

Nr. 12
München, 15. Februar 2016

Schlussbericht

Corinna Feicht
Projekt-PR Referentin
Trade Fair PR Manager

Tel. +49 89 949-21477
corinna.feicht@messe-muenchen.de

INHORGENTA MUNICH 2016: Neues Messekonzept überzeugt

- Stabile Besucherzahlen
- Große Zufriedenheit bei Ausstellern und Besuchern
- OPENING mit prominenten Gästen wie Nadja Auermann, Lena Meyer-Landrut und Ralf Bauer
- Zukunftsthemen im Fokus

Ein neues Messekonzept stärkte dieses Jahr die INHORGENTA MUNICH nachhaltig in ihrer Position als eine der weltweit führenden Messen der Schmuck- und Uhrenbranche. Aussteller und Besucher waren sich einig, dass vor allem die stilvoll gestalteten Hallen A1 „Timepieces“, B1 „Fine Jewelry“ und die Halle C2 „Contemporary Design & Vision“ ihr Ziel erreicht haben. Die Zufriedenheit der Besucher spiegelt sich auch in den Umfrageergebnissen der Gelszus Messe-Marktforschung wider: 92 Prozent der Befragten beurteilten das neue Konzept der Messe als ausgezeichnet, sehr gut oder gut. Vor allem die konsequente Konzentration auf die einzelnen Segmente – Uhren in Halle A1, hochwertige Schmuckmarken in Halle B1 – konnte überzeugen.

„Wir sind mit dem Verlauf der INHORGENTA MUNICH 2016 überaus zufrieden“, so Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München. „Wir haben in den letzten Monaten viel Engagement und Kreativität in die Vorbereitung der INHORGENTA MUNICH investiert und intensiv mit Ausstellern, Besuchern und Partnern zusammengearbeitet. Der konstruktive Austausch hat Früchte getragen. Die neuen Hallenkonzepte, Foren und Rahmenveranstaltungen haben Aussteller und Besucher gleichermaßen überzeugt. Die Stimmung auf der Messe war sehr positiv und zeigt uns, dass

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

wir auf dem richtigen Weg sind. Wir arbeiten bereits an der Weiterentwicklung für die nächste Veranstaltung.“

940 Aussteller aus 33 Ländern beteiligten sich an der diesjährigen INHORGENTA MUNICH. Darunter viele Neuaussteller und Rückkehrer.

Ein glanzvoller Messeauftakt: Prominente Gäste beim INHORGENTA OPENING

Die 43. INHORGENTA MUNICH startete mit einem avantgardistischen Event in den ersten Messetag. Die Halle B1 bot die passende Bühne für eine Jewelry und Fashion Show. Angeführt von Stilikone Nadja Auermann, Model Cathy Hummels und ihrer Schwester Vanessa Fischer sowie Ralf Bauer wurden edle Schmuckstücke und Uhren der Aussteller den wichtigsten Juwelieren Europas präsentiert. Unter den Zuschauern waren auch zahlreiche Prominente zu sehen. Unter anderem die TV Moderatorinnen Karen Webb, Funda Vanroy und Annemarie Carpendale. Im Anschluss begeisterte Sängerin Lena Meyer-Landrut mit einem Live-Konzert die geladenen Gäste bei der INHORGENTA NIGHT im Münchener Club P1.

Stabile Besucherzahlen

Vom 12. bis 15. Februar 2016 kamen rund 26.000 Fachbesucher aus 75 Ländern, um sich über Neuheiten, Trends und Entwicklungen der Branche zu informieren. Die größten Besuchergruppen (in dieser Reihenfolge) kamen aus Deutschland, Österreich, Italien, Schweiz, Niederlande, Spanien und Großbritannien. Vertreten waren unter anderem auch Russland, China und Israel. Die Zahl der Entscheider auf Besucherseite hat deutlich zugenommen.

Profis für Profis: Ein vielseitiges Rahmenprogramm lieferte wichtige Impulse

Im Rahmen der 43. INHORGENTA MUNICH präsentierten sich zum ersten Mal das Watch Innovation Forum in Halle A1 und der Web Campus in Halle C2. Beide Plattformen fanden bei den Besuchern starken Anklang. Beim Watch Innovation Forum standen Smartwatches und Wearables im Mittelpunkt. Beim Web Campus gaben internationale Experten den Fachbesuchern eine

Einführung in die Themen E-Commerce, Multi-Channel-Marketing sowie Social Media und beleuchteten deren Bedeutung für eine zukünftige und erfolgreiche Wettbewerbsfähigkeit.

„Mit dem Watch Innovation Forum und dem Web Campus haben wir wichtige Zukunftsthemen der Branche aufgegriffen“, so Messechef Klaus Dittrich. „Als eine der führenden internationalen Messen der Branche blickt die INHORGENTA MUNICH über den Tellerrand hinaus, zeigt neue Herausforderungen auf und kommuniziert deren Lösungen, um allen Branchenteilnehmern einen nachhaltigen Mehrwert zu bieten. Das gelang uns sehr gut.“

Der letzte Messetag bot ein maßgeschneidertes Programm für den Branchennachwuchs, das von Schülern und Studenten begeistert angenommen wurde. Beim ersten INHORGENTA Career Day informierten Unternehmen, Verbände und Fortbildungszentren über mögliche Wege in den Beruf, in die Selbständigkeit sowie über Weiterbildungs- und Finanzierungsmöglichkeiten.

Projektleiterin Stefanie Mändlein freut sich über die positive Resonanz der Aussteller und Besucher: „Das neue Messekonzept kam hervorragend an, das INHORGENTA OPENING fand großen Zuspruch und die Veranstaltungen des Rahmenprogramms waren stark frequentiert. Die vielen konstruktiven Gespräche während der Messe haben uns gezeigt, dass die INHORGENTA MUNICH auf dem richtigen Weg ist. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit der Branche werden wir die Messe im kommenden Jahr noch weiter voranbringen.“

Ausstellerstimmen zur INHORGENTA MUNICH 2016:

Marc Czemper, Sales Manager, Casio Europe: „Die Bemühungen der INHORGENTA MUNICH, die Messe attraktiver zu machen, waren in diesem Jahr deutlich spürbar: Die Hallen sind klarer strukturiert und attraktive Veranstaltungen ergänzen das Portfolio. Zudem sind wir mit der Qualität und

Frequenz der Gespräche mit deutschen und österreichischen Fachhändlern sehr zufrieden. Außerdem hat uns das Watch Innovation Forum überzeugt. Eine wichtige Einrichtung, um das Thema Smartwatches dem Handel näher zu bringen. Somit können die Fachhändler die neuen Techniken direkt erleben und wir haben gleichzeitig als Aussteller die Chance, unsere innovativen, smarten Uhren dem Handel vorzustellen.“

Nils Eckrodt, Geschäftsführer, Coeur de Lion: „Für uns war die INHORGENTA MUNICH sehr erfolgreich. Schon der erste Messetag hat die vorherigen Jahre übertroffen. Hier in Halle B2 „Elegance & Lifestyle“ passen die Sortimente sehr gut zusammen. Zudem ist die INHORGENTA MUNICH die einzige deutsche Schmuck- und Uhrenmesse, die Fachhändlern eine geeignete Plattform bietet, frei von Konzernzwängen ihre Order zu tätigen.

Alexander Corolli, Geschäftsführer, Al Coro: „Wir sind zum ersten Mal bei der INHORGENTA MUNICH dabei und sind sehr zufrieden. Uns gefällt besonders die gute Organisation und elegante Aufmachung der Halle B1. Auch die Aufteilung der Standplätze finden wir gelungen. Bei der HIGHLIGHT JEWELRY SHOW hat uns die ausdrucksstarke Choreographie beeindruckt.“

Adolfo Courier, Geschäftsführer, Adolfo Courier: „Uns hat die Teilnahme an der INHORGENTA MUNICH sehr gefallen. Alles lief zu unserer vollsten Zufriedenheit ab, auch die Konzipierung der Halle B1 mit ihrer Neugestaltung hat uns beeindruckt.“

Bernd Keil, Vertriebsleiter, Ehinger Schwarz 1876: „Der Service der INHORGENTA MUNICH ist toll, wir sind sehr gut unterstützt worden. Der Aufbau lief perfekt – es hat alles problemlos funktioniert. Zudem haben wir uns sehr sicher gefühlt, was auch der zuverlässigen Arbeit des Sicherheitsdienstes zu verdanken ist.“

Isabelle Mössner, Geschäftsführerin, IsabelleFa: „Wir freuen uns sehr über das neue Konzept der INHORGENTA MUNICH. Die Halle B1 ist spürbar

hochwertiger geworden und dementsprechend auch die nationalen und internationalen Juweliere, die uns besucht haben.“

Alexander Günter, Vertriebsleiter FH, Fossil Group: „Wir haben hier auf der INHORGENTA MUNICH eine hohe Besucherfrequenz wahrgenommen, was sich auch in der äußerst positiven Händlerresonanz widergespiegelt hat. Unser Konzept aus Informations- und Repräsentationsstand hat sich stimmig in das Gesamtkonzept der Halle A1 eingefügt – alles in allem ein sehr erfolgreicher Messeauftritt für die Fossil Group.“

Jörg Gellner, Geschäftsführer, Gellner: „Mit dem Verlauf und dem Ergebnis der INHORGENTA MUNICH 2016 sind wir sehr zufrieden. Unser Auftritt in München ist für uns sehr wichtig, da wir hier unsere aktuelle Kollektion erstmals präsentieren. Auch dieses Jahr war das Feedback unserer Kunden positiv. Wie auch in den Jahren zuvor, war die Zusammenarbeit mit der Messe München harmonisch. Besonders gefallen hat uns, dass viele Anregungen seitens der Aussteller auf der diesjährigen INHORGENTA MUNICH umgesetzt wurden und so ihre Bedeutung als wichtigste Schmuck- und Uhrenmesse noch mehr gestärkt wurde.“

Bernd Willi Ripp, Geschäftsführer, Groh + Ripp: „Wir waren mit dem Ergebnis sehr zufrieden. Wir konnten qualitativ gute Kundschaft bedienen. Auch die anderen Kollegen der Edelsteinbranche waren sehr zufrieden mit der Messe. Was wir von vielen Seiten – der Aussteller sowie von Seiten der Kunden berichten können – ist, dass alle mit der neuen Projektleitung Stefanie Mändlein sehr zufrieden sind.“

Martin Heinz, Geschäftsführer, Jörg Heinz: „Wir sind sehr erfreut, dass das neue Konzept in B1 so hervorragend angenommen wird. Für uns als Aussteller ist dadurch eine bessere Einkaufs- und Gesprächsatmosphäre geschaffen worden. Außerdem hat uns das Rahmenprogramm mit der HIGHLIGHT JEWELRY SHOW sehr gut gefallen.“

Heiko Nölke, Geschäftsführer, Henrich & Denzel: „Die Neugestaltung der Halle B1 gefällt uns sehr gut. Es ist deutlich spürbar, dass sich die INHORGENTA MUNICH in die richtige Richtung entwickelt. Eine noch stärkere Fokussierung auf deutsche Schmuckmanufakturen wäre für das kommende Jahr wünschenswert.“

Loek Oprinsen, Geschäftsführer, ILP-Group: „Dieses Jahr war die Teilnahme an der INHORGENTA MUNICH noch erfolgreicher als im Vorjahr. Wir konnten viele neue Geschäftskontakte knüpfen und das ist genau das, was eine erfolgreiche Messe ausmacht.“

Matthias Stotz, Geschäftsführer, Uhrenfabrik Junghans: „Der INHORGENTA MUNICH ist es gelungen, in der Uhrenhalle A1 ein neues Konzept erfolgreich umzusetzen. Die Wertigkeit der Halle hat nicht nur uns, sondern auch unsere Kunden sehr positiv überrascht. Mit der Anzahl unserer Besucher und der Auftragslage während der INHORGENTA MUNICH 2016 können wir zufrieden sein.“

Hans Peter Langkilde, Country Manager, Lars Larsen Watches: „Dieses Jahr haben wir zum ersten Mal an der INHORGENTA MUNICH teilgenommen und wir sind sehr von dem guten Service und steten Kontakt seitens der Messe beeindruckt. Auch mit der Besucher- und Händlerfrequenz sind wir zufrieden. Das Interesse an unserer Marke und die Orderbereitschaft der Händler war bereits am ersten Messetag sehr hoch.“

Fabian Meister, Geschäftsführer, Meister: „Die INHORGENTA MUNICH ist für uns stets ein wichtiger Termin im Jahr, da wir hier unsere langjährigen Kunden treffen. Die Umstrukturierung der Halle B1 gefällt uns sehr gut. Zudem haben wir erfreut festgestellt, dass die Messe seitens der Händler wieder äußerst positiv wahrgenommen wird. Es ist also nach außen gedrungen, dass sich die INHORGENTA MUNICH verändern will und meiner Meinung nach sind wir hier auf dem absolut richtigen Weg.“

Maria Garcia López, Marketing Manager, Misani: „Wir stellen auf der INHORGENTA MUNICH aus, weil wir möglichst viele Geschäftskontakte mit deutschen Händlern schließen wollen. Wir sind sehr erfreut, dass wir hier bereits sehr viele Kontakte knüpfen konnten. Auch internationale Fachhändler kamen zu uns an den Stand, was natürlich auch sehr wichtig für Misani ist. Daher können wir für unsere Marke sagen, dass sich die Messeteilnahme definitiv gelohnt hat.“

Christian Schaffrath, Geschäftsführer, Gebrüder Schaffrath: „Im Vergleich zum letzten Jahr ist sehr viel passiert. Toll, dass alle Konzepte, die im Vorfeld angedacht waren, auch genauso umgesetzt wurden. Auch die HIGHLIGHT JEWELRY SHOW hat am ersten Messeabend einen guten Eindruck hinterlassen. Wir sind sehr positiv gestimmt.“

Florian Anders, Geschäftsführer, Anders Superbrands: „Unsere Teilnahme an der INHORGENTA MUNICH hat sich gelohnt, ich war zufrieden mit meinem Standplatz und alle wichtigen Juweliere waren da.“

Daniel Friede, Geschäftsführer, TT Trendtime: „Die INHORGENTA MUNICH ist für die TT Trendtime der perfekte Rahmen, um die neuen Marken Henry London und V.O.S.T. Germany dem Fachhandel vorzustellen. Die Frequenz an unserem Stand war sehr gut, was uns natürlich sehr gefreut hat.“

Uwe Streb, Sales Director, TWC Group: „Wir sind mit unserer Teilnahme an der diesjährigen INHORGENTA MUNICH sehr zufrieden. Es haben sich sehr gute Gespräche ergeben und auch das Feedback der Fachhändler zur Messe kam bei uns sehr positiv an. Für TWC persönlich war es sehr wichtig, sich hier als Gruppe mit allen neuen Marken zu präsentieren. Die Neukonzeption der Uhrenhalle in A1 ist auf dem richtigen Weg. Für das nächste Jahr hoffen wir, dass noch mehr Marken die Messe bereichern.“

Frank Maier, Geschäftsführender Gesellschafter, Leo Wittwer: „Wir freuen uns sehr über die gelungene Neuausrichtung der INHORGENTA MUNICH –

speziell die Halle B1 ist besonders gut konzipiert. Auch die Idee der HIGHLIGHT JEWELRY SHOW als neues Event-Konzept wurde sehr gut umgesetzt. Die Richtung stimmt – weiter so!“

Stephan Lindner, Präsident Bundesverband der Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V. (BVJ):

„Den Puls der Branche konnte man die letzten vier Tage in München spüren und Taktgeber war die INHORGENTA MUNICH. Die Messe ist wieder auf dem richtigen Weg und hat im Handel eine hohe Akzeptanz. Die hohe Interesse der Fachbesucher und die Präsenz der Top-Einkäufer zeigt, wie wichtig die Veranstaltung für die Branche ist. Aus Handelssicht hat sich das Engagement der Aussteller voll gelohnt und wir sind sicher, dass die Messe im kommenden Jahr von diesem Erfolg profitieren wird.“

Weitere Informationen zur INHORGENTA MUNICH 2016 finden Sie unter www.inhorgenta.com, auf unserem Blog <http://www.inhorgenta-blog.de/> und auf Facebook: www.facebook.com/inhorgenta/

Fotos zum kostenlosen Download gibt es [hier](#), Videos finden Sie unter: <http://www.inhorgenta.com/messe/presse/services-fuer-journalisten/videos/> und auf 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.