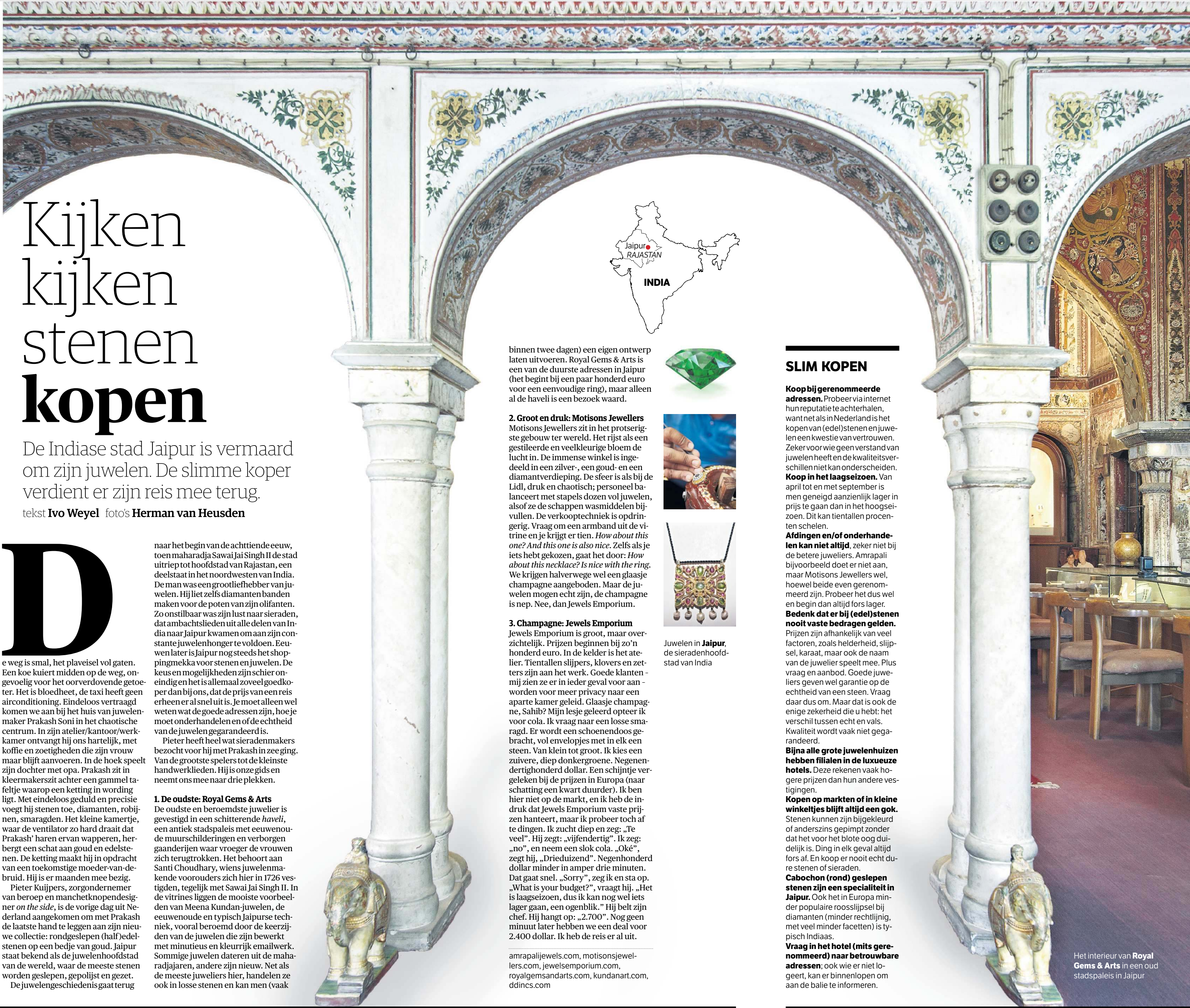




Kijken kijken stenen kopen

De Indiase stad Jaipur is vermaard om zijn juwelen. De slimme koper verdient er zijn reis mee terug.

tekst **Ivo Weyel** foto's **Herman van Heusden**

De weg is smal, het plaveisel vol gaten. Een koe kuiert midden op de weg, on-gevoelig voor het oorverdovende getoe-ter. Het is bloedheer, de taxi heeft geen airconditioning. Eindeloos vertraagd komen we aan bij het huis van juwelen-maker Prakash Soni in het chaotische centrum. In zijn atelier/kantoor/werk-kamer ontvangt hij ons hartelijk, met koffie en zoetigheden die zijn vrouw maar blijft aanvoeren. In de hoek speelt zijn dochter met opa. Prakash zit in kleermakerszit achter een gammel ta-feltje waarop een ketting in wording ligt. Met eindeloos geduld en precisie voegt hij stenen toe, diamanten, robijn-en, smaragden. Het kleine kamertje, waar de ventilator zo hard draait dat Prakash' haren ervan wapperen, her-bergt een schat aan goud en edelste-nen. De ketting maakt hij in opdracht van een toekomstige moeder-van-de-bruid. Hij is er maanden mee bezig.

Pieter Kuipers, zorgondernemer van beroep en manchetknopendesig-ner *on the side*, is de vorige dag uit Ne-derland aangekomen om met Prakash de laatste hand te leggen aan zijn nieu-we collectie: rondgeslepen (half)edel-stenen op een bedje van goud. Jaipur staat bekend als de juwelenhoofdstad van de wereld, waar de meeste stenen worden geslepen, gepolijst en gezet. De juwelengeschiedenis gaat terug

naar het begin van de achttiende eeuw, toen maharadja Sawai Jai Singh II de stad uitriep tot hoofdstad van Rajastan, een deelstaat in het noordwesten van India. De man was een grootliefhebber van ju-welen. Hij liet zelfs diamanten banden maken voor de poten van zijn olifanten. Zo onstilbaar was zijn lust naar sieraden, dat ambachtslieden uit alle delen van In-dia naar Jaipur kwamen om aan zijn con-stante juwelenhonger te voldoen. Eeu-ven later is Jaipur nog steeds het shop-pingmekka voor stenen en juwelen. De keus en mogelijkheden zijn schier on-eindig en het is allemaal zoveel goedko-per dan bij ons, dat de prijs van een reis erheen er al snel uit is. Je moet alleen wel weten wat de goede adressen zijn, hoe je moet onderhandelen en of de echtheid van de juwelen gegarandeerd is. Pieter heeft heel wat sieradenmakers bezocht voor hij met Prakash in zee ging. Van de grootste spelers tot de kleinste handwerklieden. Hij is onze gids en neemt ons mee naar drie plekken.

1. De oudste: Royal Gems & Arts
De oudste en beroemdste juwelier is gevestigd in een schitterende *haveli*, een antiek stadspaleis met eeuwenou-de muurschilderingen en verborgen gaanderijen waar vroeger de vrouwen zich terugtrokken. Het behoort aan Santi Choudhary, wiens juwelenma-kende voorouders zich hier in 1726 ves-tigden, tegelijk met Sawai Jai Singh II. In de vitrines liggen de mooiste voorbeel-den van Meena Kundan-juwelen, de eeuwenoude en typisch Jaipurse tech-niek, vooral beroemd door de keerzij-den van de juwelen die zijn bewerkt met minutieus en kleurrijk emailwerk. Sommige juwelen dateren uit de maha-radjajaren, andere zijn nieuw. Net als de meeste juweliers hier, handelen ze ook in losse stenen en kan men (vaak

binnen twee dagen) een eigen ontwerp laten uitvoeren. Royal Gems & Arts is een van de duurste adressen in Jaipur (het begint bij een paar honderd euro voor een eenvoudige ring), maar alleen al de haveli is een bezoek waard.

2. Groot en druk: Motisons Jewellers
Motisons Jewellers zit in het protserig-ste gebouw ter wereld. Het rijst als een gestileerde en veelkleurige bloem de lucht in. De immense winkel is inge-deeld in een zilver-, een goud- en een diamantverdieping. De sfeer is als bij de Lidl, druk en chaotisch; personeel ba-lanceert met stapels dozen vol juwelen, alsof ze de schappen wasmiddelen bij-vullen. De verkooptechniek is opdrin-gerig. Vraag om een armband uit de vi-trine en je krijgt er tien. *How about this one? And this one is also nice.* Zelfs als je iets hebt gekozen, gaat het door: *How about this necklace? Is nice with the ring.* We krijgen halverwege wel een glaasje champagne aangeboden. Maar de ju-welen mogen echt zijn, de champagne is nep. Nee, dan Jewels Emporium.

3. Champagne: Jewels Emporium
Jewels Emporium is groot, maar over-zichtelijk. Prijzen beginnen bij zo'n honderd euro. In de kelder is het ate-lier. Tientallen slijpers, klovers en zet-ters zijn aan het werk. Goede klanten-mij zien ze er in ieder geval voor aan-worden voor meer privacy naar een aparte kamer geleid. Glaasje champag-ne, Sahib? Mijn lesje geleerd opteer ik voor cola. Ik vraag naar een losse sma-ragd. Er wordt een schoenendoos ge-bracht, vol envelopjes met in elk een steen. Van klein tot groot. Ik kies een zuivere, diep donkergroene. Negenen-dertighonderd dollar. Een schijntje ver-geleken bij de prijzen in Europa (naar schatting een kwart duurder). Ik ben hier niet op de markt, en ik heb de in-druk dat Jewels Emporium vaste prij-zen hanteert, maar ik probeer toch af te dingen. Ik zucht diep en zeg: „Te veel”. Hij zegt: „vijfendertig”. Ik zeg: „no”, en neem een slok cola. „Oké”, zegt hij, „Drieduizend”. Negenhonderd dollar minder in amper drie minuten. Dat gaat snel. „Sorry”, zeg ik en sta op. „What is your budget?”, vraagt hij. „Het is laagseizoen, dus ik kan nog wel iets lager gaan, een ogenblik.” Hij belt zijn chef. Hij hangt op: „2.700”. Nog geen minuut later hebben we een deal voor 2.400 dollar. Ik heb de reis er al uit.

amrapalijewels.com, motisonsjewel-
lers.com, jewelsemporium.com,
royalgemsandarts.com, kundanart.com,
ddincs.com



Juwelen in **Jaipur**, de sieradenhoofdstad van India

SLIM KOPEN

Koop bij gerenommeerde adressen. Probeer via internet hun reputatie te achterhalen, want net als in Nederland is het kopen van (edel)stenen en juwe-len een kwestie van vertrouwen. Zeker voor wie geen verstand van juwelen heeft en de kwaliteitsver-schillen niet kan onderscheiden. **Koop in het laagseizoen.** Van april tot en met september is men geneigd aanzienlijk lager in prijs te gaan dan in het hoogse-izoen. Dit kan tientallen procent-en schelen.

Afdingen en/of onderhandelen kan niet altijd, zeker niet bij de betere juweliers. Amrapali bijvoorbeeld doet er niet aan, maar Motisons Jewellers wel, hoewel beide even gerenom-meerd zijn. Probeer het dus wel en begin dan altijd fors lager. **Bedenk dat er bij (edel)stenen nooit vaste bedragen gelden.** Prijzen zijn afhankelijk van veel factoren, zoals helderheid, slijp-sel, karaat, maar ook de naam van de juwelier speelt mee. Plus vraag en aanbod. Goede juwe-liers geven wel garantie op de echtheid van een steen. Vraag daar dus om. Maar dat is ook de enige zekerheid die u hebt: het verschil tussen echt en vals. Kwaliteit wordt vaak niet gega-randeerd.

Bijna alle grote juwelenhuizen hebben filialen in de luxeuze hotels. Deze rekenen vaak ho-gere prijzen dan hun andere ves-tigingen.

Kopen op markten of in kleine winkeltjes blijft altijd een gok. Stenen kunnen zijn bijgekleurd of anderszins gepimpt zonder dat het voor het blote oog dui-delijk is. Ding in elk geval altijd fors af. En koop er nooit echt du-re stenen of sieraden.

Cabochon (rond) geslepen stenen zijn een specialiteit in Jaipur. Ook het in Europa min-der populaire rooslijpsel bij diamanten (minder rechtlijnig, met veel minder facetten) is ty-pisch Indiaas.

Vraag in het hotel (mits gere-nommeerd) naar betrouwbare adressen, ook wie er niet lo-geert, kan er binnenlopen om aan de balie te informeren.

Het interieur van **Royal Gems & Arts** in een oud stadspaleis in Jaipur



In transit

Ivo Weyel reist de wereld rond. Van Parijs tot Bangkok.

500 km EETSTRAAT

De een begint een restaurant, de ander een hotel of café, maar Cédric Naudon pakt het iets groter aan: hij begint een straat. Deze designliefhebbende rijkwaard kocht de ganse Rue du Verbois in **Parijs** (bij de Place de la République), doopte haar La Jeune Rue en engageerde topdesigners als Paola Navone, de Campana broers, Studio Job, Tom Dixon, Patricia Urquiola, Jasper Morrison, Michele De

Lucchi en Ingo Maurer om van elk pand iets bijzonders te ma-ken. Alles wordt culinair inge-vuld: restaurants, traiteurs, bakker, slager, restaurant, crê-perie, allemaal organisch en onbespoten. Naudons budget van 35 miljoen euro is ietwat overschreden, maar dat weer-houdt hem er niet van zijn blik op andere steden te richten. In elke stad een straat. „*New York, here I come*”, is zijn devies.

7.810 km PITTORESKE ARMOEDE

Cuba en Amerika worden weer vriendjes. Aangehaalde (han-dels)banden betekenen ook dat het toerisme in Cuba gaat ex-ploderen. Nieuwe hotels, snelle toeristenvisa, uitgebreid vlieg-verkeer met de USA. **Cuba** staat op alle toeristische to do lijstjes voor 2015 dan ook op *numero uno*. Ga nu onverwijld, raden de reisbladen aan, voor het te laat is en Cuba zijn eigenheid is verloren. Voor de jaren vijftig auto's uit het straatbeeld verdwijnen en die kleine illegale eethuizen, Hypocriet vind ik dat. Het be-tekent dat wij dat soort landen liever in pittoreske armoede willen zien, dan in nieuw verworven welstand, want daarmee vervalt dat typische (lees: armoedige) patina waar wij zo dol op zijn. Een reistip in die trant, van Jan des Bouvrie, spreekt boekdelen: „Met een gids fietsen door de krottenwijken van Bangkok: geweldig!”

8.949 km LASTMINUTEKAMER

Hotels zitten zelden 100 procent vol. Dus wat doen ze met die lege kamers, vroeg Sam Shank zich af. Zijn oplossing was even een-voudig als geniaal: verzamel ze op een app en bied ze last minute tegen dumpprijzen aan. HotelTonight werkt simpel: je loopt door New York (of een van de andere 50 deelnemende Amerikaanse steden), vult NY in, en een keur aan kamers verschijnt tegen een schijntje van de normale prijs. In Europa doet alleen nog Londen mee, maar dit jaar volgen meer Europese steden. Hotels zijn zo blij met HotelTonight dat ze niet meer alleen kamers op de dag zelf aanbieden, maar zelfs een week van tevoren. Opmerkelijk: Amsterdammers behoren tot de belangrijkste gebruikers.

hoteltonight.com

9.175 km DUTCH CHEF IN THAILAND

De culinaire trend is dat alles van dichtbij moet komen. Moes uit eigen tuin, vlees van de boer om de hoek, kippen schar-rend in de voortuin. Dat vin-den wij goed voor het milieu en goed voor ons. Zo niet in **Thai-land**. Daar vinden ze alles wat van verre komt juist goed. Wat gunstig is voor Henk Savelberg die zijn sterrenrestaurant in Voorburg sloot („Ik heb het he-lemaal gehad met dat crisisge-zuur in Nederland”) om op 61-jarige leeftijd opnieuw te be-

ginnen in hartje Bangkok. Met medeneming van een deel van zijn Hollandse brigade kookt hij daar nu in zijn nieuwe, uiterst chique toptent weer de sterren van de hemel. Daar is geen woord Thais bij. Kalfsvlees uit Holland, oesters uit Frankrijk. De bediening (louter dames) draagt een oranje sjaal en zelfs de zeep in de wc is oranje.

savelbergth.com

intransit@nrc.nl