

München, 20. Februar 2026

PRESSEMITTEILUNG

Starke Zahlen, globale Relevanz: INHORGENTA 2026 festigt internationale Spitzenposition

- **55 % internationale Aussteller: INHORGENTA ist Tor zum europäischen Markt**
- **2,1 % Umsatzplus: Juweliere trotzen Marktherausforderungen**
- **Craftsmanship im Fokus: INHORGENTA 2026 macht Handwerkskunst erlebbar**
- **Bühne für Marken, Treffpunkt für Entscheider**

Mit einer feierlichen Eröffnung ist die INHORGENTA 2026 heute gestartet. Vom 20. bis 23. Februar wird das Messegelände in München erneut zum internationalen Treffpunkt der Schmuck-, Uhren- und Edelsteinbranche. In sechs Hallen präsentieren Aussteller aus aller Welt Neuheiten, handwerkliche Exzellenz und technologische Innovationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Mit der Pressekonferenz, die erstmals im Herzen der Messe stattfand, setzt die INHORGENTA ein bewusstes Signal: Sie ist längst mehr als eine klassische Fachmesse. Sie ist Bühne, Begegnung und Bewegung. Ein Ort, der Handel, Kultur und Gemeinschaft verbindet – sichtbar, spürbar, erlebbar.

„Die INHORGENTA hat in den vergangenen Jahren stark an Bedeutung gewonnen“, sagt Stefan Rummel, CEO der Messe München. „Unser Anspruch ist es, die Messe als kuratierte Plattform stets weiterzuentwickeln. Mit Inhalten, die Orientierung geben, Wissen bündeln und echten Businessnutzen für Einkäufer und Aussteller schaffen.“

Handwerk trifft Innovation: Craftsmanship im Rampenlicht

Mit dem Leitthema „Craftsmanship“ rückt die INHORGENTA 2026 erstmals die Handwerkskunst ins Zentrum der gesamten Messe. Über 30 Live-Demonstrationen direkt an den Ständen sowie auf kuratierten Sonderflächen machen die Messe zur lebendigen Werkstatt. Uhrmacher, Goldschmiede, Graveure, Edelsteinfasser und weitere Spezialisten zeigen ihr Können im direkten Austausch mit dem Fachpublikum. Sonderflächen wie MasterCraft Live und die Craftsmanship Area verdeutlichen, wie viel Expertise, Zeit und Präzision in jedem einzelnen Werkstück stecken. Ein kulturelles Erbe wird erlebbar und in die Zukunft geführt. Immer stärker rücken Fragen nach Herkunft, Machart und den Menschen hinter dem Produkt in den Mittelpunkt. „Die deutsche Manufakturlandschaft ist ein hohes Gut – in jedem Design spiegelt sich echte Handarbeit und das Versprechen von Qualität ‚Made in Germany‘“, sagt Nina Friesleben, Chefdesignerin bei Niessing.

„Technologien wie 3D-Design, Lasertechnik oder CNC-Fräsen sind heute integraler Bestandteil – auch kleiner Ateliers. Sie ermöglichen präzisere, nachhaltigere Fertigung und heben die Qualität auf ein neues Niveau. Gleichzeitig erleben traditionelle Techniken wie Lapidieren oder Glauchieren ein Comeback. Technologie ersetzt das Handwerk nicht – sie ergänzt und verfeinert es“, sagt Stefanie Mändlein, Exhibition Director der INHORGENTA.

Starke Zahlen, globale Relevanz

Mit rund 900 Ausstellern, 1.200 Marken aus 35 Ländern und 65.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche in sechs Hallen unterstreicht die INHORGENTA ihre gefestigte Position im globalen Marktumfeld. In den vergangenen drei Jahren verzeichnete die Messe ein kumuliertes Ausstellerplus von 12 Prozent. Der internationale Ausstelleranteil liegt bei 55 Prozent – ein klares Zeichen für die weltweite Relevanz. Partnerinitiativen aus Italien, der Schweiz, Frankreich, Indien und weiteren Märkten stärken die internationale Vernetzung zusätzlich. Die INHORGENTA ist damit das strategische Tor zum europäischen Markt mit seiner enormen Kaufkraft.

Die Freude über namhafte Rückkehrer ist groß: Bei den Uhren sind es Maurice Lacroix, MeisterSinger und Wolf, im Schmucksegment Henrich & Denzel, Pesavento oder Tirisi, die nach München zurückkehren. Frische Impulse setzen internationale Neuaussteller wie das französische Haute-Joallerie-Haus Akillis, die italienischen Manufakturen Govoni Gioielli, Busatti Milano sowie Grimaldo oder die spanische Marke Takto, die britische Trendmarke Ania Haie, Edblad aus Schweden, Rosefield aus den Niederlanden sowie Kinraden aus Dänemark. Im FHH Cultural Space sind die Partnermarken Piaget und Oris vertreten.

Glänzende Umsätze trotz anspruchsvoller Lage: Branche zeigt Stärke

Trotz geopolitischer Unsicherheiten und volatiler Märkte präsentiert sich die Branche weiterhin robust. Dr. Guido Grohmann, Geschäftsführer des Industrieverbandes Schmuck und Uhren, spricht von „glänzenden Zahlen bei anspruchsvoller operativer Lage“. Die Exporte sind bei Uhren um 5,9 Prozent gestiegen, bei Schmuckwaren um 13,3 Prozent. Die Importe von Uhren stiegen um 0,8 Prozent, die von Schmuckwaren um 10,9 Prozent. Ein nicht unerheblicher Teil des Wertzuwachses ist preisgetrieben – insbesondere durch die stark gestiegenen Edelmetallpreise. „Kundinnen und Kunden kaufen bewusster. Sie hinterfragen Herkunft, Wertigkeit und Preislogik stärker. Hier hilft das Leitthema Craftsmanship, Transparenz und Verständnis zu schaffen“, so Grohmann.

Auch Stephan Lindner, Präsident des Handelsverbandes Juweliere, bestätigt die stabile Entwicklung: „2025 wurde in beiden Sortimentsbereichen ein Plus von 2,1 Prozent erzielt. Das Motto der Käufer lautet: ‚Wenn, dann richtig.‘ Goldschmuck, individuelle Anfertigungen und starke Marken im Top-Segment entwickeln sich hervorragend.“

Bemerkenswert ist die Dominanz des stationären Fachhandels: Im Schmuckbereich liegt dessen Marktanteil bei 73 Prozent, so hoch wie in keiner anderen Branche: „Wir verkaufen Emotionen. Das funktioniert im persönlichen

Gespräch besser als am Bildschirm“, betont Lindner. Vertrauen, Beratung und handwerkliche Kompetenz bleiben zentrale Erfolgsfaktoren.

FHH Cultural Space: Kultur, Wissen, Erleben

Ein besonderes Highlight ist die erneute Zusammenarbeit und offizielle Partnerschaft mit der Fondation Haute Horlogerie. Der FHH Cultural Space in Halle A1 verbindet eine kuratierte Ausstellung zur Geschichte und Zukunft der Haute Horlogerie mit interaktiven Workshops und Präsentationen starker Partnerbrands wie Oris und Piaget.

Oft wird der Wert einer Uhr auf Preis, Image oder Investment reduziert. Doch „Uhrmacherkunst ist weit mehr als ein Produkt“, betont Pascal Ravessoud, Vice President der Fondation Haute Horlogerie. „Sie steht für Kultur, Handwerkskunst und Verantwortung gegenüber kommenden Generationen.“

Premium, Performance, Perspektiven: Ein Ort echter Begegnung

Die INHORGENTA bringt Glanz auf das Münchner Messegelände in Riem: Design, Atmosphäre, Luxus. Doch das Wertvollste bleibt die reale Begegnung von Mensch zu Mensch – im stationären Geschäft wie auf der Messe.

Luxus, Ästhetik und Hospitality sind heute keine Zugabe mehr, sondern Erwartung. Social Media hat die Ansprüche erhöht: Schmuck und Uhren brauchen Inszenierung, Haptik und Storytelling. In einer Welt der Unsicherheit wächst das Bedürfnis nach Authentizität.

„In einer ungewissen Welt wollen Menschen keine Perfektion mehr, sondern Wahrheit. Denn Wahrheit schafft Vertrauen. Und Vertrauen gibt den Menschen Hoffnung“, sagt Pablo Cimadevila, Goldmedaillengewinner der Paralympics 2000 und international bekannter Goldschmied mit Millionenpublikum in den sozialen Medien. Er zeigt, wie Storytelling die Wahrnehmung von Schmuck verändert: „Bei Schmuck geht es um Menschen. Und um Emotionen.“

Bühne für Exzellenz – Rahmenprogramm und Award

Mit drei Bühnen, fünf Ausstellungen und über 25 Eventflächen bietet die INHORGENTA ein umfassendes Rahmenprogramm: WATCH TALKS, TRENDFACTORY, Guided Tours, Trendvitruinen, THE ATELIER, Silbertriennale International sowie das neue Edelmetallforum. Über 100 internationale Speaker diskutieren zentrale Zukunftsthemen – von Design über Markenführung bis zu Innovation in Material und Technologie.

Ein weiterer Höhepunkt ist der INHORGENTA AWARD, der am 21. Februar 2026 in den Bavaria Filmstudios verliehen wird. Nazan Eckes moderiert die glamouröse Gala, musikalisch begleitet von der Sängerin LOI. Mit 148 Einreichungen verzeichnet der Award einen neuen Rekord und unterstreicht seine gewachsene internationale Bedeutung. In zehn Kategorien werden herausragende Kreationen prämiert. Neu sind unter anderem die Rubriken „Goldschmied des Jahres“, „Juwelier des Jahres“ sowie „Luxury Watch of the Year | Public Choice“.

[HIER](#) finden Sie weitere Informationen, Pressemitteilungen und Bildmaterial zur INHORGENTA.

Den Wirtschaftsbericht des Industrieverbandes Schmuck und Uhren sowie die aktuelle Meldung zur Marktentwicklung des Handelsverbandes Juweliere finden Sie [HIER](#).

Bei Fragen oder Interview-Wünsche wenden Sie sich bitte an: inhorgenta.press@messe-muenchen.de

Über INHORGENTA

Die INHORGENTA, Europas führende Plattform für Schmuck, Uhren und Edelsteine, ist die Order- und Kommunikationsplattform für die Branche und spiegelt den Markt in seiner ganzen Vielfalt wider. In sechs Hallen der Messe München präsentieren Aussteller aus der ganzen Welt ihre neuesten Kreationen. Mit einem umfangreichen Rahmenprogramm und Sonderveranstaltungen wie dem INHORGENTA AWARD und der TRENDFACTORY bietet die Messe einen umfassenden Überblick über internationale Trends und Entwicklungen.

Über Messe München

Messe München Als einer der bedeutendsten Messeveranstalter zeigt die Messe München auf ihren weltweit rund 90 Fachmessen die Welt von morgen. Das Portfolio umfasst Fachmessen für Investitions- und Konsumgüter ebenso wie für neue Technologien. Darunter 14 Weltleitmessen wie bauma, BAU, IFAT oder electronica, Kooperationsveranstaltungen wie die IAA MOBILITY und zahlreiche Gastveranstaltungen. Mit einem internationalen Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften und Auslandsvertretungen ist die Messe München weltweit aktiv. Zusammen mit ihren rund 1.200 Mitarbeitenden im Konzern organisiert sie Fachmessen in China, Indien, Brasilien, Südafrika, Türkei, Singapur, Vietnam, Hongkong, Thailand, den USA und in Saudi-Arabien. Rund 150 Veranstaltungen jährlich, ziehen im In- und Ausland über 50.000 Aussteller und rund drei Millionen Besucher an. Damit ist die Messe München ein wichtiger Wirtschaftsmotor, der Kaufkrafteffekte in Milliardenhöhe auslöst.