

• Presse-Information • Press Release • Communiqué de Presse • Comunicato Stampa •

Nr. 15

28. Februar 2011

Schlussbericht

Goldene Zeiten: inhorgenta 11 glänzt erneut mit Besucherrekord

- **Über 32.000 Fachbesucher aus 79 Ländern**
- **Neue Hallenstruktur sehr gut angenommen**
- **Gestaltungskonzept sorgt für stimmungsvolle Atmosphäre**
- **Gelungene Premiere des inhorgenta awards**

Die inhorgenta 2011 erhielt die beste Bewertung von Ausstellern und Besuchern seit der ersten TNS Infratest Kundenbefragung 1996. Mit über 32.000 Fachbesuchern aus 79 Ländern erzielte die Fachmesse für Schmuck, Uhren, Design, Edelsteine und Technik ein Plus von über 2 Prozent und damit neuerlich einen Besucherrekord. Ein Drittel der Fachbesucher kam aus dem Ausland. Die stärksten Besucherzuwächse kamen aus Österreich, der Türkei, der Schweiz, der Tschechischen Republik, Ungarn, Frankreich, Irland, den USA, Schweden und Luxemburg. 1.116 Aussteller aus 36 Ländern präsentierten sich auf 31.500 qm netto, damit wuchs die Ausstellungsfläche um 2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die inhorgenta belegte insgesamt 66.000 qm in sechs Hallen der Neuen Messe München.

Die Stimmung bei Ausstellern und Fachbesuchern war sehr gut. Dazu trug vor allem auch die neue Hallenstruktur der inhorgenta bei, die eine optimale Orientierung innerhalb des breiten, qualitativ hochwertigen Angebots ermöglichte. Mit den Schwerpunktthemen „Lifestyle“ und „Verlobungs- und Trauringe“ spiegelte die Messe zudem präzise das Marktgeschehen und die Trends im Schmuck- und Uhrenmarkt wider. Auch die positive Konjunktorentwicklung war nach Auskunft der Aussteller und Fachbesucher deutlich spürbar. Viele Aussteller lobten den hohen Besucherandrang und verzeichneten nach eigener Auskunft eine rege Ordertätigkeit in München. Darüber hinaus rechnen sie auch mit einem vielversprechenden Nachmessegeschäft.

Den positiven Verlauf der inhorgenta bestätigt auch die zeitgleich stattfindende Umfrage von TNS Infratest. 64 Prozent der Besucher beurteilten die inhorgenta als sehr gut bis ausgezeichnet, weitere 32 Prozent als gut (Vorjahr: 54%/ 37%). 94 Prozent lobten die Vollständigkeit und Breite des Angebotes. Die Übersichtlichkeit bzw. Branchengliederung bewerteten 89 Prozent der Besucher und 82 Prozent der Aussteller mit gut bis ausgezeichnet.

Messe München GmbH
Marketing & Kommunikation
Konsumgüter
Messegelände
81823 München
Deutschland

Tel. (+ 49 89) 9 49 - 2 06 10
Fax (+ 49 89) 9 49 - 97 2 06 10
Maud.Hoff@messe-muenchen.de
www.inhorgenta.com

Ein Highlight der diesjährigen inhorgenta war die erstmalige Verleihung des inhorgenta awards. Mit dieser hochkarätigen Auszeichnung würdigt die Messe München GmbH herausragende Innovationen der Schmuck- Uhrenbranche in neun Kategorien, u.a. Contemporary Design, Lifestyle Brands und Timepieces. Mit einem Lifetime Achievement Award wurde Dr. Ruth Reiser-Hafner ausgezeichnet, die als eine der Vorreiterinnen der Schmuckbranche Generationen von Schmuckdesignern und Künstlern zu Forschungsprojekten ermutigt. Auch das völlig überarbeitete Gestaltungskonzept erreichte sein Ziel einer maßgeschneiderten Atmosphäre und verhalf der inhorgenta so zu einer neuen Emotionalität. Unterstützt wurde diese auch durch die exklusiven Networking-Angebote, wie dem Jewellery Cocktail, dem Drachenfels Charity Event oder die After Work im Eingang West.

Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München GmbH: " Wir freuen uns sehr, dass unsere Anstrengungen einer marktorientierten und trendbewussten Weiterentwicklung der inhorgenta von den Ausstellern und Fachbesuchern so honoriert wurden. Mit innovativen Konzepten werden wir die Position der inhorgenta als *das* Trendbarometer für die gesamte Schmuck- und Uhrenbranche in Zukunft konsequent ausbauen."

Statements:

Frédérique Constant Deutschland GmbH & Alpina, Uwe Geisser, Area Manager:

"Der Umzug von der Halle A1 in die Halle B1, und die damit verbundene Vergrößerung unseres Messeauftritts, war eine gute Entscheidung. Somit haben wir positive Aufmerksamkeit erhalten, was sich auch in guten Umsätzen bemerkbar gemacht hat. Dieser neue Auftritt war auch für unsere zweite Marke "Alpina" wichtig. Insgesamt wird die inhorgenta in jedem Jahr immer stärker und besser vom Fachpublikum aufgenommen."

Fossil Europe GmbH, Christian Coenen, Geschäftsführer:

"Wir ziehen eine äußerst positive Bilanz, der Besucherandrang war durchgängig hoch. Bis zum letzten Messetag hatten wir laufend Anmeldungen für Kundengespräche, darunter viele Key Accounts. Die neue Hallenstruktur, der Fokus auf Lifestyle, der verstärkte Event-Charakter und die zunehmende Internationalisierung der Messe kommen uns sehr entgegen. Wir freuen uns, dass die Messe in diese Richtung geht."

Meissen Manufaktur, Dr. Christian Kurtzke, Vorsitzender der Geschäftsführung:

"Wir sind überwältigt von der positiven Resonanz der wichtigsten deutschen Juweliere auf unsere neue Meissen-Kollektion."

MüllerKälber GmbH, Holger Müller, Geschäftsführer:

„Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung mit dem inhorgenta award. Das ist eine tolle Bestätigung für unsere jahrelange Forschungsarbeit und unser Bestreben, immer vorne mit dabei

zu sein und die Richtung mit vorzugeben. Wir haben hauptsächlich Kunden aus dem deutschsprachigen Raum. Dank der inhorgenta haben sich aber auch sehr gute Geschäftskontakte nach Irland, Dänemark und in die Schweiz entwickelt.“

Ph. Hahn Söhne, Dieter Hahn, Inhaber:

„Die Nachfrage ist gestiegen, trotz der unübersichtlichen Preissituation am Markt. Durch die Präsentation der gesamten Diamantenverarbeitung konnten wir zahlreiche neue Kunden gewinnen. Die Bilanz ist deutlich besser als letztes Jahr. Wir sind insgesamt sehr zufrieden, vor allem weil wir viele neue Kontakte ins Ausland knüpfen konnten. Wir stellen fest, dass immer mehr ausländische Einkäufer die Messe besuchen.“

Raymond Weil, Norbert Jensen, Geschäftsführer Näher & Jensen:

„Die Stimmung und die Atmosphäre auf der Messe war sehr gut. Der neue Event-Charakter der inhorgenta kommt bestens an.“

Swarovski (Deutschland) GmbH, Holger Beckers, Leiter PR Kommunikation:

„Besucherandrang und Ordertätigkeit waren auf der inhorgenta in diesem Jahr hervorragend. Schade, dass ich nicht mehr von der Messe sehen konnte. Der Andrang auf unserem Stand war einfach zu groß.“

Thomas Petsch, Wild & Petsch, Inhaber:

„Die inhorgenta hat eine tolle Infrastruktur. Glückwunsch zur neuen Gestaltung der Hallen. Die Messe bietet ideale Rahmenbedingungen. Die Sonderausstellung der Dreher-Lounge hat mir besonders gut gefallen.“

Wilde Eheringe, Marion Knorr, Designerin:

„Der Fokus auf Trauringe ist deutlich zu spüren. Das Thema wird immer wichtiger, insofern war die Entscheidung der Messe sehr richtig. Es gibt ein hochwertiges und fachkundiges Publikum, das auch wieder verstärkt kauft. Vor allem Besucher aus dem Ausland sind mutiger geworden. Ich habe mich besonders darüber gefreut, dass nach Jahren auch wieder Einkäufer aus den USA vertreten waren. Ich konnte neue Kunden aus den USA, Korea, Irland, Dänemark und den Niederlanden dazu gewinnen.“

Stephan Lindner, Juwelier J.B. Fridrich, München:

„Die inhorgenta ist die wichtigste Fachmesse für deutsche und europäische Juweliere. Sie hat Signalwirkung für das gesamte Geschäftsjahr. Schmuckhersteller und Designer haben hier Raum, sich zu präsentieren und zu entfalten. Die Atmosphäre auf der Messe ist angenehm entspannt. Insgesamt müssen sich Juweliere mehr als Marke präsentieren – dafür gibt die inhorgenta die richtigen Anstöße.“

Heinrich Kolkmeier, Juwelier Heinr. Kolkmeier, Osnabrück:

„Die inhorgenta setzt Trends und ist damit unverzichtbar für den Fachhandel. Was der Konsument kauft, findet man hier in München. Die Messe ist sehr gut organisiert, man kann problemlos neue Geschäftskontakte knüpfen. Es sind nicht nur große und bekannte Hersteller zu finden, sondern auch private Schmuckanbieter.“

Karl-Eugen Friedrich, Präsident Bundesverband der Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V. (BVJ):

"Der Messebesuch der inhorgenta ist für den Handel hoch effizient. In kürzester Zeit und ohne lange Wege können hier Lieferantengespräche in einem professionellen Umfeld geführt werden. Die Juweliere finden hier ideale Rahmenbedingungen für gute Geschäfte. Der Einzelhandel mit Uhren und Schmuck hatte einen guten Start in das Jahr 2011 und wir können davon ausgehen, dass dies mit den Impulsen und Innovationen von der inhorgenta auch so bleibt."

Thilo Brückner, Geschäftsführer Bundesverband Schmuck und Uhren:

„Die Besucherfrequenz war in diesem Jahr sehr gut – da sind die Aussteller immer zufrieden. Das besondere Interesse galt den zahlreichen Neuheiten. Mit der neuen Hallenstruktur hat die Messe die Zeichen der Zeit erkannt und sehr gut umgesetzt. Positiv aufgenommen wurde vor allem die herausgehobene Präsentation der Trauringe. Ausgehend von den guten Umsatzzahlen kann man sagen, dass die Trendwende auf dem deutschen Markt geschafft ist.“

Jörg Lindemann, Geschäftsführer Bundesverband der Edelstein- und Diamantindustrie:

„Das gute Wirtschaftsklima merken auch die Aussteller im Edelstein-Bereich. Die Kunden zeigen sich wieder sehr qualitätsbewusst. Es ist ein deutlicher Aufwärtstrend im Markt zu spüren. Und die inhorgenta gibt Hoffnung, dass sich dieser Trend auch im Geschäftsjahr 2011 fortsetzt. Die neue Struktur der Halle C1 ist sehr gut gelungen. Unsere Aussteller aus Idar-Oberstein kommen immer wieder gerne zur inhorgenta.“

Die inhorgenta 2012 findet vom 10. – 13. Februar 2012 auf dem Gelände der Neuen Messe München statt.

Weitere Informationen finden Sie auf www.inhorgenta.com

Über die Messe München International (MMI)

Die Messe München International (MMI) ist mit rund 40 Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien einer der weltweit führenden Messeveranstalter. Über 30.000 Aussteller aus mehr als 100 Ländern und mehr als zwei Millionen Besucher aus über 200 Ländern nehmen jährlich an den Veranstaltungen in München teil. Darüber hinaus veranstaltet die MMI Fachmessen in Asien, in Russland, im Mittleren Osten und in Südamerika. Mit sechs Auslandsbeteiligungsgesellschaften in Europa und Asien sowie 64 Auslandsvertretungen, die mehr als 90 messerelevante Länder der Welt betreuen, verfügt die MMI über ein weltweites Netzwerk. Als global tätiges Unternehmen leistet die Messe München International bei Umweltschutz und Nachhaltigkeit einen wesentlichen Beitrag.

Weitere Informationen unter www.messe-muenchen.de