

München, 25. April 2024
Presseinformation

Max Audebert
PR Manager
Tel. +89 2193791-0
Inhorgenta.press@messe-muenchen.de

Erfolgreiche Premiere INHORGENTA TRENDFACTORY in Paris

- **INHORGENTA TRENDFACTORY als führendes Networking Event der Branche präsentiert erstmalig in Frankreich die aktuellen Trends der Branche, die INHORGENTA Experience und das Thema Future Retail**
- **Preview zur INHORGENTA 2025 als ideale Plattform für französische Hersteller und Händler bei INHORGENTA 2025**

Im Herzen der Haute Joaillerie, dem berühmten Place Vendôme, präsentierte sich erstmalig die INHORGENTA in Frankreich im Rahmen eines Trendfactory Events im Park Hyatt Vendôme Hotel. Frankreich zählte bereits bei der diesjährigen INHORGENTA zu den Ländern mit den stärksten Zuwachsraten bei den Besuchern mit einem Plus von 41%. Dies soll nun weiter ausgebaut werden. Dazu wurden spannenden Beiträge und Partner präsentiert.

„Die erste internationale TRENDFACTORY in Paris war ein voller Erfolg. Mit über 50 Teilnehmern und spannenden Vorträgen war es auch eine großartige Networking Plattform. Danke dabei auch an alle Partner aus Frankreich und Deutschland, welche uns dabei unterstützt haben und ich freue mich bereits, viele davon bei der kommenden INHORGENTA vom 21. bis 24. Februar 2025 wiederzusehen.“ so INHORGENTA Exhibition Director Stefanie Mändlein.

Grund für Zuversicht und Optimismus

„Mit neuem Spirit und einem hochwertigen Look & Feel hat die INHORGENTA 2024 als Europas führende Branchenplattform für Schmuck, Uhren und Edelsteine die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt. 2025 wird diese Strategie weiter ausgebaut und die Internationalisierung mit dem Partnerland Indien noch weiter vorangetrieben“, sagt dazu

Stefanie Mändlein.

Diese Investition in Internationalisierung zahlt sich bereits in diesem Jahr aus: Mit 870 Ausstellern aus 37 Ländern ist die INHORGENTA 2024 im Vergleich zum Vorjahr um 9 Prozent gewachsen. Die Hälfte der Aussteller kam bereits aus dem Ausland. Damit war die INHORGENTA 2024 internationaler denn je zuvor. Zudem kamen mit 25.000 Besuchern aus 90 Ländern gut 5 Prozent mehr Gäste als im Vorjahr.

Guido Grohmann, Geschäftsführer des deutschen Bundesverband Schmuck, Uhren, Silberwaren und verwandte Industrien e.V., Fakten präsentierte statistische Zahlen zur aktuellen Situation auf dem deutschen Uhren- und Schmuckmarkt und verglich diese mit dem französischen Markt. Er zeigte auch einige der neuesten Trends hinsichtlich des Geschmacks der deutschen Verbraucher auf. Sein Fazit: „Der französische Markt ist zwar etwas größer, aber dennoch ähnlich wie der deutsche Markt, insbesondere was den allgemeinen Geschmack und die Kaufgewohnheiten der Verbraucher betrifft.“

Auch für französische Aussteller und Händler gewinnt die INHORGENTA damit immer weiter an Relevanz, wie auch die Zuwachsraten bereits 2024 zeigten.

Empfehlung für Teilnahme an INHORGENTA 2025

Im Rahmen der INHORGENTA Experience berichtet **Claire Henimann** von Francéclat, dem französischen Comité für die Entwicklung der Uhren und Schmuck und Tableware Branche. Sie spricht dabei eine klare Empfehlung an alle französischen Hersteller und Marken aus der Branche aus, an der INHORGENTA 2025 teilzunehmen. Die INHORGENTA beschreibt Sie als eine der wichtigsten Plattformen für internationale Expansion gerade für deutschsprachige und osteuropäische Märkte.

Auch **Adrien Herzog** von Zag Bijoux, einer wichtigen französischen Schmuck- und Juweliermarke beschreibt seine Erfahrung auf der INHORGENTA als sehr positiv. Nicht nur geschäftlich war die INHORGENTA ein großer Erfolg, sondern auch der Kontakt und

Austausch mit anderen Messebesuchern war sehr bereichernd und die gesamte Organisation sehr sympathisch.

Handel der Zukunft als Thema für Round Table

Renommierete Branchenexperten erklären ihre Sicht auf den aktuellen und zukünftigen Schmuck- und Uhrenmarkt und Stefanie Mändlein stellt das innovative Zukunftskonzept der internationalen Order- und Kommunikationsplattform vor.

Auch als Networking Event machte die TRENDFACTORY wieder klar, wie wichtig, solche Veranstaltungen für die Branche sind. Denn dabei wurden auch die wichtigsten Themen für den Handel unter dem Motto „Future Retail“ im Rahmen eines Round Table präsentiert. Das hochkarätige Podium diskutiert zukünftige Herausforderungen und Themen der Branche. Für zusätzlichen Rückenwind für solche Veranstaltungen sorgt eine gute Branchenkonjunktur. **Stephan Lindner**, Präsident des Bundesverbandes der Juweliere (BVJ) dazu: „Wir befinden uns im Handel weiter in einer Konsolidierungsphase nach Covid mit einer verstärkten Nachfrage nach hochwertigen Schmuck- und Uhrenmarken und einer damit verbundenen verstärkten persönlichen Verbindung zum Juwelier des Vertrauens. Gerade vor diesem Hintergrund ist es wichtig, dass sich die INHORGENTA TRENDFACTORY im Herzen der Haute Joaillerie und der Luxusmarken am Place Vendome in Paris präsentiert und die Beziehungen zu Frankreich und in diesem Bereich weiter ausbaut.“

Moderiert wurde der Round Table zum Thema „Future Retail“ von **Sandrine Marcot**, Executive President de l'Union de la Bijouterie-Horlogerie, also der französischen Union der Schmuck und Uhrmacher-Industrie, welche als wichtige Stimme der französischen Uhren- und Schmuckbranche gilt.

Weitere Teilnehmerin am Round Table war **Julie Dehlaye Lepage** aus dem traditionsreichen französischen Uhren- und Schmuckhändler-Dynastie Lepage, welche auch eigene Kollektionen vorstellt. Sie präsentierte ihr Fachwissen in Bezug auf die aktuelle Situation der Uhren- und Schmuckbranche in Frankreich, gerade in Bezug auf Future Retail Themen und verwies dabei auch darauf, wie wichtig die Teilnahme an Plattformen wie INHORGENTA und das TRENDFACTORY Programm ist.

Die nächste INHORGENTA MUNICH findet vom **21. bis 24. Februar 2025** in München statt.

Über die INHORGENTA

Die INHORGENTA, Europas führende Plattform für Schmuck, Uhren 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 dem INHORGENTA AWARD sowie der TRENDFACTORY MUNICH bietet sie einen fundierten Überblick über die internationalen Trends und Entwicklungen. Mit 870 Ausstellern aus 37 Ländern wuchs die INHORGENTA 2024 im Vergleich zum Vorjahr nochmals um weitere 9 Prozent. Die Hälfte der Aussteller kommt dabei aus dem Ausland. Damit war die INHORGENTA 2024 internationaler denn je zuvor. Zudem kamen mit 25.000 Besuchern aus 90 Ländern gut 5 Prozent mehr Gäste als im Vorjahr. Die INHORGENTA 2025 findet vom 21. bis 24. Februar 2025 in München statt. Gastland wird Indien sein und eine weitere Internationalisierung steht ebenfalls im Fokus.

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 rund 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 Conference Center Nord und im MOC Veranstaltungszentrum München sowie im Ausland teil.

Zusammen mit ihren Tochtergesellschaften organisiert die Messe München Fachmessen in China, Indien, Brasilien, Russland, Afrika, der Türkei und in Vietnam. Mit einem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien und Südamerika sowie rund 70 Auslandsvertretungen für mehr als 100 Länder ist die Messe München weltweit präsent.