht des Ringes und so den Materialwert. Nutzen Sie die Schieber oder klicken Sie in die Zahlenfelder, um die Masse von Hand einzugeben. Die Fingergrösse können Sie über die Auswahl „Ringgrösse“ oder „Innendurchmesser“ einstellen, wobei die Ergebnisse für das jeweils andere Feld immer automatisch umgerechnet und direkt angezeigt werden.

Wenn ein Mass nicht veränderbar ist und hellgrau erscheint, ist es abhängig von einer anderen Dimension, die Sie mit dem entsprechenden Regler einstellen können.



Die Skizze mit Legende zeigt auf, welches Feld für welche Abmessung steht. Welchen Einfluss Ihre Eingabe auf die Kosten hat, sehen Sie immer ganz unten in Echtzeit.

Troisième étape : saisir les mesures

A partir de cette étape, le processus devient vraiment passionnant : le choix de la largeur de l’anneau permet de définir le prix de façon alors que les autres dimensions déterminent le poids et, de ce fait, la valeur du matériau. Utilisez la commande coulissante ou cliquez dans le champ des chiffres afin d’indiquer manuellement les dimensions souhaitées. Vous pouvez ajuster la grandeur du doigt en sélectionnant la commande « Indiquer la taille de l’anneau » ou « Indiquer le diamètre intérieur de l’anneau ». Les résultats de l’autre champ sont calculés automatiquement et s’affichent sur l’écran.

Lorsqu’une dimension n’est pas modifiable et qu’elle apparaît en gris clair, elle dépend d’une autre dimension que vous pouvez déterminer à l’aide de la commande correspondante.

Une esquisse avec une légende montre quel champ est relevant pour quelle mesure. Vous pouvez constater en temps réel tout en bas de l’écran l’influence de la donnée que vous introduisez sur le prix de l’anneau.

Vierter Schritt: Oberfläche wählen

Neu können Sie bestimmen, ob Ihr Ring auf Hochglanz poliert oder mattiert mit rauer Oberfläche geliefert werden soll. Wenn Ihnen unser vorpolierter Standard genügt, gehen Sie direkt weiter zum nächsten Schritt.

Klicken Sie in das entsprechende Feld, falls Sie einen Ring mit sogenanntem Milgrainrand wünschen.



Quatrième étape : sélectionner la surface

Vous pouvez désormais déterminer si votre bague doit être livrée dans un poli brillant ou avec une surface mate. Si notre standard prépoli vous suffit, vous pouvez passer directement à l'étape suivante.

Cliquez dans le champ correspondant si vous souhaitez un anneau avec un bord milgrain.

Fünfter und letzter Schritt: Konfiguration überprüfen und bestellen

Prüfen Sie zum Schluss Ihre Eingaben in der Übersicht. Ist alles korrekt, können Sie den Artikel in den Warenkorb legen, wo Sie im Anschluss die Versandart speziell für die Ringe auswählen können. Dies kann von Vorteil sein, wenn Sie gleichzeitig Halbzeug bestellen und hier beispielsweise einen Expressversand wünschen.



Falls es sich bei Ihrer Konfiguration um einen wiederkehrenden Auftrag handeln könnte, speichern Sie sie bequem als Vorlage ab, um sie bei Bedarf wieder aufzurufen. Bei Ihrem nächsten Login erscheint bereits beim Starten des Ringkonfigurators oben rechts das Feld „Konfigurationsvorlagen", wo Sie Ihre Zusammenstellungen aufrufen und nötigenfalls auch anpassen können.

Noch Fragen? Unser Team hilft Ihnen gerne!

Cinquième et dernière étape : vérifier la configuration et passer commande

Vérifiez les données introduites dans l'aperçu. Si elles sont correctes, vous ajouterez l'article à votre panier. Vous pourrez ensuite choisir le mode d'envoi que vous désirez pour la bague. Cette possibilité peut se révéler intéressante si vous commandez simultanément des produits semi-finis.

Si cette configuration correspond à une commande susceptible de se reproduire, il vous est facile de l'enregistrer comme modèle afin de la conserver en cas de nécessité. Lors de votre prochain login, le champ « Modèles de configuration » apparaîtra immédiatement dans le coin supérieur droit. Vous pourrez dès lors afficher la liste et, cas échéant, la modifier.

Vous avez des questions ? Notre équipe se fera un plaisir de vous répondre !



NEUE RINGPREISE
NOUVEAUX PRIX POUR LES ANNEAUX

Mit der Lancierung des Ringkonfigurators verlieren auch die bestehenden Preise unserer Lagerringe an Gültigkeit. Die seit 2009 gültigen Façonpreise werden durch eine stark vereinfachte Preisstruktur ersetzt.

Sie werden aber trotz vieler gestiegener Kostentreiber wie Rohstoffe oder Energie nicht erhöht!

Als Folge der strikten Vereinfachung und der Einheitspreise für alle Formen werden einzelne Ringe zwar teurer, andere dafür deutlich günstiger.

Neu bestimmen Legierung und Ringbreite den Façonpreis, was die entsprechende Liste denkbar einfach macht. Sie finden die Übersicht auf der letzten Umschlagsseite dieser GyrNews, zum Abtrennen und Aufbewahren. Ein neuer Katalog mit übersichtlicher Preisliste für alle Produkte ist bereits in Planung.

Die Umstellung auf die neue Ringpreisliste erfolgt per 1. Juli 2016!

Avec le lancement de notre configurateur, les prix actuellement pratiqués pour nos bagues en stock ne sont plus valables. Les prix de façon en vigueur depuis 2009 seront remplacés par une structure fortement simplifiée.

Malgré les augmentations constatées dans les domaines des matières premières et de l'énergie, nos prix demeurent identiques !

En raison de cette schématisation et des prix unitaires pour toutes les bagues, certaines seront plus chères alors que d'autres seront nettement plus avantageuses.

Désormais, l'alliage et la largeur de la bague déterminent le prix de façon et cette modification simplifie d'autant la liste correspondante. Vous en trouverez un aperçu sur la dernière page de couverture de ce numéro du GyrNews, qui peut être détachée et conservée. Un nouveau catalogue avec une liste de prix complète pour tous les produits est d'ores et déjà en préparation.

La nouvelle liste de prix pour les bagues entre en vigueur au 1er juillet 2016.

Ergebnis zur Testaktion Platingold
Résultats de l’opération de test PlatineOr

ms. In der GyrNews 02/15 war über eine Testaktion zur neuen Legierung „PlatinGold“ zu lesen. Die Testphase ist nun abgeschlossen – mit erfreulichen Ergebnissen!

Technische Merkmale PtAu-Legierung
Härte: 160-170 HV
Aushärtung: keine Versprödung
Korngrösse ca. 200 µm
Schmelzintervall: 1640-1680°C

Die am Test teilnehmenden Goldschmiede attestieren PlatinGold eine bessere Verformbarkeit als herkömmlichen Platinlegierungen. Es ist auch von Hand leicht zu bearbeiten. Die Tester hielten zudem fest, dass sich das Material beim Stauchen und Dehnen bei geschweisster Naht sehr dehnbar verhält. Die Verfestigung sei demnach stärker und das Löten einfacher.

Das viel bessere Polierverhalten, die allgemein leichtere Verarbeitbarkeit und die schöne weisse Farbe fanden breiten Anklang.

Aufgrund dieser Testrückmeldungen haben wir uns entschieden, folgende Produkte in unser Standardsortiment aufzunehmen:

Ab sofort verfügbar

Blech	1.0 mm	2.0 mm	4.0 mm
Runddraht	1.0 mm	2.0 mm	3.0 mm
Walzdraht	5.3 mm		

Bitte beachten Sie: Die Standardbreiten der Bleche sind 90 mm statt 100 mm.

ms. Dans le GyrNews 02/15, nous vous informions sur le nouvel alliage « PlatineOr » (Platingold). La phase de test est désormais terminée et ses résultats sont réjouissants.

Caractéristiques techniques de l’alliage PtAu
Dureté : 160-170 HV
Durcissement : pas de fragilisation
Grandeur des grains : env. 200 µm
Intervalle de fusion : 1640-1680 °C

Les bijoutiers qui ont pris part à l’opération de test confirment que PlatinGold possède une meilleure malléabilité que les alliages habituels de platine. Le matériau est également plus aisé à travailler manuellement. Les professionnels ont aussi relevé que l’alliage présente une excellente ductilité lors du refoulage et du laminage sur des pièces soudées. La solidification est améliorée et le soudage plus facile.

Des capacités de polissage supérieures, un travail facilité et la jolie teinte blanche de l’alliage ont rencontré de nombreux échos positifs.

A la suite des résultats de ce test, nous avons décidé d’intégrer à notre assortiment les produits suivants :

Disponibles dès à présent

Plaque	1,0 mm	2,0 mm	4,0 mm
Fil rond	1,0 mm	2,0 mm	3,0 mm
Fil laminé	5,3 mm		

Attention : La largeur standard des plaques est de 90 mm plutôt que de 100 mm.





Gerade Rund- und Walzdrähte
Fils droits

ms. Auf vielfachen Wunsch hin bieten wir neu gerade Rund- und Walzdrähte an. Folgende Artikel sind ab Lager verfügbar:

Runddraht
AU3N, AU5N & AUPD16
Drm. 1 und 3 mm

Walzdraht
AU3N, AU5N & AUPD16
Drm. 4 und 8 mm

Feingold und Feinsilber
Drm. 8 mm

Sie finden sämtliche Drähte in unserem Onlineshop unter gyrboard.gyr.ch/shop!

ms. Suite à de multiples demandes, nous avons agrandi notre assortiment avec des fils ronds et laminés droits:

Fil rond
AU3N, AU5N & AUPD16
Dia. 1 et 3 mm

Fil laminé
AU3N, AU5N & AUPD16
Dia. 4 et 8 mm

Or et argent fin
Dia. 8 mm

Vous trouverez tous les fils dans notre Online Shop sous gyrboard.gyr.ch/shop !



BLIEB NUR DEN FITTESTEN VERGÖNNT: BLICK VON DER RIGI RICHTUNG PILATUS UND LUZERN.

LA VUE DEPUIS LE RIGI ÉTAIT RÉSERVÉE AUX SPORTIFS.

Härteprüfung Rigimarsch
Test sportif : Rigi marche

ra. Ein Marsch vom Aargau auf die Rigi: klingt gut, werden Sie denken. Doch was, wenn der Start in Bremgarten liegt und die Bewältigung der 50 Kilometer langen Strecke eine ganze Nacht in Anspruch nimmt?

ra. Une marche de l'Argovie jusqu'au sommet du Rigi. Une belle initiative, pensez-vous probablement. Avant d'apprendre que l'épreuve en question débutait dans la localité de Bremgarten – et qu'elle durait toute la nuit !

„Wir marschieren auf die Rigi, kommt ihr mit?" hiess es diesen Frühling in den Büros der Gyr Edelmetalle AG. Andrea Egli, Mitarbeiterin bei Gold'Or, hatte sich in die Gyr-Büros geschlichen und versuchte, weitere Teilnehmer für das Abenteuer Rigimarsch zu begeistern. Während das Unterfangen beim Grossteil auf taube Ohren stiess, waren

« Nous allons marcher jusqu'en haut du Rigi, vous voulez être de la partie ? », telle était la question qui résonnait dans les couloirs de l'entreprise. Andrea Egli, collaboratrice de Gold'Or, s'était glissée dans les bureaux de Gyr Métaux Précieux SA et tentait de convaincre ses collègues de s'aligner au départ. Alors que cette proposition était

Manuela Schauenburg und Christoph Minder sofort begeistert von der Idee.

Laufen bei Nacht

Selbst Jean-Christophe Gyr juckte es in den Zehenspitzen. Er entschloss sich kurzfristig, ebenfalls am nächtlichen Spaziergang teilzunehmen. So kam es, dass sich die Gruppe am Mittwochabend vor Auffahrt in Bremgarten einfand – alle noch euphorisch genug, den Weg bis auf die Innerschweizer Königin der Berge unter die Füsse zu nehmen.

„Ist ja nur Laufen", hatte Manuela Schauenburg im Vorfeld wiederholt zu Protokoll gegeben. Das könne ja nicht so schlimm sein, 65 Leistungskilometer hin oder her. Sie und Andrea Egli waren denn auch die Einzigen, denen selbst der Schlussaufstieg nichts anhaben konnte. Die Anerkennung des Gyr- und des Gold'Or-Teams war den beiden gewiss.

Bereits am Freitag nach Auffahrt wieder im Büro anzutreffen war Christoph Minder. Die Strapazen des nächtlichen Marsches konnte man anhand seines etwas hüftsteifen Ganges erahnen. Er und Jean-Christophe Gyr hatten bis Immensee durchgehalten – das sind immerhin 40 Kilometer. Ob sie nächstes Jahr wieder antreten, um doch noch den Berg zu erklimmen? „Sicher nicht", antwortet Minder postwendend.

généralement saluée d'un silence indifférent, Manuela Schauenburg et Christoph Minder ont immédiatement accueilli l'idée avec enthousiasme.

Parcours nocturne

A un certain moment, même Jean-Christophe Gyr a senti des fourmis dans les jambes et s'est décidé à participer à cette marche. C'est ainsi que la délégation s'est retrouvée le mercredi soir, veille de l'Ascension, sur la ligne de départ à Bremgarten et tous ses représentants étaient fermement convaincus de venir à bout des 50 kilomètres qui les séparaient de la célèbre montagne de Suisse centrale.

« Ce n'est qu'une marche », a répété à de nombreuses reprises Manuela Schauenburg avant le jour fatidique. D'ailleurs, ce parcours de 65 kilomètres théoriques, en comptant le dénivelé, n'apparaissait pas insurmontable. Pourtant, avec Andrea Egli, elles sont les seules à avoir tenu bon jusqu'à la montée finale. La reconnaissance des équipes Gyr et Gold'Or leur était en tous les cas acquise.

Le vendredi qui suivait l'Ascension, Christoph Minder était à son poste. Les efforts qu'il avait consentis pendant cette randonnée nocturne apparaissaient à sa démarche quelque peu claudicante. Avec Jean-Christophe Gyr, ils sont parvenus jusqu'à Immensee – un parcours de 40 kilomètres et une jolie performance. Seront-ils sur la ligne de départ l'année prochaine pour espérer atteindre le sommet ? Christophe Minder répond du tac au tac : « Ne comptez plus sur moi ! »



ANDREA EGLI UND MANUELA SCHAUENBURG.

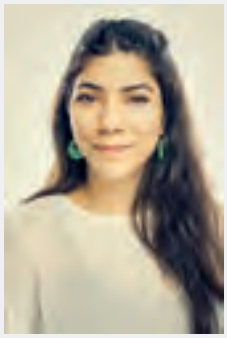
ANDREA EGLI ET MANUELA SCHAUENBURG.

VEREINFACHTE PREISLISTE LAGERRINGE
LISTE DE PRIX SIMPLIFIÉE – ANNEAUX DU STOCK

LEGIERUNG/ALLIAGE	Ringbreite in mm: / Largeur en mm:	2	2.5	3	3.5	4	4.5	5	5.5	6	6.5	7	7.5	8	8.5	9	9.5	10
	AG	36	36	36	39	42	45	48	51	54	57	60	63	66	69	72	75	78
	AU	74	74	74	79	84	89	94	99	104	109	114	119	124	129	134	139	144
	AUPD	94	94	94	99	104	109	114	119	124	129	134	139	144	149	154	159	164
	PD	114	114	114	119	124	129	134	139	144	149	154	159	164	169	174	179	184
	PT	124	124	124	129	134	139	144	149	154	159	164	169	174	179	184	189	194

Alle Preise in Franken pro Stück, ohne Metalle und MwSt. Gültig ab Juli 2016.
Tous les prix sont en francs suisses, sans métaux et TVA. Valable à partir de juillet 2016.

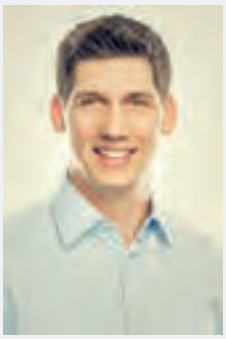
FRAGEN? WIR SIND GERNE FÜR SIE DA!
DES QUESTIONS ? NOUS SOMMES LÀ POUR VOUS !











Fon: +41 41 766 00 44 Fax: +41 41 766 00 55 info@gyr.ch