



OPTIMIERTES ANGEBOT VON A BIS Z OPTIMAL OFFER FROM A TO Z

Die inhorgenta-Zeit ist angebrochen: Ordergespräche, Informationsgewinn und das Knüpfen neuer Kontakte stehen auf der Tagesordnung.

It's inhorgenta time: Discussions about orders, gaining new information and establishing new contacts are all on the agenda.

► Die inhorgenta 2011 begrüßt ihre Besucher mit einer optimierten Hallenstruktur. Die Orientierung unter den mehr als 1.150 Ausstellern auf einer Fläche von über 66.000 Quadratmetern fällt so noch leichter. Mit der neuen Segmentierung spiegelt die inhorgenta den aktuellen Schmuck- und Uhrenmarkt wider. Dieses zeigt sich auch in den neuen Hallenbezeichnungen.

Die Premiumhalle B1 wird mit hochwertigem Schmuck und edlen Uhren zur »Selection«. In der neuen »Lifestyle«-Halle B2 präsentieren sich trendorientierte Schmuckmarken. Lose Perlen, Edelsteine und Edelsteinschmuck gilt es in Halle C1 mit dem Namen »Carat« zu entdecken. »Contemporary Design« beschreibt das Angebot an Designschmuck und Silberobjekten in Halle C2. Mit »Timepieces« ist auch bei Halle A1 der Name Programm. Und in Halle A2 finden sich unter der Überschrift »Bijoux/



Klaus Dittrich

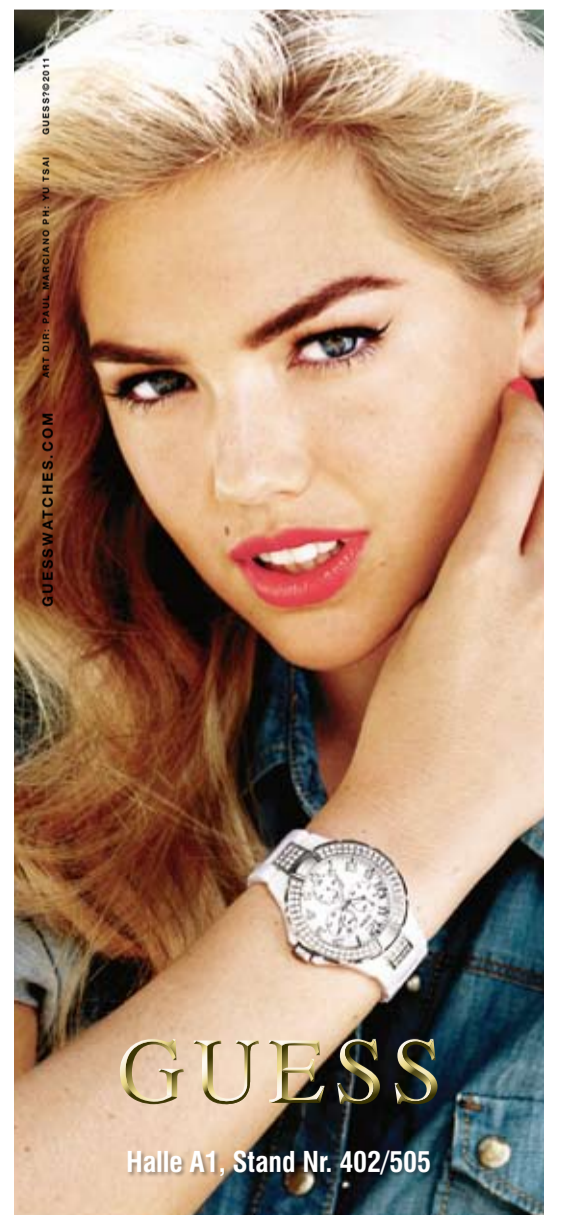
Technology« Technik- und Präsentationskonzepte sowie modisch orientierter Schmuck. Neu ist zudem der Schwerpunkt Trauringe. So können sich die Besucher zum Beispiel im Hochzeits-Concept-Store im Platin-Forum Inspirationen für den Trauringverkauf holen. Über die aktuellen Entwicklungen in der Branche informiert die inhorgenta-Akademie, welche ein umfangreiches Angebot an Vorträgen und Podiumsdiskussionen bietet. Neuer Veranstaltungsort ist der Konferenzraum B1 am Expressway, welchen man über die Rolltreppe im Eingangsbereich West erreicht. Apropos Eingang. Wer kennt ihn nicht, den bei typischem Februarwetter »erfrischenden« Weg vom Parkhaus zum Eingang West? Dabei gibt es bereits seit verganginem Jahr den Eingang Nord-West, über den man trockenen Fußes die Messe erreicht. Dank eines neuen Beschilderungssystems werden in diesem Jahr sicher noch mehr Besucher diesen komfortablen Weg finden.

Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München GmbH: »Die Bedürfnisse des internationalen Fachhandels stehen bei der inhorgenta immer im Fokus. Mit der schärferen Profilierung und Inszenierung der einzelnen Segmente trägt die inhorgenta als Innovations- und Trendplattform der aktuellen Veränderung im Markt Rechnung und ermöglicht dem Fachhandel darüber hinaus eine bessere Orientierung.«

► inhorgenta 2011 welcomes visitors with an optimal new hall structure. It's now even easier for guests to find their way around the 1,150+ exhibitors over an area of 66,000 square metres. The new structure reflects the current watch and jewellery market. This is also reflected in the new hall labels. The Premium Hall B1 is now the »Selection« hall and contains high quality jewellery and sophisticated watches. The new »Lifestyle« hall B2 presents trendy jewellery brands. Loose pearls, gemstones and gemstone jewellery can be found in hall C1 under the name of »Carat«. »Contemporary Design« describes the range of designer jewellery and silver objects on offer in hall C2. »Timepieces«, the name of hall A1, likewise reflects the content of this area. And in hall A2, technology and presentation concepts as well as fashion jewellery are featured under the title of »Bijoux/Technology«. The focus on wedding rings is also new. Visitors can, for example, seek inspiration for buying a wedding ring in the wedding concept store of the Platinum Forum. The inhorgenta Academy provides information on the latest developments in the industry with a comprehensive range of presentations and podium discussions. The conference room B1 on the express-way is located alongside the events site and can be accessed via the escalator at the West entrance area. Regarding the entrance areas: who is not familiar with the »refreshing« journey from the car park to the West entrance in this typical February weather? Since last year, the North-West entrance has been available for a drier access to the trade fair centre. Thanks to a new signposting system, more visitors will hopefully be able to find this more comfortable route this year.

Klaus Dittrich, Chairman of the Management Board at Messe München GmbH: "inhorgenta always fo-

cus on the needs of the international trade. Thanks to the precise profiling and staging of the individual sectors, inhorgenta does justice to the ongoing changes on the market as a platform for trends and innovation and enables retailers to better orient themselves."





Sea-Shell-Cut-Collection

VOM ROHSTEIN ZUM JUWEL FROM RAW STONES TO JEWELLERY ITEMS

► Die älteste Diamantschleiferei Deutschlands, Ph. Hahn Söhne, begeht ihr 125-jähriges Jubiläum auf der inhorgenta 2011 mit einer Demonstration der Kompetenz, wenn es um die fachgerechte Behandlung der edlen Steine geht. Am Stand des Unternehmens kann live dabei zugehört werden, wie in den Arbeitsschritten Sägen, Reiben und Schleifen aus einem Rohdiamanten ein funkelnbesonderes Juwel wird. Zu sehen gibt es außerdem Sonderschliffe wie den Gabrielle-Schliff, dessen Schöpfer, Sir Gabriel S. Tolkowsky, persönlich am Stand von Ph. Hahn Söhne anwesend sein wird. »Die inhorgenta-Teilnahme ist für uns unverzichtbar. Nicht nur, um den Kontakt zu unseren Kunden zu pflegen, sondern auch um Neukunden zu gewinnen, sowohl aus dem Inland, dem europäischen Ausland und auch aus Übersee«, betont Inhaber Dieter Hahn.

► Germany's oldest diamond cutting business, Ph. Hahn Söhne, is celebrating its 125th anniversary at inhorgenta 2011 with a demonstration of its expertise in the professional treatment of gemstones. The stand of the company from Idar-Oberstein in Hall C1 will feature live demonstrations of the stages of work involved in transforming a raw diamond into a sparkling jewel, from sawing and rubbing to cutting. There will also be a wide range of special cuts on display such as the Gabrielle cut whose creator, Sir Gabriel S. Tolkowsky, will be attending the stand of Ph. Hahn Söhne in person. "Attending inhorgenta is essential for us. It's not just about maintaining contact with our customers but also about gaining new customers both from Germany, Europe and overseas," stresses company owner Dieter Hahn.

I Halle C1, Stand 301, Gang C

U.J.S. LÄDT EIN AN INVITATION FROM U.J.S.

► Das Branchenmagazin U.J.S. bietet den Gästen der inhorgenta 2011 ein spannendes und entspannendes Programm. So gibt es das Warenwirtschaftssystem WaWi U.J.S. zu entdecken. Ebenso unverzichtbar ist eine professionelle Fachliteratur. Auch dieses stellt U.J.S. vor. Zum Schmuzzeln regt U.J.S.-Karikaturist Michael Hüter an, der live seine Zeichnungen anfertigt. Und zum Entspannen nach dem ersten Messetag lädt das Branchenmagazin am Freitag ab 17 Uhr zur Blauen Stunde an den Messestand im Eingangsbereich West ein.

► The industry magazine U.J.S. is offering guests to inhorgenta 2011 an exciting and relaxing programme. There is the inventory control system (WaWi U.J.S.) to explore as well as the professional specialist literature, also presented by U.J.S. Caricaturist Michael Hüter will be making guests smile with his popular live sketches. And after a busy first day at the fair, the industry magazine is inviting guests to relax as part of Blue Hour at the trade fair stand in the West entrance area, from 17:00 on Friday.

I Eingangsbereich West, Stand 100

GENIESSEN SIE DIE INHORGENTA 2011! ENJOY INHORGENTA 2011!

► Auf der inhorgenta 2011 kann man sich nicht nur an den Neuheiten der Aussteller erfreuen. Auch in kulinarischer Hinsicht wird viel Genuss geboten. Zum Beispiel im Schlossrestaurant in Halle B1 »Selection«. In geschmackvollem Ambiente kredenzt hier der Meister seiner Klasse, Holger Stromberg, Gaumenfreuden erster Güte. Für den kleinen Hunger und einen Moment der Entspannung öffnet die Buddha-Bar in Halle B2 »Lifestyle« während der inhorgenta ihre Pforten. Hier gibt es zum stilvollen Getränk außerdem ein kostenloses WLAN-

Angebot. Nach Messeschluss lockt das Münchener Nachtleben. Idealer Ausgangspunkt ist die Bar Harlander unweit des Hofbräuhauses. Hier erhält man mit der inhorgenta-Eintrittskarte einen kostenlosen Begrüßungsdrink, Freitag bis Sonntag ab 20 Uhr. Genießen Sie die inhorgenta 2011!

► inhorgenta 2011 is about more than just enjoying the new features presented by exhibitors. There will also be plenty of great cuisine on offer, such as at the Schlossrestaurant in the Hall B1 (Selection). Here, master of his art, Holger Stromberg,

INHORGENTA AWARD 2011 INHORGENTA AWARD 2011

► Ein neues Highlight des Münchener Branchentreffs ist der inhorgenta award, welcher unter allen Ausstellern ausgelobt wird. Dem entsprechend sind die Kategorien, in denen sich beworben werden konnte, den Produktsegmenten der Messe angepasst. Carat, Contemporary Design, Lifestyle Brands, Selection, Timepieces, Tableware, Technology und Special. Hinzu kommt die Kategorie Lifetime Achievement, in der herausragende Persönlichkeiten der Branche geehrt werden. Über die Gewinner entscheidet eine international besetzte Jury aus Designern, Journalisten und Hochschulvertretern. Die Preisverleihung findet am Messesamstag um 16.45 Uhr im Schlossrestaurant in Halle B1 statt. Danach können die ausgezeichneten Stücke an den jeweiligen Ständen der Firmen und Kreativen begutachtet werden, unverkennbar gekennzeichnet mit dem inhorgenta-award-Logo.

► A new highlight of this industry gathering in Munich is the inhorgenta award, for which all

exhibitors are eligible. The categories for submissions reflect the product range at the fair: Carat, Contemporary Design, Lifestyle Brands, Selection, Timepieces, Tableware, Technology and Special. There is also a Lifetime Achievement category which honours exceptional personalities in the industry. An international jury of designers, journalists and university representatives selects the winners. The prizes will be awarded on Friday during the fair at 16:45 in the Schlossrestaurant in Hall B1. Afterwards, the winning pieces can be viewed at the relevant stands of the companies and designers, labelled with the inhorgenta award logo.



BLICK IN DIE ZUKUNFT LOOKING TO THE FUTURE

► Diesen wagt Natascha Glunz mit ihren Trendprognosen 2012, welche sie ihm Rahmen der inhorgenta akademie abgibt, Freitag und Samstag um 13 Uhr im Konferenzraum B11. Die Inhaberin der Trendagentur Glunzdesign gibt einen Ausblick auf die kommenden Trends rund um Mode, Schmuck und Lifestyle und will so Designern und Herstellern Inspirations- und Orientierungsquellen an die Hand geben. Welche Hotels sind angesagt, welche Stoffe und Farben hat die Fashionindustrie bereits für 2012 gewählt? Aus diesen und vielen anderen Informationen lässt sich ein vorherrschender Zeitgeist ableiten, welcher wiederum individuell in Schmuck und Uhren umgesetzt werden sollte. Dies gilt auch für Kollektionen ohne eigentlichen Anspruch darauf, trendy zu sein, so Natascha Glunz.

► Natascha Glunz will be taking this brave step with her trend forecasts for 2012, to be presented as part of the in-

horgenta academy on Friday and Saturday at 13:00 in conference room B11. The owner of the trends agency Glunzdesign will be offering insight into the forthcoming fashion, jewellery and lifestyle trends, thereby providing designers and manufacturers with an important source of inspiration and guidance. Which hotels are popular? Which fabrics and colours has the fashion industry already selected for 2012? The answers to these and many other questions give rise to a prevailing sense of the times which can be invested in creating individual watch and jewellery items. This is also relevant to collections which are not seeking to appear trendy, says Natascha Glunz.



Natascha Glunz

will be serving up top quality treats within a stylish ambience. Those in need of a snack and relaxation will find what they need in the Buddha-Bar in Hall B2 (Lifestyle) during inhorgenta. Here, there is free wireless LAN as well as plenty of stylish drinks. After the fair, the nightlife of Munich has lots to offer. Bar Harlander, not far from the Hofbräuhaus, is a great place to start. Here, visitors presenting an inhorgenta admission ticket will receive a free welcome drink from Friday to Sunday from 20:00. Enjoy inhorgenta 2011!



WERBUNG AUS DEM ETIKETTEN-DRUCKER ADVERTISING FROM A LABELS PRINTER

► Der Spezialist für Etiketten und Etikettiersysteme Ferdinand Eisele bietet mit CreaStic® allen Besitzern von Thermotransfer-Druckern einen interessanten Zusatznutzen. Mit den Etiketten und Farbbändern dieser Produkt-Linie lassen sich die Geräte im Handumdrehen zur Produktion von selbst gestalteten Zier-Etiketten einsetzen – ganz spontan bei Bedarf oder in Kleinserie. Unter dem Dach der eingetragenen Marke CreaStic® vereint Ferdinand Eisele ein speziell entwickeltes Etiketten-Sortiment und ausgewählte Farbbänder. Die Etiketten in ovaler und rechteckiger Form werden aus matt-schimmernden Materialien in Schwarz, Silber, Gold und Weiß gefertigt. Hochglänzend bedruckt mit Farbbändern in Gold, Silber, Blau, Rot oder Grün ergeben sich Etiketten von ansprechender Ästhetik und aufmerksamkeitsstarker Wirkung.

► Ferdinand Eisele, a specialist in labels and labelling systems, is offering all owners of thermotransfer printers some interesting added benefits with CreaStic®. Using the labels and colour ribbons from this product range, these devices can be transformed in an instant to produce self-de-

signed decorative labels – either on demand or in small series. Ferdinand Eisele is offering a specially developed range of labels and selected colour ribbons under the umbrella brand of CreaStic®. The labels come in oval or rectangular shape and are made from shimmering matt materials in black, silver, gold or white. The colour ribbons come in high-shine gold, silver, blue, red or green to give these labels a special look and eye-catching appearance.

I Halle A2, Stand 109, Gang A



Mit CreaStic® von Eisele kommt die Werbung aus dem Etiketten-Drucker.

VIRTUELLE BRILLANTTRÄUME VIRTUAL DIAMOND DREAMS

► Die Diamantschmuckmarke bellaluce präsentiert erstmals eine virtuelle Promotion seiner Brillantkreationen. In Zusammenarbeit mit 3-D-Spezialisten ist eine neue Applikation entstanden, welche es ermöglicht, die Schmuckstücke virtuell als dreidimensionales Modell am eigenen Finger zu erleben. Das Prinzip ist einfach: Die bellaluce-Ringschablone wird um den Finger gelegt, eine Kamera erkennt das »magische« Symbol auf dem Papierring, und schon erscheint auf dem Bildschirm ein 3-D-Bild des Schmuckstücks an der eigenen Hand. Über einen Touchscreen können dann verschiedene Modelle ausgewählt und anprobiert werden. »bellaluce zeigt Dimensio-

nen auf, was heute bereits technisch möglich ist und möchte zudem einen Ausblick geben, was künftig möglich sein könnte. Wir stehen am Anfang von neuen, technischen Errungenschaften. Wir wollen die Juweliere anregen, innovative Wege zu gehen und von der digitalen Welt zu profitieren. Es geht schnell, ist unkompliziert und vor allem macht es einfach Spaß, Schmuckstücke auf diese Weise auszuprobieren, ist bellaluce-Vertriebsleiter Michael Thiel überzeugt.

► The diamond jewellery brand bellaluce is presenting a virtual promotion of its diamond creations for the first time. A new application has been devised in collaboration with 3D specialists and

enables the items of jewellery to be viewed on the user's own finger as a three-dimensional model. The principle is simple: the bellaluce ring template is placed on the finger and a camera identifies the »magic« symbol on the paper ring. It then presents a 3D image of the item of jewellery on the screen, as worn on the person's hand. Different models can be selected and tried on using a touch screen. "bellaluce shows new dimensions in what is technically possible nowadays as well as offering insight into what could be possible in the future. We are at the beginning of a stage of new



Mit einer neuen 3-D-Technologie zeigt bellaluce virtuelle Brillantschmuckträume.

technical achievements. We want to encourage jewellers to explore new routes and benefit from the digital world. It's fast, it's easy and above all, it's fun to try on items of jewellery in this way," says bellaluce's Sales Manager, Michael Thiel.

I Halle B1, Stand 125, Gang A/B



Stilvoller Schmuck von JOOP! Jewellery.

STILVOLLES FÜR JEDEN ANLASS STYLISH FOR ANY OCCASION

► Die Marlox Germany GmbH präsentiert sich zum zweiten Mal auf der inorgenta, unter anderem mit der Marke JOOP! Jewellery & Time. Die Schmuckstücke der Marke stehen für Glamour, Sinnlichkeit, Eleganz und Coolness. Die Designer kreieren dies aus einem geschickten Zusammenspiel aus Form und Material. Das Ergebnis sind Preziosen, welche zu den unterschiedlichsten Anlässen getragen werden können. Die Uhren von JOOP! verkörpern einen klassisch-modernen Look und verleihen ihren Trägern ein kultiviertes Auftreten bei jeder Gelegenheit.

► Marlox Germany GmbH is presenting at inorgenta for the second time with the brand JOOP! Jewellery & Time, among others. The jewellery items from this brand represent glamour, sensuality, elegance and a sense of coolness. The designers create this look using a clever interplay of shapes and materials. The results are precious items of jewellery which can be worn to various different occasions. The JOOP! watches incorporate a classic modern look and ensure the wearer looks cultured on every occasion.

I Halle A1, Stand 330/531, Gang C/E

BISON N° 32
IN 1620 BKOR, BKGR + BKBK



Styrol
SINCE 1892

TECHNIK ONLINE BESTELLEN ORDERING TECHNOLOGY ONLINE

► Die Birkenstock & Co. GmbH, Lieferant für Uhren- und Schmucktechnik, hat einen neuen Onlineshop installiert, welcher am Messestand des Unternehmens getestet werden kann. Im Onlineshop finden Handel und Industrie das umfangreiche Angebot aus den Warengruppen Maschinen, Werkzeuge, Einrichtungen, Halbfabrikate, Ersatzteile, Ohrstecker, Batterien, Service-Produkte und Verkaufsware. Die gebotene Artikelvielfalt übersteigt dabei die Auswahl in den obligatorischen Printkatalogen Beco Technic. So werden auch Werke und Werkteile übersichtlich nach Rubriken aufgelistet, unter anderem original ETA-Ersatzteile mit Referenzen. Die intelligente Suchfunktion im Shop führt den Anwender auf Wunsch ohne Umwege zum gewünschten Produkt. Der Onlineshop informiert den Nutzer außerdem über aktuelle Angebote, Neuheiten und die Warenverfügbarkeit. Nach dem Login des Kunden werden zusätzlich seine persönlichen Einkaufskonditionen angezeigt.

► Birkenstock & Co. GmbH, a supplier of watch and jewellery technology, has set up an online shop which can be tried out at the company's trade fair stand. Partners from trade and commerce will find a comprehen-



Der neue beco-Onlineshop kann am Messestand der Firma Birkenstock getestet werden.

sive range of products from the fields of machinery, tools, fixtures, semi-finished goods, spare parts, earring studs, batteries, service products and retail items on offer in the shop. The range of products available exceeds that presented in the Beco Technic printed catalogue. Machines and components are listed in sections such as ETA spare parts with references. The intelligent shop search function directs the user to the product required, with no unnecessary detours. The online shop also informs users about the latest offers, new products and item availability. Following the customer log-in, his/her personal conditions of purchase are displayed.

I Halle A2, Stand 300/501, Gang C/E



B. JUNGE & SÖHNE MIT NEUEM BOTSCHAFTER B. JUNGE & SÖHNE HAVE A NEW AMBASSADOR

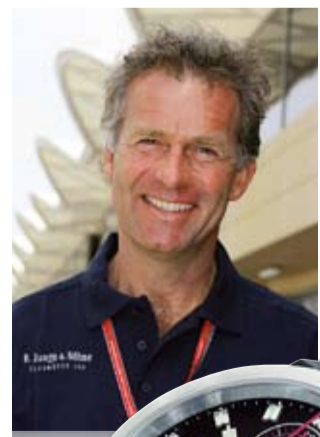
► Der ehemalige Formel-1-Pilot Christian Danner ist neuer Botschafter der Uhrenmarke B. Junge & Söhne Glashütte i. Sa. und wird die Marke auf der inhorgenta besuchen. Danner ist seit vielen Jahren Uhrenkenner und begeisterter Sammler. Die neuen Armbanduhren aus dem Hause B. Junge & Söhne haben es ihm besonders angetan. »Es sind sportliche Uhren, die einerseits in der Tradition der Glashütter Uhrmacherei stehen und andererseits durch die besondere modulare Konstruktion bestechen. Darüber hinaus bieten die Uhren von B. Junge & Söhne dem Träger einen echten Zusatznutzen: Die Möglichkeit, das Design der Uhren – seinem Gefühl entsprechend und mit wenigen Handgriffen – zu verändern, spricht mich besonders an«, so Christian Danner.

Die Uhren der Marke zeichnen sich durch ihre spezielle modulare Konstruktion aus, die sich aus vier unabhängigen Komponenten zusammensetzt: Werkcontainer, Halterahmen, Schraubblöcke und Spanning. Letztere drei sind auch als zusätzliches Komponenten-Set erhältlich und bieten so die Möglichkeit, ohne jedes Werkzeug und jederzeit das Erscheinungsbild der erworbenen Uhr zu verändern.

► The former Formula 1 driver Christian Danner is the new ambassador of the watch brand B. Junge & Söhne Glashütte in Saxony and will be visiting the brand at inhorgenta. Danner has been a watch connoisseur and enthusiastic collector for many years. He is particularly impressed by the new watches from B. Junge & Söhne. "They are sporty

watches which represent the tradition of Glashütte watch-making on the one hand while being defined by their special modular construction on the other. The B. Junge & Söhne watches offer the wearer particular benefits: the possibility of modifying the design to suit your mood in just a few steps is particularly appealing," says Christian Danner. The brand's watches are characterised by their special modular structure which is composed of four independent components: a movement container, mounting frame, screw-down bezel and tension ring. The last three are also available as an additional component set and offer the opportunity to modify the appearance of the watch without the use of any tools.

I Halle A1, Stand 432/533, Gang D/E



Christian Danner ist neuer Botschafter der Uhrenmarke B. Junge & Söhne.



LÄSSIGE SPORTLICHKEIT CASUAL SPORTINESS

► Mit der neuen Serie Rome Sports präsentiert Jacques Lemans lässige Sportlichkeit. Die Zeitmesser sind mit massiven 44-Millimeter-Edelstahlgehäuse und gehärtetem Crystex-Glas ausgestattet. Weitere Qualitätsmerkmale sind eine Wasserdichtigkeit bis zehn ATM, verschraubter Boden sowie ein hautfreundliches Silikonband. Optisch präsentieren sich die Uhren unübersehbar in knalligen Farben oder in sommerlichem Weiß. Neben diesen sportlich-lässigen Uhren präsentiert Jacques Lemans zahlreiche weitere spannende Neuheiten.

► Jacques Lemans presents casual sportiness with the new Rome Sports series. The timepieces come with a solid 44 mm stainless steel case and hardened Crystex glass. Other quality features include water-tightness down to 10 ATM, a screw-down floor and skin-friendly silicon strap. The watches come in striking bright colours or in summery white. In addition to these casual sporty watches, Jacques Lemans also has numerous other exciting new items on offer.

I Halle A1, Stand 202/305, Gang B/C



Sportliche Farbenpracht von Jacques Lemans.

Platinschmuck wie dieses Amulett von Jörg Kaiser gibt es im »Platin Forum« zu entdecken.



SPANNENDES EDELMETALL EXCITING PLATINUM

► Die Platin Gilde International (Deutschland) GmbH bietet rund um das edle Metall spannende Aktivitäten auf der inhorgenta 2011. Dazu gehört unter anderem ein Wettbewerb, dessen Teilnehmer ihre Arbeiten entweder am eigenen Stand oder im »Wedding Concept Store« präsentieren. Letztere bietet außerdem Anregungen zum Trauringverkauf. Die Gewinner werden am Messesamstag um 16.30 Uhr in Halle B1 im Rahmen eines Cocktail-Empfangs bekanntgegeben. Zur einfachen Orientierung im Platin-Angebot auf der inhorgenta gibt es einen speziellen Besuchsplan, welcher die Juweliere durch die »Platin Promenade« führt. Diese können übrigens nach der inhorgenta Deko-Elemente der Aussteller in ihr Geschäft übernehmen. Im exklusiven »Platin Forum« präsentieren Top-Aussteller ihre Neuheiten, darunter: Helene M. Apitzsch, Henrich & Denzel, Jörg Kaiser, Niessing Manufaktur oder August Gerstner sowie angrenzend an das »Platin Forum« die Firmen Meister oder Furrer-Jacot.

► The Platinum Guild International (Germany) is presenting some exciting activities based around platinum at inhorgenta 2011. These include a competition whereby participants present their works either at their own stand or at the »Wedding Concept Store«. The latter is sure to encourage customers to purchase a wedding ring! The winners will be announced on the Saturday at the fair at 16.30 in Hall B1 during a cocktail reception. A special visitor map is available to help visitors find their way around the platinum offers available at inhorgenta, and takes jewellers through the »Platinum Promenade«. After inhorgenta, jewellers can also take decorative elements from the exhibits back to their stores with them. At the exclusive »Platinum Forum«, top exhibitors are presenting their latest new features including: Helene M. Apitzsch, Henrich & Denzel, Jörg Kaiser, Niessing Manufaktur and August Gerstner as well as the companies Meister and Furrer-Jacot, based alongside the »Platinum Forum«.

I Halle B1, Stand 308, Gang B

SCHMUCKES TELEFONIEREN DECORATIVE PHONE CALLS

► Wenn die Begleiterin unvermittelt ihr tolles Collier in die Hände nimmt, einen Teil davon ins Ohr steckt und zugleich das Thema wechselt, dann telefoniert sie mit ihrem stylischen Headset, einer Schmucklinie von novero. Das Unternehmen mit Wurzeln im Technologiekonzern Nokia fertigt Kommunikationsprodukte, Hightech-Accessoires und jetzt auch Headset-Schmuck. Hochwertige Stücke aus Gold, Edelsteinen, Brillanten und Perlen zeigt die Firma erstmals auf der inhorgenta 2011. Neben den aktuellen Kollektionen, die dem deutschen Fachhandel angeboten werden, stellt novero während der Messe seine Stücke und Technologie sowie das Lizenzprogramm als neues Geschäftsmodell vor. Novero steht den Lizenznehmern künftig während der gesamten Entwicklungsphase und darüber hinaus mit deutschem Ingenieurwissen und handwerklicher Geschicklichkeit zur Seite. Dadurch kann sich der Lizenznehmer komplett auf den

Designprozess seiner eigenen Kommunikations-Accessoires konzentrieren und muss sich nicht um technische Details kümmern. Interessenten finden den neuen Aussteller in Halle B1, Stand 115, Gang A.

► *If your friend takes her beautiful necklace in one hand, places part of it in her ear and suddenly changes the subject, she is most likely making a phone call using her stylish headset from novero. The company has its roots in the Nokia telephone corporation and produces communication products, high-tech accessories and now also decorative headsets. The company will be presenting high quality pieces made from gold, gemstones, diamonds and pearls at inhorgenta for the first time in 2011. In addition to the latest collections on offer to German retailers, novero will also be presenting its products, technology and the licence programme as a new business model during the fair. Novero will support the licensees through-*



Headset-Schmuck aus Weißgold mit Zuchtperlen und Brillanten von novero.

out the entire development phase, drawing on German engineering expertise and skilled craftsmanship. This enables the licensees to focus entirely on designing their own communications

accessories rather than worrying about the technical details. Interested parties will find this new exhibitor in Hall B1, Stand 115, Corridor A.

ORGANISCHE FORMEN UND FARBEN ORGANIC FORMS AND COLOURS

► Gerade noch rechtzeitig vor der Messe sind die aktuellen Stücke von Richard Hans Becker aus Idar-Oberstein fertig geworden. Ringe und passende Anhänger in fließenden Formen bilden ein weiteres Highlight »Made in Germany«. Beste Qualität wird durch Hightech-Fertigung in den Ateliers garantiert. Zuerst werden die Farbsteine gescannt und dann wird die Modellgestaltung mittels CAD am Bildschirm vorgenommen. Große Steine von etwa 25 Karat mit modernen Schliffen finden hier Verwendung: rote Turmaline, Mondsteine, Mandariningranate, Amethysten und Citrine sind hier verarbeitet. Das Ganze wird mit hochwertigen Legierungen in 750/000 Weiß-, Gelb- oder Rotgold kombiniert, eine Augenweide, die alle Sinne anspricht. Vorgestellt werden die Stücke in Halle B1, Stand 305, Gang E.

► *The latest pieces by Richard Hans Becker from Idar-Oberstein were completed just before the trade fair. Rings and matching pendants in*

flowing forms are an additional highlight, all 'Made in Germany'. Top quality is guaranteed thanks to the high-tech production in the workshops. The gemstones are initially scanned and then the model design is transferred to the screen using CAD. Large stones of approx. 25 carats are used, featuring modern cuts: red tourmaline, moonstone, mandarin garnet, amethyst and citrine. High quality alloys of 750/000 white, yellow or red gold are combined to create a real feast for the eyes, appealing to all the senses. The company is exhibiting in Hall B1, Stand 305, Corridor E.



Aktuelle Ringe in organischen Formen und Farben von Richard Hans Becker.

GLANZVOLLES FEUERWERK DES FUNKELNS A GLAMOROUS EXPLOSION OF SPARKLE

► Unter dem Funkeln der Brillanten dieses Sets von Henrich & Denzel sieht man das kostbare Platin 950/000 nicht mehr. »Maometto«, der Solitär mit Brillant und 170 Brillanten und der Beisteckring mit 135 Brillanten bringen alle Finger zum unvergleichlichen Funkeln. Der Einkeräter umfasst mit zusätzlichen Brillanten ist Inbegriff von Luxus und gleichzeitig die Verkörperung femininer Eleganz. Ein Solitär ist ein glanzvoller Akzent für besondere Momente des Lebens und eine charmante Möglichkeit, Ereignissen wie Verlobung, Geburt oder Hochzeitstag besonde-

ren Glanz zu erweisen. Auch als Ergänzung für die traditionellen Paarringe für Damen und Herren hat der Solitär seinen ganz besonderen Auftritt. Neben diesem Highlight an hochwertigem Platinschmuck glänzt die gesamte Kollektion der Manufaktur Henrich & Denzel in Halle B1, Stand 213, Gang C/D.

► *Beneath the sparkling of the diamonds in this set by Henrich & Denzel, it's hard to see the exquisite platinum 950/000 any more. 'Maometto', a solitaire ring with a brilliant-cut diamond and 170 additional diamonds and an eternity ring set with 135*

diamonds make every finger sparkle. The one-carat stone surrounded by additional diamonds is the very epitome of luxury and at the same time embodies feminine elegance. A solitaire ring is a sophisticated reflection of the special moments in life and a chance to bring a special sparkle to events like an engagement, birth or wedding day. The solitaire ring also plays a special role as an addition to the traditional wedding rings for men and women. The entire collection from manufacturer Henrich & Denzel can be seen sparkling alongside this platinum highlight in Hall B1, Stand 213, Corridor C/D.



»Maometto« von Henrich & Denzel glänzt durch imposanten Steinbesatz.

SPITZENLEISTUNG TRIFFT SPITZENSPORT TOP PERFORMANCE MEETS TOP SPORT

► Ataxie fesselt sie seit 2007 an den Rollstuhl, das hindert Birgit Kober aber noch längst daran, große sportliche Leistungen in Perfektion zu vollbringen. Sie ist gerade erst erfolgreich von den Weltspielen der Paralympics zurückgekehrt, im Gepäck mit zwei Goldmedaillen, die sie in den Leichtathletikdisziplinen Kugelstoßen und Speerwurf errang. Helene M. Apitzsch und ihr Team gratulieren ihr zu diesen Spitzenleistungen mit tollen Platinschmuckstücken. Von 12 bis 17 Uhr ist die Weltmeisterin in Halle B 1 anwesend. Alle Fachbesucher können ihr hier gratulieren, mit ihr fachsimpeln und ein Autogramm erhalten. »Ich kämpfe solange ich lebe und lebe solange ich kämpfe«, hat sich Birgit Kober zum Motto erkoren. Heute wird dieses Engagement mit Platin geehrt und ihre grandiosen Erfolge und Spitzenleistungen mit dem edelsten aller Metalle gewürdigt.

► *She has been confined to a wheel chair by ataxia since 2007, yet this does not prevent Birgit Kober from achieving fantastic sporting performances. She recently returned successful with two gold medals from the World Paral-*

ympic Games, excelling in the athletics disciplines of shot put and javelin. Helene M. Apitzsch and her team congratulated her for this fantastic performance by rewarding her with some charming platinum jewellery. The world champion will be present in Hall B1 from 12.00 to 17.00. Visitors are welcome to congratulate her, talk shop or ask for an autograph. "I will fight for as long as I live and I will live for as long as I fight," says Birgit Kober, her own personal motto. Today, this commitment is being honoured in the form of platinum – using this most precious of metals to mark her fantastic successes and achievements.



Den Geschmack von Gold kennt die Leichtathletin Birgit Kober schon, heute bekommt sie von Helene M. Apitzsch Platin umgehängt.

Besuchen Sie uns im Eingang West,
Stand Nr. 100!

Wir haben Ihnen allerhand zu bieten!



Freitag, 25. Februar 2011
2011
Inhorgenta
inhorgenta daily



- **Zeitschrift U.J.S. Uhren Juwelen Schmuck:** Ihr kompetentes Branchenmagazin für den qualifizierten Facheinzelhandel. Jeden Monat neu. Jetzt in neuen, modernen und frischen Layout.
- **WaWi U.J.S.:** Das leistungsfähige und kostengünstige Warenwirtschaftssystem. Nutzen Sie die Programm-Präsentation vor Ort!
- **inhorgenta daily:** Ihre aktuelle Messe-Tageszeitung. An den ersten drei Messetagen täglich neu!
- **Supplement FashionGuide:** Aktuelle Mode-Trends im Frühjahr und Herbst
- **Fachbücher:** 7 Fachbücher für Goldschmiede, Juweliere und Edelsteinliebhaber

Es lohnt sich, bei uns vorbei zu schauen!

Besuchen Sie uns auch im Internet unter www.uj.s.info und fordern Sie sich unseren kostenlosen Newsletter an!

VORTRÄGE / SEMINARE / DISKUSSIONEN

Veranstaltungsort ist inhorgenta-Akademie, Konferenzraum B11 am Expressway, Zugang über Rolltreppe am Eingang West. Alle Veranstaltungen sind kostenlos. Simultanübersetzungen in Englische bzw. Deutsche werden angeboten.
10.00 Was ist IN? Schmuck- und Modetrends 2011
Auswirkungen der Mode- und Farbtrends 2011 auf Schmuck und Uhren. Referentin: Irmie Schüch-Schamburek, Modejournalistin
11.00 Der Juwelier als Marke oder Marken beim Juwelier?
Mit Marken besser verkaufen. Tipps und Tricks zur Umsatzsteigerung. Wie wichtig ist es, dass sich der Juwelier selbst als Marke sieht und versteht? Wie muss er mit Marken arbeiten, um seinen Umsatz nachhaltig zu steigern? Referent: Prof. Dr. Stefan Hencke
12.00 Wie wird ein Ladenhüter zum Eye-Catcher?
Dekorationsideen für den Handel. Spannende Ideen und neue Impulse für das Schaufenster. Referentin: Nora Claus, Tagesakademie für Juweliere, Baelen, Belgien
13.00 Blick in die Zukunft! Trendprognosen 2012
Was bringt das Jahr 201 in Sachen Mode, Schmuck und Lifestyle? Inspiration für Designer + Hersteller. Referentin: Natascha Glunz, glunzdesign, Mechernich
14.30 Blickpunkt Juwelier Branchentalk: Preisdumping im Trauring-Segment
Vertreter der Branche diskutieren über die Konkurrenz des Schmuckeinzelhandels durch Kaufhäuser, Trauring-Studios und Internet-Konfiguratoren. Moderator: Alexander Meth, Meth Media, Wien
16.00 Räumung als Chance. Der Räumungsverkauf als Marketinginstrument aus Sicht des Juweliers.
Richtig eingesetzt kann ein Räumungsverkauf positive Auswirkungen auf den Geschäftsverlauf haben. Ein Juwelier berichtet. Referent: Robert Balsler, Juwelier Balsler, Gießen

LECTURES/SEMINARS/DISCUSSIONS

Venue is the inhorgenta Academy, Conference Room B11 on the Expressway, access via escalator West Entrance. All lectures are free of charge. Simultaneous translation into English or German is provided.
10 a.m. What's IN? Jewellery and fashion trends in 2011
Impact of the 2011 fashion and colour trends for jewellery and watches. Speaker: Irmie Schüch-Schamburek, fashion journalist
11 a.m. The jeweller as a brand, or brands at the jeweller's?
Increase sales with brands. Tips and tricks for improving turnover. How important is it that the jeweller views himself as a brand? How must he work with brands in order to sustain an increase in turnover? Speaker: Prof. Dr. Stefan Hencke
12 noon How does a slow seller become an eye-catcher?
Ideas for window decoration in the trade. Exciting ideas and new impulses for the shop window. Speaker: Nora Claus, Day Academy for Jewellers, Baelen, Belgium
1 p.m. A look into the future! Trend forecasts for 2012
What will the year 2012 bring for the world of fashion, jewellery and lifestyle? Inspiration for designers and producers. Speaker: Natascha Glunz, glunzdesign, Mechernich
2:30 p.m. Trade lecture from the jeweller's point of view: Price dumping in the wedding ring sector
Representatives from the industry discuss competition in jewellery retail from department stores, specialist wedding ring shops and internet suppliers. Presenter: Alexander Meth, Meth Media, Vienna
4 p.m. Clearance as an opportunity. The clearance sale as a marketing tool from the jeweller's point of view
When correctly implemented, a clearance sale can have a positive impact on business performance. A jeweller reports. Speaker: Robert Balsler, Juwelier Balsler, Giessen

VERANSTALTUNGEN / AUSSTELLUNGEN

Silber-Sommer-Galerie
Erlebnis-Restaurant der besonderen Art: Silberschmiedekunst live zum Anfassen, Erleben und Genießen. Ort: Halle C2, Stand 130
Sonderschau »Tischkultur«
Präsentation moderner Tischkultur mit Silberobjekten und Porzellan höchster Qualität. Ort: Halle C2, Stand 132
Lucca Preziosa Contemporary Jewellery
Kulturprojekt mit Wettbewerb für zeitgenössischen Schmuck der italienischen Schmuckhochschule Le Arti Orafe. Ort: Halle C2, Stand 453/555
Foren und Kooperationen
»Forum Konzepte«, »Forum Innovation«, »Brand New – New Brand«, »Forum Silberschmiede«, »Bayerischer Kunstgewerbeverein« Ort: Halle C2
Faszination Uhrmacherhandwerk
Die Goldschmiedeschule mit Uhrmacherschule gibt einen Einblick in die Herstellung mechanischer Uhren. Ort: Halle A1, Stand 516
Wedding Concept Store im Platin-Forum
Der Wedding Concept Store im Platin-Forum bietet Anregungen, wie das Thema Hochzeit beim Kunden emotionalisiert werden kann. Ort: Halle B1, Stand 318
Edelsteinlabor
Im Edelsteinlabor kann man mit den Experten der Deutschen Gemmologischen Gesellschaft in die innere Welt der Edelsteine eintauchen und seine Steine prüfen lassen. Ort: Halle C1, Stand 419/320
Dreher-Lounge
Eine faszinierende Tierwelt aus mehrfarbigem Achat präsentiert sich in der Dreher-Lounge. Ort: Halle C1, Stand 409/310

EVENTS / EXHIBITIONS

Silver Summer Gallery
A very special type of theme restaurant: the opportunity to handle, experience and enjoy the art of the silversmith. Venue: Hall C2, Stand 130
Special exhibition "Table Culture"
A presentation of modern table culture with silver objects and porcelain of the highest quality. Venue: Hall C2, Stand 132
Lucca Preziosa Contemporary Jewellery
Cultural project with competition for contemporary jewellery from the Italian college of jewellery Le Arti Orafe. Venue: Hall C2, Stand 453/555
Forums and cooperative projects
Forum Concepts, Forum Innovation, Brand new – new brand, Forum Silversmiths, Bavarian Association of Arts and Crafts Venue: Hall C2
The fascination of horology
An insight into the manufacture of mechanical timepieces provided by the Pforzheim Goldsmiths' and Clock and Watchmaker School. Venue: Hall A1, Stand 516
Wedding Concept Store in the Platinum Forum
The Wedding Concept Store in the Platinum Forum offers suggestions on how to emotionalise the subject of weddings with the customer. Venue: Hall B1, Stand 318
Gemstone Laboratory
In the gemstone laboratory, guests can delve into the inner world of gemstones with experts from the German Gemmological Society and test the stones. Venue: Hall C1, Stand 419/320
Dreher Lounge
The Dreher Lounge presents a fascinating world of animals made from multi-coloured agate. Venue: Hall C1, Stand 409/310

PREISVERLEIHUNGEN
PRIZE GIVING

16.45 inhorgenta award 2011
Die neue, internationale Auszeichnung für Innovation und Design in der Schmuck- und Uhrenbranche. Ort: Halle B1, Schlossrestaurant
4:45 p.m. inhorgenta award 2011
The new international award for innovation and design in the jewellery and watch industry. Venue: Hall B1, Castle Restaurant

IMPRESSUM

inhorgenta daily ist eine Publikation des Branchenmagazins U.J.S. Uhren Juwelen Schmuck in Kooperation mit der Messe München GmbH.
Redaktion: Antje Heepmann, Ursel Haggene, Dietmar Krebs, Janine Reyer.
Übersetzung: AD REM Sprachdienstleistungen, Köthen-Elsdorf.
Art Director: Christian Kellert.
Anzeigen: Alexander Bach. Telefon: 0611/36098-83,
E-Mail: alexander.bach@chmielorz.de.
Verlag: Verlag Chmielorz GmbH, Marktplatz 13, 65183 Wiesbaden,
Telefon: 0611/36098-0, Telefax: 0611/301303, E-Mail: info@chmielorz.de,
www.chmielorz.de
Geschäftsführung: Andreas Klein.
Druck: Druckerei Kössinger AG, Fruehaufstr. 21, 84069 Schierling, Telefon: 09451/499-0,
Telefax: 09451/499-101, E-Mail: info@koessinger.de www.koessinger.de
Nachdruck - auch auszugsweise - bedarf der Zustimmung des Verlages.



MARLOX GROUP
HALLE A1, STAND 330/531

