

München, 7. November 2018

Presseinformation

Digitalisierung in der Schmuck- und Uhrenbranche 6. INHORGENTA TRENDFACTORY in Zürich

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

Auf der 6. INHORGENTA TRENDFACTORY am 6. November 2018 in Zürich nutzten Vertreter der Schmuck- und Uhrenbranche aus Deutschland und der Schweiz die Gelegenheit zum Austausch. Auf der Agenda standen das zentrale Branchenthema E-Commerce sowie das Konsumverhalten neuer Generationen.

Mit Stationen in Hamburg, Köln, New York, Frankfurt, London und nun Zürich hat sich die INHORGENTA TRENDFACTORY seit 2015 zu einer etablierten Netzwerk-Plattform der Schmuck- und Uhrenbranche entwickelt. Rund 60 Gäste aus Handel und Industrie diskutierten am Dienstagabend in der Bar CLOUDS mit Panorama-Blick auf Zürich die Wachstums-Potentiale der Branche.

Kommunikations- und Marketingexperte Reto Anderhub (Geschäftsleitung & Beratung, Talfrisch GmbH) beleuchtete das Konsumverhalten der Generationen Y (30 bis 39 Jahre) und Z (18 bis 25 Jahre). „Gerade die Hersteller von Unikatschmuck sollten bedenken, dass jüngere Konsumenten Produkte online finden und untereinander vergleichen wollen. Das heißt nicht, dass jeder Goldschmied einen Onlineshop benötigt. Aber wer seinen Schmuck und die Preisschilder nur im Geschäft zeigt, kommt bei einem Großteil potenzieller Kunden gar nicht in die mögliche Auswahl: Wer nicht online ist, existiert nicht.“ Jüngere Zielgruppen seien als Kunden überaus relevant, nachhaltiger Konsum sei hier besonders wichtig, so Anderhub. „Die Erfahrung zeigt, dass gerade jüngere Generationen bereit sind, mehr Geld für ein besseres, sozial und ökologisch verträgliches Produkt auszugeben“, so sein Fazit.

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



Presseinformation | 7. November 2018 | 2/2

Oliver Retz (Segment Marketing Manager, UPS United Parcel Service) stellte die Ergebnisse der europäischen UPS-Studie „Pulse of the Online Shopper“ vor. In der Studie von 2017, für die 6.478 Onlinekäufer aus Frankreich, Deutschland, Italien, Polen, Spanien und Großbritannien befragt wurden, wird das Kaufverhalten von Konsumenten analysiert. Reichweitenerhöhung durch Onlinepräsenz sei dabei für die erfolgreiche Innovation im Einzelhandel entscheidend. „71% der europäischen Online-Einkäufer kaufen bei einem internationalen Online-Einzelhändler. Hier gilt es mehr denn je, die Kundenerfahrung attraktiv zu gestalten“, so Retz.

Welche Chancen bietet E-Commerce der Schmuckbranche und dem Juwelier in der Praxis? Diese Frage stand im Fokus der Podiumsdiskussion mit meinungsbildenden Vertretern aus Handel und Industrie, darunter Christoph Brack (Brack & Gut AG), Sahak Demirci (Sahak Jewellery AG), Jörg Gellner (Gellner), Ramona Matthaei (Juwelier Messerer) und Fritz Ming (Helen Kirchhofer AG). Der Geschäftsführer der deutschen Schmuckmanufaktur Gellner, Jörg Gellner, plädierte für eine ausgewogene Mischung von E-Commerce und stationärem Handel: "Natürlich ist es heutzutage für den Kunden sehr wichtig, eine Marke online erleben zu können. Der Schmuckkauf an sich sollte jedoch auf einer persönlichen Ebene erfolgen, um den schönen, oft emotionalen Anlass angemessen zu zelebrieren. So wird die Faszination des Schmucks noch verstärkt“, sagte er.

Fritz Ming von der Helen Kirchhofer AG, einem der führenden Anbieter von Uhren- und Schmuck in der Schweiz, betonte die Relevanz von E-Commerce: „Einen Onlineshop nur eingeschränkt zu betreiben, ist nicht möglich. Unsere Webseite verstehen wir als unseren Flagship-Store, wir setzen stark auf die Weiterentwicklung digitaler Lösungen.“

Angesichts der sich schnell und grundlegend wandelnden Märkte, technischen Möglichkeiten und Anforderungen der Käufer werden Veranstaltungen wie die INHORGENTA TRENDFACTORY immer wichtiger. „Ein verändertes Konsumverhalten von nachwachsenden Generationen, neue digitale Business-Modelle und das gestiegene Bewusstsein für nachhaltige Produkte bewegen

Presseinformation | 7. November 2018 | 3/3

aktuell Hersteller und Handel. Es ist uns wichtig, dass die INHORGENTA MUNICH als Plattform der Branche im ständigen Austausch mit unseren Ausstellern und Besuchern vor Ort bleibt, um diese Herausforderungen gemeinsam zu meistern. Die Schweiz mit vielen traditionellen Uhrenmanufakturen ist dabei ein Gradmesser für Wandel und Veränderungen in unserer Branche. Unser Event in Zürich hat wieder einmal gezeigt, wieviel Potential es hier im gemeinsamen Austausch gibt“, sagt INHORGENTA MUNICH Projektleiterin Stefanie Mändlein.

Diese INHORGENTA MUNICH 2019 vermeldet aktuell erfreuliche Zahlen. Nach aktuellem Stand ist die Anzahl ausländischer Aussteller gegenüber 2018 um 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.

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

Presseinformation | 7. November 2018 | 4/4

Aussteller aus aller Welt ihre neuesten Kreationen. Durch ihr umfangreiches Rahmenprogramm mit den Jewelry Shows, dem INHORGENTA FORUM und dem 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.