



Berufsbild des Goldschmiedes im 21. Jahrhundert

von Alfred J. Römer
2019

Inhalt:

Vorwort	2
Schmuckerzeugung im 20. Jahrhundert	3
Die Schmucklandschaft im 21. Jahrhundert	4
Das Drei-Säulen-Modell des Goldschmiedes moderner Prägung	5



Vorwort

Bis in die zweite Hälfte des 20. Jhdts. hinein war der Arbeitsbereich des gewerblichen Goldschmiedes in Österreich vor allem darauf ausgerichtet, den Schmuckhändler (Juwelier) mit Ware zu beliefern. Die Berufsqualifikation eines Goldschmiedes war auf die technische Umsetzung und Erzeugung von Schmuckstücken konzentriert, die nach standardisierten oder vorgegebenen Entwürfen gefertigt wurden. Der selbständige Meister war die Ausnahme, das Profil eines unselbständig Beschäftigten war die Regel.

Mit der Einführung und Umsetzung industrieller Fertigungsmethoden und der damit verbundenen Auslagerung der Produktionsbetriebe an günstigere Standorte¹ fiel der Schmuck & Juwelenhandel als Abnehmer der heimischen Schmuckerzeugung großräumig und innerhalb kurzer Zeit weg. Der Aufbau einer neuen Kundenschicht (Stichwort ‚Privatkunden‘) begann.

Einige Veränderungen der Jahre 1970-1990 scheinen mir besonders erwähnenswert:

- Schmuck aus Edelmetall wird zum Konsumgut (zusätzlich zu seinem Status als Luxusgut)
- Die Konkurrenz erhöht sich durch die Öffnung des österreichischen Marktes in Richtung Europa, einfachere Importregelungen der EFTA / EWR gipfeln im Beitritt zur EU
- Die Firmengrößen schrumpfen drastisch (heute sind bereits 80 - 90% aller Goldschmiede echt, oder unecht selbständig!)
- Einführung der Luxussteuer 30% (32%) in Österreich, Ölpreisschock, Goldpreis-Höchststände
- Die Wertschöpfung verlagert sich von der Produktion zur Dienstleistung
- ab 1989 Öffnung der Ostgrenzen (Slowenien, Ungarn, Tschechien, Slowakei)

Nachfolgende Übersicht illustriert die branchenspezifischen Veränderungen im letzten Jahrhundert im Wechselspiel mit den gesellschaftlichen Entwicklungen in Österreich und der Internationalisierung der Wirtschaft.

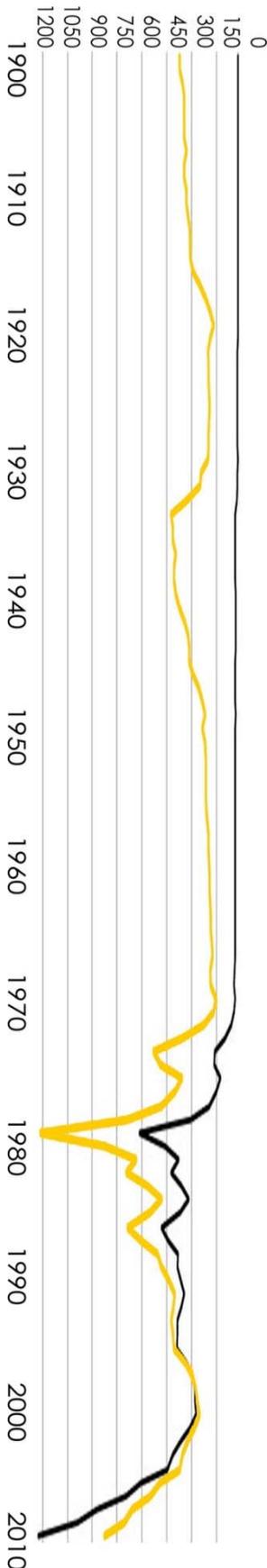
Die erweiterte Schmucklandschaft im 21. Jahrhundert weist dem zeitgenössischen Edelmetall-Schmuckmacher einen konkreten Platz zu und zeigt für welche gesellschaftlichen Aufgaben er zuständig ist und sinnvoll ausüben kann, und welche nicht.

Unschwer lässt sich daraus ein neues und erweitertes Berufsbild ableiten, das sowohl an die Ausbildung als auch an die Umsetzungsstrategien des Goldschmiedes neue Anforderungen stellt.

¹ bezüglich Österreich war dies zunächst die deutsche und italienische Schmuckindustrie, dann erfolgte eine Verlagerung nach Fernost. Eine weitere Umlagerung nach findet seit Jahren bereits statt.



Schmuckerzeugung im 20. Jahrhundert



	gesellschaftliche Bedeutung	Art der Produktion	Stile
1900	große Schmuck-Häuser beliefern eine zunehmend bürgerlich geprägte Gesellschaft, die ihr neuerlangtes Selbstverständnis mit vormals aristokratischen Luxusartikeln ausgedrückt	manufaktorielle Produktion in Betrieben mit bis zu 100 Beschäftigten – Arbeitsteilung und Spezialisierung; der Handwerker als Arbeiter	Jugendstil
1910	Einschnitt durch den Weltkrieg		„Gold gab ich für Eisen“
1920	das Bürgertum übernimmt die Vorherrschaft des kulturellen Lebens, Schmuck wird in einem breiten Spektrum angeboten, von billigen bis enorm aufwendigen Stücken	Ausdifferenzierung der Produktionsweisen von Manufaktur bis gewerblicher Fertigung	Art Deko
1930	Schmuck wird Ausdruck des Lebensgefühls, exklusiver Modeschmuck ist elementarer Bestandteil des Schmuckverständnisses; der Schmuckhandwerker gewinnt bürgerliches Ansehen		
1940	Einschnitt durch den Weltkrieg Schmuckproduktion kommt zum Erliegen	der Neubeginn nach dem Krieg erfolgt mit einfachsten Mitteln, kaum Ressourcen an Know-how und Werkzeug	
1950	Nachkriegsproduktion läuft an; Schmuck ist neben Pelz einziger Luxusartikel, der Wert des Schmuckstückes ermisst sich vor allem aus dem Material, Arbeit ist günstig	in mittelgroßen Firmen (10-30) gewerblichen Zuschnittes wird vor allem Edelmetall verarbeitet – so gut wie keine Steine; einfache Verarbeitung	Zitate aus Vorkriegsmotiven ,Wiener Schnörkel‘
1960	Schmuck wird für breite Teile der Bevölkerung erschwinglich (vermehrter Einsatz von Vermeil-Synthesen); zu Pelzen kommen jetzt Autos und Urlaub als Luxus-Konkurrenz hinzu; Rubin-Saphir-Smaragd-Brillant beherrschen das Bild	gewerbliche Firmen (Familien-Betriebe) versorgen die heimische Nachfrage; manufaktorielle Fertigung;	,Mehrfarben-Gold‘ Weißgoldwelle
1970	Ölpreis-Schock, Goldpreis steigt um Vielfaches, Luxus-Steuer – gleichzeitig entwickelt sich ein neues Lebensgefühl: es wird bunter und im Schmuck tauchen neue Schmucksteine auf (Synthesen verschwinden)	der Schmuck-Handel beginnt aus Deutschland und aus Italien zu importiert, dort verändert sich Schmuck-Produktion hin zu industrieller Fertigung	Skandinavische r Stil freie Formen, Schmuck als Kunst
1980	Schmuck ist nur mehr ein Teil des Angebotes von Luxusartikeln (Elektronik, Computer, Urlaub), Modeschmuck tritt auf,	österr. Produktion tritt gegenüber Importen aus industrieller Fertigung zurück	geometrische Formen, Schmuck als Objekt
1990	eine neue, einkommensstarke Klasse entsteht: jung, Manager, Börse und schnelles Geld kommen in Mode. Schmuck steht nicht mehr für ‚konservativen Wert‘ sondern für einen ‚Luxus-Gebrauchsgegenstand‘. Der individuelle Schmuckerzeuger wird zum ‚Künstler‘	Deutschland lagert industrielle Schmuckproduktion nach Fernost aus, heimische Produktion geht weiter zurück, Firmengröße nimmt weiter ab, Einmann-Betriebe nehmen zu	Zeit der ‚teuren Steine‘, kapitalintensive Exklusivität der verwendeten Materialien
2000	Die Ausdifferenzierung von Schmuck als Verbrauchs-, Gebrauchs-, und Luxus-Gegenstand etabliert sich und bereitet damit die Startbedingungen für das Schmuckverständnis des neuen Jahrtausends vor.	32,60% aller Schmuckerzeuger (Punzierberechtigten) in Österreich arbeiten unter den rechtlichen Bedingungen des Künstlers und nicht mehr als Gewerbe.	die Individualität wird exklusiv, im weiten Feld verwendeter Stile



Die Schmucklandschaft im 21. Jahrhundert

Schmuck umfasst heute ein weitgespanntes Spektrum ausdrucksstarker Produkte, die sich sowohl stilistisch als auch nach dem Aufwand² aufzählen lassen. Klassische Zuordnungen nach Alter oder gesellschaftlicher Position lassen sich hingegen kaum noch finden. Die einzelnen Schmuck-Kategorien werden unabhängig voneinander verwendet und benützt, um den individuellen Ausdruck des zeitgenössischen Schmuck-Konsumenten zu maximieren.

Kein Schmuckmacher, welcher Spezialisierung auch immer, kann sich dieses Umfeldes entziehen und sollte einen professionellen Überblick über einschlägige Trends, Moden und Entwicklungen besitzen.

Kategorie	Art	Anwendung	Herstellung
Körperschmuck unmittelbar am Körper, eher niedriger finanzieller Aufwand bei starkem Effekt	Körperbemalung	Schminke, Bodypainting	individuell
	Tätowierung	reicht vom Abziehbild bis zum klassischen Tattoo	industriell
	Piercing	Piercing, Branding, Ziernarben	individuell
Modeschmuck wie Kleidung verwendet, modisches Accessoire, aber auch oft Talisman-Funktion	Holz		industriell
	Kunststoff		industriell
	Metall		industriell
Standardschmuck Bereich des traditionellen Schmuckes aus Edelmetall, mittlerer bis höherer finanzieller Aufwand	Verbrauchsschmuck	Ketten, zarte Ringe eventuell mit synthetischen Edelsteinen	industrielle Produktion
	Gebrauchsschmuck	dekorative, modische & gefällige Stücke	industrielle Produktion, aber auch
	Konfektionsware	klassische Handelsware	Arbeitsbereich der Schmuck-Reparatur
Exklusivschmuck stellt hohen Aufwand dar, bezüglich Zeit, Geld und Engagement	Anfertigung exklusive Einzelstücke	Umarbeitungen	Arbeitsbereich des Edelmetall-Schmuckmachers aufgrund der Aufwands- <u>Ertragsrelation</u>
		Verarbeitung beigestellter Steine	
Anfertigung nach Entwurf			
aufwendige Anfertigung mit langer Planungs- & Vorlaufzeit			
designte Konzept-Kollektionen			

² gemeint ist das jeweils eingebrachte Engagement, die Zeit und/oder Geld



Das Drei-Säulen-Modell des Goldschmiedes moderner Prägung

Grundsätzlich ist der zeitgenössische Schmuckmacher Teil seiner gesellschaftlichen & kulturellen Umwelt und gleichberechtigter Partner seiner Kunden.

Er wird diese nur erreichen können, wenn er die Interessen, Vorlieben und Moden seines Zielpublikums in authentischer Weise kennt und teilt.

Darüber hinaus ist er zuständig für die spezialisierte Schmuck-Kompetenz dieser jeweiligen Lebenswelt und verantwortlich für die qualitätsvolle und adäquate Ausformulierung in diesem - seinem - Gesellschaftsbereich und in diesen hinein.

Fachkompetenz über Kunstgeschichte & zeitgenössische Strömungen	die Kernkompetenz der edelmetall-handwerklichen Fähigkeiten	Marketing- & Vertriebskompetenz
<ul style="list-style-type: none">■ Kunstgeschichte überdurchschnittliche Kenntnisse der allgemeinen Kunstgeschichte■ spez. Schmuckgeschichte Fachkompetenz auf dem Gebiet der Schmuckgeschichte■ Fachliteratur ständig aktualisierte Kompetenz der zeitgenössischen Schmuck- & Modestile und Kenntnisse der Innovationen, um in der Kundenbetreuung auf dem neuesten Stand zu bleiben	<ul style="list-style-type: none">■ Praxis Ausbildung in den grundlegenden, goldschmiedischen Techniken■ Materialkunde & Technologie Ausbildung auf dem Gebiet der Schmuck- & Hilfsmaterialien (Edelmetall-Legierungen, Edelsteine, Synthesen, Nicht-Edel-Metalle) – allgemeine und spezielle, sowie historische Fertigungstechniken■ Physik & Chemie überdurchschnittliche Kenntnisse physikalisch-chemischer Grundlagen■ Spezialisierung individuelle Spezialisierung in der Schmuckproduktion in Hinblick auf die Entwicklung einer USP³	<ul style="list-style-type: none">■ Unternehmensführung Kenntnisse der allgemeinen Betriebsführung, insbesondere der Buchführung & Kalkulation■ Informationstechnologie Kompetenz auf den Gebieten der Informationsverarbeitung (insbesondere allgemeine Kenntnisse am PC, Mailing, Internet, Layout & Präsentationstechniken)■ strategisches Management Planungskompetenz (langfristige Konzepte für Ausstellungen, Kollektionen, Unternehmensstrategien)■ Networking Arbeiten im Netzwerk (um einerseits die eigene Spezialisierung nach außen zu tragen und andererseits auf andere Spezialisten zugreifen zu können)

Jede einschlägige und professionelle Ausbildung zum Edelmetall-Schmuckmacher hat auf diese erweiterte Kompetenzanforderung einzugehen. Nur so lässt sich sicherstellen, dass ein zeitgenössischer Goldschmied in Bezug auf die Qualität der Arbeit, den Service und das Image innerhalb seiner Zielgruppe besteht und bezüglich seiner Wertschöpfung nicht an den Rand gedrängt wird.

³ Unique Selling Proposition (Terminus der Ökonomie) – ein einzigartiges/spezialisiertes Verkaufsangebot; jener Wettbewerbsvorteil, der die Identität der Geschäftsidee symbolisiert und zum Synonym eines Unternehmens werden kann; Jene Spezialisierung, für die man bekannt ist.