

München, 19. Februar 2018

Presseinformation

Ausstellerplus und starke Geschäftsabschlüsse: INHORGENTA MUNICH 2018 beflügelt internationale Schmuck- und Uhrenbranche

Andrea Crasselt
PR Manager
Tel. +49 89 949 21478
Andrea.crasselt@messe-
muenchen.de

Die INHORGENTA MUNICH war für vier Tage erneut der internationale Treffpunkt für die Schmuck-, Uhren-, und Edelsteinbranche. Vom 16. bis 19. Februar kamen rund 27.000 Fachbesucher aus über 70 Ländern nach München, um die Schmuck- und Uhrentrends des Jahres zu entdecken.

Sie wächst und wächst: Erneut verzeichnet die INHORGENTA MUNICH als internationale Order- und Kommunikationsplattform für die Schmuck-, Edelstein- und Uhrenbranche starken Zuwachs. 1.026 Aussteller aus 42 Ländern nahmen an der Messe teil – ein Plus von vier Prozent gegenüber dem Vorjahr. In den sechs Ausstellungshallen mit einer Gesamtfläche von 65.000 Quadratmetern fiel vor allem die Qualität der Präsentationen ins Auge.

Das Segment FINE JEWELRY in Halle B1 verzeichnete 25 Neuzugänge, darunter international ausgerichtete Marken wie die Wredener Schmuckmanufaktur Niessing, die dänische Designschmiede Georg Jensen und der italienische Schmuckhersteller Piero Milano.

Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München, ist zufrieden mit der Resonanz der Besucher und Aussteller: „Wir hatten durchweg positive Rückmeldungen für die INHORGENTA MUNICH 2018, aber auch generell zur Entwicklung der Messe in den vergangenen Jahren“, sagte Dittrich. „Es ist kein leichtes Unterfangen, allen Ausstellern und Besuchern gleichermaßen gerecht zu werden. Ich denke, wir haben diese Herausforderung hervorragend gemeistert“.

Aus Sicht des Handelsverbandes Juweliere (BVJ) ist die INHORGENTA MUNICH ein voller Erfolg. Präsident Stephan Lindner sagte: „Als Kontakt- und

Messe München GmbH
Messegelände
81823 München
Deutschland
messe-muenchen.de



Presseinformation | 19. Februar 2018 | 2/2

Orderplattform ist die Messe unverzichtbar und wirkt als wichtiger Impuls- und Ideengeber. Hier werden die maßgeblichen Entscheidungen für das Sortiment in dieser Saison getroffen.“

Das spiegelt sich in den Erfahrungen der Aussteller wider. Fabian Meister, Geschäftsführer der Schmuckmanufaktur Meister, zieht ein durchweg positives Fazit: „Wir konnten interessante Neukunden bei uns am Stand begrüßen, darunter auch Einkäufer aus dem europäischen Ausland. Unsere Erwartungen wurden deutlich übertroffen.“

Sandro Erl, Geschäftsführer der Schmuckmanufaktur Niessing, ist davon überzeugt, dass sich durch die starke internationale Ausrichtung die Bedeutung der Messe weiter festigen wird: „Die Messe wird als führende Schmuckmesse immer wichtiger für uns und die gesamte Branche“, sagte Erl.

Auch der italienische Erstaussteller Nanis, der mit seiner raffinierten Kette „Trasformista“, dieses Jahr den INHORGENTA AWARD in der Kategorie „Fine Jewelry“ gewann, plant schon für das nächste Jahr: „Wir sind froh, in diesem Jahr in München dabei gewesen zu sein. Die Auszeichnung ist für uns eine große Ehre. Wir kommen nächstes Jahr mit Sicherheit wieder“, sagte Laura Bicego, Inhaberin und Designerin von Nanis.

Ein Messe-Highlight war die Verleihung des 2. INHORGENTA MUNICH AWARD. Auf der Galaveranstaltung am Sonntagabend im Postpalast in München feierten über 500 Gäste aus Wirtschaft, Kultur, Politik und Medien gemeinsam mit der Branche. Der Award wurde erstmals in sieben Kategorien vergeben. Mit der neuen AWARD-Kategorie „Smart and Connected Watch of the Year“, in der die Schweizer Traditionsmarke TAG Heuer gewann, reagierte die INHORGENTA MUNICH gezielt auf den internationalen Erfolg der Smartwatches.

„Smarte Uhren sind ein zentrales Zukunftsthema“, sagte Marc Czemper, Senior Sales Manager Europe bei Casio. „Besonders Hybrid-Uhren, also Uhren im analogen Design mit smarten, nützlichen Zusatzfunktionen, sind im Fokus. Die Nachfrage steigt immer weiter und das Potenzial wächst spürbar.“

Eine hochrangige Jury hatte aus mehr als 100 Einsendungen aus neun Ländern die Sieger gekürt. Zur Jury gehörten Schauspielerin und Designerin Barbara

Presseinformation | 19. Februar 2018 | 3/3

Becker, Topmodel Franziska Knuppe, Patricia Riekkel, ehemalige Chefredakteurin Bunte, Anja Heiden, Mitglied der Geschäftsleitung bei Wempe, Designer

Markus Hilzinger, Uhrenexperte Gisbert Brunner und Prof. Christine Lüdeke von der Hochschule für Gestaltung Pforzheim. Den begehrten Publikums-Preis gewann der spanische Schmuckdesigner Jaime Moreno mit seinem ausgefallenen Collier „Tornasol“.

Ein optisches Highlight waren auch dieses Jahr wieder die JEWELRY SHOWS. 14 internationale Models präsentierten ausgewählte Schmuckstücke auf dem Laufsteg. Zoe Helali, die Muse von Guido Maria Kretschmer, war das Gesicht der Show. Sie trug eine Perlenkreation von Célia von Barchewitz zu einem Kleid des Fashionlabels Irene Luft.

Erstmals gastierte ein Partnerland auf der INHORGENTA MUNICH: Polen präsentierte über 300 preisgekrönte Bernsteinschmuckstücke in Halle C2 im Rahmen der Ausstellung „Baltic Amber. Tradition & Innovation“. 40 polnische Aussteller und eine Bernsteinschleiferei, in der Künstler aus Danzig live Schmuckstücke für die Messebesucher anfertigten, komplettierten den Auftritt des Gastlandes auf der Messe.

Digitalisierung als Megatrend

Die INHORGENTA MUNICH rückte in diesem Jahr insbesondere das Thema Digitalisierung in den Mittelpunkt. Die Messe kam damit dem Wunsch vieler Aussteller entgegen, die sich intensiv über die aktuellen Trends in der Branche austauschen wollten. Auf dem „Digital Forum“ konnten die Besucher in zahlreichen Veranstaltungen das Thema diskutieren.

Für die traditionelle Designermarke Georg Jensen ist das Thema Online-Handel sehr wichtig. „Eine zentrale Herausforderung der Branche ist es, jüngere Zielgruppen zu gewinnen, ohne die Stammklientel zu verlieren“, sagte Gesa Michahelles, Managing Director für die Region DACH bei Georg Jensen. „Der Weg dahin führt über eine kluge Kombination von Offline- und Online-Angeboten. Wir machen sehr gute Erfahrungen mit dem Thema E-Commerce.“ Die INHORGENTA MUNICH wird diese Entwicklung aktiv begleiten. „Wir befinden uns gemeinsam mit der Branche in einer Phase des Umbruchs“, sagte

Presseinformation | 19. Februar 2018 | 4/4

Stefanie Mändlein, Projektleiterin der INHORGENTA MUNICH. „Wir wollen die Herausforderungen gemeinsam mit unseren Ausstellern meistern. Für die Schmuck- und Uhrenbranche wollen wir weiterhin Kommunikations-Plattform und vertrauensvoller Partner sein. Unsere maßgeschneiderten Lösungen für unsere Kunden sind unsere oberste Priorität.“

Im kommenden Jahr wird die INHORGENTA MUNICH vom 22. bis zum 25. Februar 2019 ihre Tore öffnen.

Weitere Informationen zur INHORGENTA MUNICH finden Sie unter:

<https://www.inhorgenta.com/>

Weitere Informationen zum INHORGENTA AWARD: www.inhorgenta-award.de.

Fotos finden Sie [hier](#), Videos [hier](#) sowie in der [Messe München Mediathek](#).

Messe München

Die Messe München ist mit rund 40 Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien allein am Standort München einer der weltweit führenden Messeveranstalter. 14 dieser Veranstaltungen sind in ihrer Branche international die Nummer 1. Mehr als 30.000 Aussteller und rund zwei Millionen Besucher nehmen jährlich an den Veranstaltungen auf dem Messegelände, im ICM – Internationales Congress Center München und im MOC Veranstaltungszentrum München teil. Darüber hinaus veranstaltet das Unternehmen Fachmessen in China, Indien, der Türkei und in Südafrika. Mit Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien und in Afrika und mit über 60 Auslandsvertretungen, die mehr als 100 Länder betreuen, ist die Messe München weltweit präsent.