

Nr. 12

München, 31. Januar 2018

Presseinformation

INHORGENTA MUNICH 2018

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

Verbraucherumfrage: Welcher Schmuck am Valentinstag punktet

Wer am Valentinstag seinem Herzblatt ein Schmuckstück schenken will, sollte ein möglichst zeitloses Design wählen: Das finden 78 Prozent der deutschen Verbraucher beim Schmuckkauf wichtig. Gut jeder Dritte legt sogar großen Wert darauf, ein einzigartiges Stück auszuwählen. Das sind Ergebnisse des [INHORGENTA Trend-Index 2018](#) der Messe München. Dazu wurden 1.060 Verbraucher in Deutschland bevölkerungsrepräsentativ befragt.

„Unsere Umfrage zeigt: Wer ein klassisches Design mit einer individuellen Note verbindet, hat am Valentinstag gute Aussichten seinen Liebling zu erfreuen“, sagt Stefanie Mändlein, Projektleiterin der INHORGENTA MUNICH. Für die Personalisierung von Schmuckstücken bietet sich beispielsweise eine persönliche Gravur oder ein Edelstein in der Lieblingsfarbe an. „Auf der INHORGENTA MUNICH präsentieren unsere Aussteller im Februar ein umfangreiches Angebot - vom klassischen Design bis zu individuellen Farbsteinen der Saison.“

Diamonds are forever

Modebewusste Verbraucher orientieren sich bei der Wahl eines Schmucksteins an den Trendfarben der Laufstege in New York, Paris oder Mailand. Gleichzeitig gilt: „Kostbare Edelsteine begeistern ihre Besitzer stets unabhängig von Mode und aktuellen Trends“, sagt Mändlein. Die Umfrage bestätigt: Knapp 70 Prozent der Deutschen sind überzeugt, dass Diamantschmuck in Zukunft genauso angesagt bleibt wie heute. Aktuell legen 61 Prozent Wert darauf, dass Ketten, Ringe & Co. aus wertvollen Materialien wie Gold oder Diamanten gearbeitet sind.

Emotionaler Wert

Um den persönlichen Wert eines Präsents zu erhöhen, sollte ein Schmuckstück an einem speziellen Tag überreicht werden: 61 Prozent der Deutschen

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



Presseinformation | 31. Januar 2018 | 2/2

empfehlen, Schmuck sollte mit einem besonderen Anlass verbunden sein, um den emotionalen Wert zu steigern. Darin sind sich Frauen (64 Prozent) und Männer (58 Prozent) einig.

Sich selbst verwöhnen

Wer sich selbst etwas gönnen will, geht dafür ebenfalls zum Juwelier: 60 Prozent der Verbraucher kaufen Schmuck oder Uhren, um sich selbst etwas Gutes zu tun – gut jeder Zweite kauft Schmuck als Geschenk.

INHORGENTA-Trend-Index 2018 – Uhren und Schmuck

Für den [INHORGENTA Trend-Index 2018](#) der Messe München wurden im September 2017 bevölkerungsrepräsentativ insgesamt rund 4.000 Verbraucher in Deutschland (N=1.060), Großbritannien (N=1.025), der Schweiz (N=1.001) und Italien (N=1.118) von einem Marktforschungsinstitut zu den Trends in der Uhren- und Schmuckbranche befragt.

INHORGENTA 2018 – Die Welt von Schmuck, Edelsteinen und Uhren

Die ganze Welt von Schmuck, Edelsteinen und Uhren wird vom 16. bis 19. Februar 2018 auf der [INHORGENTA MUNICH](#) gezeigt. Gemeinsam mit den Herstellern, Designern und dem Schmuck-Großhandel gestaltet die Messe erfolgreich die Zukunft der Branche. Auf einer Hallenfläche von 65.000 Quadratmetern treffen sich rund 1.000 Aussteller aus 40 Ländern sowie rund 30.000 Fachhändler aus über 70 Ländern.

Weitere Informationen zur [INHORGENTA MUNICH](#)

[Presseinformationen INHORGENTA MUNICH](#)

[Fotos INHORGENTA MUNICH](#)

[Videos INHORGENTA MUNICH](#)

Presseinformation | 31. Januar 2018 | 3/3

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.