

München, 31. Oktober 2018

## Presseinformation

# Wachstumspotenziale der Schmuckbranche 5. INHORGENTA TRENDFACTORY in London

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

Die 5. INHORGENTA TRENDFACTORY in der pulsierenden Metropole London hat erneut gezeigt, wie wichtig der ganzjährige Informationsaustausch für die internationale Schmuck- und Uhrenbranche ist. Mehr als 50 Gäste aus Industrie und Handel kamen am 30. Oktober 2018 in der historischen Goldsmiths' Hall zusammen, um neue Kontakte zu knüpfen und Zukunftstrends zu diskutieren.

Für die Branche ist die INHORGENTA TRENDFACTORY mittlerweile zum festen Forum für den fachlichen Austausch über aktuelle und künftige Wachstumstrends geworden. Mit der Veranstaltungsreihe ist die internationale Fachmesse für Uhren, Schmuck- und Edelsteine, INHORGENTA MUNICH, bereits seit 2015 auf Tour und machte bislang Station in Hamburg, Köln, New York und Frankfurt.

„Schmuck stellt eine emotionale Verbindung zwischen Menschen her. Im heutigen digitalen Zeitalter möchten Menschen sich weiterhin mit Menschen austauschen, besuchen daher immer noch gerne Messen und kaufen Schmuck im Einzelhandel“, sagte Jo Henderson. Sie gründete in Großbritannien gemeinsam mit Paul Henderson die erfolgreiche Juwelierskette Wave Jewellery. Seit 2014 betreibt sie mit JHJ Consultancy ihr eigenes Beratungsunternehmen für die Schmuckbranche. In ihrem einleitenden Vortrag sprach sie über Chancen für Händler in der Customer Journey.

Andrew Warner, Managing Director der international erfolgreichen, britischen Schmuck- und Lifestylemarke Anchor & Crew, bestätigt die Bedeutung der INHORGENTA MUNICH und der sie begleitenden Veranstaltungen für die Erschließung wichtiger Wachstumspotenziale im europäischen Markt. „Wir

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



**Presseinformation** | 31. Oktober 2018 | 2/2

haben es mit einigen europäischen Shows versucht. Die INHORGENTA MUNICH, eine in der Tat internationale Messe, war jedoch die stärkste Messe. Bevor wir 2015 erstmals in München ausgestellt haben, hatten wir noch gar keinen deutschen Kundenbestand. Die INHORGENTA MUNICH spielte für uns eine zentrale Rolle im Hinblick auf unsere Verkäufe in ganz Europa“. Warner berichtete über die Europa-Strategie von Anchor & Crew.

Veranstaltungen wie die INHORGENTA TRENDFACTORY werden auch angesichts sich schnell wandelnder Trends immer wichtiger. „Märkte und Trends wandeln sich heute schneller und grundlegender denn je. Digitalisierung, E-Commerce, ein verändertes Konsumverhalten von nachwachsenden Generationen, das gestiegene Bewusstsein für nachhaltiges Handel und neue Business-Modelle bewegen aktuell die Branche. Daher ist es wichtig, dass Hersteller, Marken, Handel und wir als Plattform der Branche im ständigen Austausch bleiben, um diese Herausforderungen gemeinsam zu meistern“, sagt Stefanie Mändlein, Projektleiterin der INHORGENTA MUNICH.

Ein Schwerpunkt auf der 5. INHORGENTA TRENDFACTORY in London lag auf dem Thema der Nachhaltigkeit, das auch in der Uhren- und Schmuckindustrie zunehmend an Bedeutung gewinnt. Viele Schmuckmarken, darunter Harriet Kelsall und Anna Loucah setzen auf den Einsatz ethisch einwandfreier Rohstoffe.

Die Notwendigkeit und die Möglichkeiten des nachhaltigen Handels in der Schmuck- und Uhrenbranche erörterten in einer Podiumsdiskussion Dr. Fabiana Di Lorenzo von der Organisation Levin Sources, die sich für den verantwortungsvollen Abbau von Rohstoffen einsetzt, sowie Edward Johnson vom Responsible Jewellery Council, in dem sich mehr als 1.000 Unternehmen weltweit ethischer, sozialer und ökologischer Standards verpflichtet haben. „Nachhaltiger Schmuck ist ein sich ständig wandelndes Ziel, das sich nur schwer perfektionieren lässt und im Laufe der Zeit stets weiterentwickeln wird. Es sind die Konsumenten, die von der Schmuckbranche ein verantwortungsvolles

**Presseinformation** | 31. Oktober 2018 | 3/3

Management erwarten, und dies auch in Bezug auf den Schutz der Umwelt, und der Menschen in der Lieferkette,“ sagte Edward Johnson.

Die Relevanz als internationale Plattform für Handel und Industrie spiegeln auch die Anmeldezahlen für die INHORGENTA MUNICH 2019 wider. Nach aktuellem Stand ist allein die Anzahl ausländischer Aussteller gegenüber 2018 um beeindruckende 43 Prozent gestiegen (Stand: Oktober 2018). Bisher haben sich insgesamt 948 Unternehmen und Marken für den kommenden Branchentreff in München vom 22. bis 25. Februar 2019 angemeldet. Das entspricht einer Zunahme von rund 20 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Die nächste INHORGENTA TRENDFACTORY findet am 6. November 2018 in Zürich statt. Dort stehen die Themen Digitalisierung und E-Commerce auf der Agenda.

Weitere Informationen zur

[INHORGENTA TRENDFACTORY](#)

[INHORGENTA MUNICH](#)

[Fotos INHORGENTA MUNICH](#)

[Videos INHORGENTA MUNICH](#)

### **Über die INHORGENTA TRENDFACTORY**

Die INHORGENTA TRENDFACTORY verbindet die internationale Schmuck-, Uhren- und Edelsteinbranche und bringt Industrie sowie Handel zusammen. Ein internationales Netzwerk, gemeinsamer Austausch und die aktuellen Themen der Branche stehen im Mittelpunkt. Dabei wagt die TRENDFACTORY stets den inspirierenden Blick in die Zukunft und über den Tellerrand hinaus.

### **Über die INHORGENTA MUNICH**

Die INHORGENTA MUNICH, Internationale Fachmesse für Uhren, Schmuck und Edelsteine, ist die Order- und Kommunikationsplattform der Branche und bildet den Markt in seiner ganzen Vielfalt ab. In sechs Hallen der Messe München präsentieren Aussteller aus aller Welt ihre neuesten Kreationen. Durch ihr umfangreiches Rahmenprogramm mit den Jewelry Shows, dem INHORGENTA FORUM und dem

**Presseinformation** | 31. Oktober 2018 | 4/4

INHORGENTA AWARD bietet sie einen fundierten Überblick über die internationalen Trends und Entwicklungen. 2018 kamen 1026 Aussteller aus 42 Ländern und über 27.000 Besucher aus 70 Ländern zur Messe nach München. Die nächste INHORGENTA MUNICH findet vom 22. bis zum 25. Februar 2019 statt.

## **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.