

München, 25. Februar 2019

Presseinformation

INHORGENTA MUNICH setzt Wachstumskurs fort

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

Die INHORGENTA MUNICH zieht eine positive Messebilanz. Mit 1.052 Ausstellern aus 41 Ländern verzeichnete die internationale Fachmesse der Uhren-, Schmuck- und Edelsteinbranche ein Plus von 2,5 Prozent. Die Zahl der Uhrenaussteller wuchs sogar um 16 Prozent. Die Messe begrüßte erneut rund 27.000 Besucher. Besonders deutlich war das Interesse aus dem Ausland.

„Unsere positiven Erwartungen konnten tatsächlich noch einmal übertroffen werden“, sagt Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München. „Die Experten-Einschätzungen einer rückläufigen Konjunktur waren auf dieser Messe nicht zu spüren. Im Gegenteil: Die Branche blickt voller Optimismus auf das Geschäftsjahr 2019. So erfuhren wir in Gesprächen mit Ausstellern und Fachbesuchern von vielen positiven Geschäftsabschlüssen.“

Stephan Lindner, Präsident des Handelsverbandes Juweliere (BVJ), äußerte sich ebenfalls sehr positiv über die Messe: „Die INHORGENTA MUNICH ist für den Fachhandel ein Erfolgsmodell. Das Konzept überzeugt nicht nur immer mehr Aussteller, sondern auch die Juweliere. An München führt für die Branche kein Weg vorbei.“

Eines der Unternehmen, die erstmals mit einem eigenen Stand auf der INHORGENTA MUNICH vertreten waren, war Garmin. Die Erwartungen des weltweit führenden Herstellers von hochwertigen Smartwatches und Wearables scheinen sich voll erfüllt zu haben. „Der Uhrenfachhandel gehört für Garmin zu den wichtigsten und auch am stärksten wachsenden Absatzmärkten. Deshalb möchten wir uns auch in den kommenden Jahren auf Messen wie der INHORGENTA MUNICH als Aussteller etablieren“, sagte Kai Tutschke, Geschäftsführer der DACH-Region bei Garmin.

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



Presseinformation | 25. Februar 2019 | 2/2

Internationale Uhren-Marken loben Qualität der INHORGENTA MUNICH

Ein positives Fazit zieht auch die Weltmarke Citizen, die mit ihren Schweizer Brands Frederique Constant, Alpina und Bulova auf der INHORGENTA MUNICH 2019 vertreten war. „Wir haben eine hohe Anzahl von Interessenten und konnten bereits Neukundengeschäft realisieren. Wir freuen uns auf das nächste Jahr!“, sagt Karsten Isermann, Director Sales der Citizen Group.

Auch der renommierte Uhrenhersteller Maurice Lacroix konnte nach einer 16-jährigen Abstinenz von einer Rückkehr überzeugt werden. „Die vergangenen vier Messe-Tage haben uns in vollem Umfang darin bestätigt, dass es die richtige Entscheidung war, als Aussteller auf die INHORGENTA MUNICH zurückzukehren“, sagte Geschäftsführer Stéphane Waser.

Eine Premiere auf der INHORGENTA MUNICH feierte auch die weltbekannte italienische Schmuckmanufaktur Marco Bicego, die Persönlichkeiten wie Rihanna, Kylie Minogue oder Hillary Clinton zu ihren Kunden zählt. „Die INHORGENTA MUNICH war eine interessante Gelegenheit, um unsere Präsenz auf dem deutschen Markt zu verstärken, was für uns besonders wichtig ist“, erklärte Inhaber Marco Bicego.

Insgesamt verzeichnet die Messe einen Zuwachs bei den Uhren-Ausstellern um starke 16 Prozent. Dittrich: „Es bestätigt uns darin, auch weiterhin auf unsere großen Stärken zu setzen: die Entwicklung neuer Ideen und Fortführung erfolgreicher Konzepte.“

Zu einem Highlight der Messe hat sich der zum dritten Mal verliehene INHORGENTA AWARD entwickelt, eine Auszeichnung für die besten Schmuckstücke, Uhren und Designer. Eine neunköpfige Jury um Schauspielerin Bettina Zimmermann, Top-Model Franziska Knuppe oder Designer Markus Hilzinger kürte die Sieger in acht Kategorien. Gewinner der „Smart & Connected Watch of the Year“ wurde Garmin mit seinem Modell Fenix 5 Plus.

Presseinformation | 25. Februar 2019 | 3/3

Ebenso wie ihre Kollegen aus dem Uhren-Bereich waren auch die Schmuck-Aussteller der INHORGENTA MUNICH 2019 positiv gestimmt. „Wir sind sehr zufrieden dieses Jahr – vor allem über die Besucherfrequenz auf unserem neu konzipierten Stand. Wir konnten zahlreiche neue Aufträge abschließen und viele für uns wichtige Partner erreichen. Für uns ist die INHORGENTA MUNICH wichtig, weil die Kunden vor Ort unser Konzept viel besser und tiefgreifender verstehen“, sagt Alexander Leuz, Geschäftsführer der Diamantschmuck-Manufaktur Schaffrath.

Auch Martin Heinz, Geschäftsführer von Jörg Heinz und Mitglied von German Finest, zeigt sich begeistert: „Das Shop-in-Shop-Konzept von German Finest ist nicht zuletzt auch für Kunden aus aller Welt konzipiert, um dort ein Statement für die deutsche Schmuckkultur zu setzen. Doch hier auf der INHORGENTA MUNICH konnten wir tolle neue Kontakte auch mit Juwelieren aus dem deutschsprachigen Raum herstellen. Es ist uns gelungen, die Essenz von German Finest und unserem neuen Friends-Konzept sichtbar zu machen, wofür wir viel Zuspruch erfahren haben.“

Auf diese positive Stimmung setzt die Messe München auch für die INHORGENTA MUNICH 2020, die vom 14. bis 17. Februar 2020 stattfinden wird.

Weitere Informationen zur

[INHORGENTA MUNICH](#)

[Fotos INHORGENTA MUNICH](#)

[Videos INHORGENTA MUNICH](#)

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 INHORGENTA AWARD bietet sie einen fundierten Überblick über die internationalen Trends und Entwicklungen. 2019 kamen 1.052 Aussteller aus 41 Ländern und rund

Presseinformation | 25. Februar 2019 | 4/4

27.000 Besucher aus über 70 Ländern zur Messe nach München. Die nächste INHORGENTA MUNICH findet vom 14. bis zum 17. Februar 2020 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.