

Nr. 03

München, 28. September 2017

Presseinformation

INHORGENTA TRENDFACTORY 2017:

Die Zukunft der Uhren – die Uhr der Zukunft

Ivanka Stefanova-Achter
PR Manager
Tel. +49 89 949-21488
ivanka.achter@
messe-muenchen.de

Wie und wohin entwickelt sich der Uhrenmarkt? Welche Rolle spielen Smart- und Connected Watches – und welche der Fachhandel? Diese Fragen stehen im Fokus der INHORGENTA TRENDFACTORY am 10. Oktober in Frankfurt am Main.

Mit einem Umsatzwachstum von mehr als 40 Prozent im vergangenen Jahr sind sie die derzeit wohl heißeste Erfolgsstory in der Uhrenbranche: Smart- und Connected Watches sind weltweit gefragt. Ist hier eine Revolution im Gange oder nur ein Hype, der wieder vorübergeht? „Auf jeden Fall ist eine völlig neue und erfolgreiche Produktkategorie entstanden, mit der sich der Fachhandel intensiv auseinandersetzen muss, wenn das Geschäft nicht an ihm vorbeigehen soll“, sagt Stefanie Mändlein, Projektleiterin der [INHORGENTA MUNICH](#). Die neue Ausgabe der INHORGENTA TRENDFACTORY, die am 10. Oktober in Frankfurt am Main stattfindet, wird sich deshalb mit der Zukunft des Uhrenmarktes und insbesondere mit den Smart- und Connected Watches beschäftigen.

Als Location für die Networking- und Kommunikationsplattform der INHORGENTA MUNICH in Zusammenarbeit mit dem [Bundesverband der Juweliere](#) (BVJ) wurde diesmal die Frankfurter „Klassikstadt“ (Orber Straße 4a) ausgewählt, ein Mekka für Oldtimer- und Sportwagen-Fans. „An diesem Ort trifft das Gestern auf Heute, Hightech auf Handwerkskunst, was so manche Parallele und Assoziation zur Uhrenbranche erlaubt“, sagt Stefanie Mändlein. Wie zum Beispiel: Sind Uhren bald nur noch ein Thema für einige wenige Sammler und nicht mehr für den Alltag? Welchen Nutzen erwarten junge Zielgruppen von

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



Presseinformation | 28. September 2017 | 2/2

etwas, das sie am Arm tragen? Was sind eigentlich die „Klassiker von morgen“, wenn allein Akkuleistung und Softwareupdates über die Lebensdauer des Produktes bestimmen? Und wie kann und muss sich der Fachhandel auf die neuen Mitbewerber um den Platz am Handgelenk einstellen? „Hierbei wollen wir unterstützen, informieren und diskutieren und konkretes Know-how vermitteln“, sagt Stefanie Mändlein.

Als Referenten und Podiumsgäste der Veranstaltung konnten zahlreiche bekannte Macher aus der Uhrenbranche gewonnen werden, darunter **Matthias Stotz, Geschäftsführer der Marke Junghans**, die einst mit der Funkuhr selbst eine Revolution in der Branche auslösten; **Marc Czemper, Sales Manager Europe der Marke Casio**, die bereits seit 2014 auf Connected Watches setzen; oder **Egbert Klapper, Inhaber und Geschäftsführer der Marke Michel Herbelin**, die seit Juli ihre erste eigene Connected Watch lancieren und der aus erster Hand von seinen Erfahrungen im Markt berichten kann. Ebenfalls zu Gast ist Simon Schön vom Navigations- und Trackingspezialisten Garmin, der stark im Uhrenbereich expandiert und dabei auch den Fachhandel als Vertriebskanal nutzt. **Beatrice Leonhardy** vom Marktforschungsunternehmen **GfK** in Nürnberg wird zudem aktuelle Zahlen zur Entwicklung des Marktes für Wearables, insbesondere für Smartwatches, präsentieren – und auch, über welche Kanäle sie vertrieben werden.

Die INHORGENTA TRENDFACTORY steht allen interessierten Fachhändlern sowie der Presse kostenlos offen, aufgrund der begrenzten Anzahl an Plätzen wird jedoch um Voranmeldung gebeten.

INHORGENTA TRENDFACTORY

10. Oktober 2017, ab 17:00 Uhr

Klassikstadt, Orber Str. 4a, Frankfurt am Main

[TRENDFACTORY: Einladung, Programm und Anmeldung](#)

Presseinformation | 28. September 2017 | 3/3

Weitere Informationen zur [INHORGENTA MUNICH](#)

[Fotos INHORGENTA MUNICH](#)

[Videos INHORGENTA MUNICH](#)

Messe München

Die Messe München ist mit über 50 eigenen Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien einer der weltweit führenden Messeveranstalter. Insgesamt nehmen jährlich über 50.000 Aussteller und rund drei Millionen Besucher an den mehr als 200 Veranstaltungen auf dem Messegelände in München, im ICM – Internationales Congress Center München, im MOC Veranstaltungszentrum München sowie im Ausland teil. Zusammen mit ihren Tochtergesellschaften organisiert die Messe München Fachmessen in China, Indien, Brasilien, Russland, der Türkei, Südafrika, Nigeria, Vietnam und im Iran. Mit einem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien, Afrika und Südamerika sowie rund 70 Auslandsvertretungen für mehr als 100 Länder ist die Messe München weltweit präsent.