

DAILY INHORGENTA MUNICH

NEUHEITEN AM LAUFENDEN BAND NEW ITEMS NON-STOP

Das Sushi-Laufband am Stand der Diamond-Group in der Halle B1 sorgt für Furore. Die Neuheiten werden hier auf einem 18 Meter langen Fließband präsentiert. „Das ist nicht nur einfach ein aufmerksamkeitsstarker Gag“, sagt Geschäftsführer Frank Heringer. „Wir gestalten damit für unsere Kunden die Auswahl an Neuheiten möglichst bequem. Auf dem Laufband finden sich vor allem unsere besonders gut verkäuflichen Klassiker wie Solitärer Schmuck – also Schnelldreher im wahrsten Sinn des Wortes.“

The sushi conveyor belt at the DiamondGroup's stand in Hall B1 creates a furor. The new pieces are presented here on an 18-meter-long conveyor belt. „This isn't just an attention-getting gimmick“, says Managing Director Frank Heringer. „The moving belt makes it very convenient for our customers to choose their favorites among the new pieces. The conveyor belt carries everything from our particularly strong-selling classics to solitaire jewelry – quick sellers in the truest sense of the phrase.“
DIAMONDDGROUP: B1, 155/163, A/B



EDITORIAL



SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, alles Gute zum Valentinstag! Der heutige Sonntag steht ganz im Zeichen der Liebe und all ihrer Symbole: Verlobungs- und Trauringe, Solitär- und Memoireringe und natürlich Schmuck für Verliebte jeden Alters. Ganz besonders ans Herz legen möchte ich Ihnen deshalb einen Besuch der Halle B1 Fine Jewelry: An den Ständen der nationalen und internationalen Aussteller, in den Vitrinen und an unseren Brautmodels können Sie die exklusive und vielfältige Welt der Trauringe erleben und sich über aktuelle Trends informieren.

Auch das Trendforum in Halle C2 unter dem Motto „Contemporary Design & Vision“ ist einen Besuch wert: Hier können Sie in interaktiven Trend-Büchern blättern, wobei jeder Trend zusätzlich in begehbaren Installationen mit dreidimensionalen Bildern inszeniert ist. Ein korrespondierendes Print-Magazin liegt für Sie zum Mitnehmen bereit.

In unmittelbarer Nähe des Trendforums finden Sie auch den ersten Web Campus der INHORGENTA MUNICH. Experten aus den Bereichen Multichannel, E-Commerce und Social Media führen in die Welt des Online-Marketings ein und beraten Händler praxisnah, wie sie eigene E-Commerce-Strukturen aufbauen sowie neue und klassische Medien effektiv miteinander verbinden.

DEAR LADIES AND GENTLEMEN, Happy Valentine's Day, everyone! Today is a very special Sunday because it celebrates love and all its symbols: engagement, wedding, solitaire and memoir rings, and naturally also jewelry for lovers of all ages – younger, older, and in between. That's why I'd especially like to recommend a visit to Hall B1 Fine Jewelry, where you'll find many German and international exhibitors, showcases and bridal mannequins displaying the exclusive and diverse world of wedding rings and the most recent trends.

A visit to the Trend Forum in Hall C2 will likewise be most worthwhile. Under the motto „Contemporary Design & Vision“, you can leaf through interactive trend books and see each trend staged in walk-in installations with three-dimensional images. Free copies of a corresponding print magazine are available for you.

You'll also find INHORGENTA MUNICH's first Web Campus near the Trend Forum. Experts from the fields of multichannel, e-commerce and social media are onsite to guide you through the world of online marketing and to offer practical advice to help dealers set up their own e-commerce structures, effectively link new and classical media.

Stefanie Mändlein

STEFANIE MÄNDLEIN
Projektleiterin/Exhibition Director
INHORGENTA MUNICH 2016

GUTE STIMMUNG PRÄGT DIE ARBEITSATMOSPHERE AN UPBEAT MOOD ENLIVENS THE WORKING ATMOSPHERE

Zu Beginn des dritten Messtages ist die Stimmung gut. Und zwar in allen Hallen. Aussteller und Besucher sind sich einig, dass das neue Messekonzzept und die stilvoll gestalteten Hallen die Atmosphäre spürbar verbessert haben. Vor allem die konsequente Konzentration auf spezielle Segmente – hochwertige Schmuckmarken in Halle B1 Fine Jewelry, Uhren in Halle A1, innovative Designkonzepte in Halle C2 – kommt gut an. Und so spart man von Seiten der Aussteller nicht mit Anerkennung für die intensive Arbeit, die sich die Messeverantwortlichen mit der

Neukonzeption gemacht haben. „Man spürt, dass Stefanie Mändlein und ihr Team in den vergangenen 12 Monaten richtig Gas gegeben haben“, sagt Andreas Wörner, Geschäftsführer von Wörner Trauringe. Als „deutlich aufgewertet“ bezeichnet auch Julia Balestra, Geschäftsführerin von Max Kemper, das Ambiente in der Halle B1 Fine Jewelry. Auf große Begeisterung bei den Besuchern stoßen die zweimal täglich statt-

NEUES MESSEKONZEPT ZEIGT ERFOLG

THE FAIR'S NEW CONCEPT
HAS ALREADY ACHIEVED ITS
FIRST SUCCESSES

findenen Jewelry Shows (13 und 16.30 Uhr), bei denen die hochwertigen Schmuckstücke ausgewählter Aussteller den Weg über den Laufsteg finden.

Positive Rückmeldungen kommen auch aus der Uhrnhalle A1. „Bereits der Freitag war für uns sehr erfolgreich“, berichtet Guido Abeler, Inhaber von CEM. Sein Unternehmen konnte die Vorjahresergebnisse „bei weitem übertreffen“. Für Jordy Cobelens, Inhaber von TW Steel, hat die INHORGENTA MUNICH ohnehin eine hohe Relevanz: „Ich liebe diese Messe“, sagt der Holländer und betont den Stellenwert der Veranstaltung für die internationale Präsentation seines Unternehmens.

Auch die Besucherfrequenz, die in den letzten Jahren hier und da zu Kritik geführt hatte, hat sich verbessert. Als „überraschend gut besucht“ empfand beispielsweise Designerin Eva Strepp die Halle C2 und freut sich über erfolgreiche Geschäftsabschlüsse gleich zu Beginn der Messe. Eher ruhig ging es dagegen am Freitag in der Halle B2 zu, in der sich überwiegend Lifestylemarken präsentieren. Den Samstag dagegen bezeichnete Isabell Grosse, Inhaberin von Alraune, als „sehr belebt“ und lobt die helle und großzügige Atmosphäre der Hallengestaltung. Axel Fritsch, Geschäftsführer von Bastian Inverun, bringt es auf den Punkt: „Man spürt den frischen Schwung auf der Messe“, so sein vorläufiges Fazit.

A good mood prevails as the fair begins its third day. The upbeat vibe permeates every hall. Exhibitors and visitors agree that the fair's new concept and stylishly designed halls have noticeably improved the atmosphere. The response is especially positive to the logical focus on special segments in the halls: high-quality jewelry brands in Hall B1 Fine Jewelry, watches in Hall A1, and inno-

vative design concepts in Hall C2. Exhibitors appreciate the intense work that the fair's organizers undertook to transform this new concept into tangible reality. „We can feel it: Stefanie Mändlein and her team have really put the pedal to the metal during the past twelve months“, says Andreas Wörner, Managing Director of Wörner Trauringe. Julia Balestra, Managing Director of Max Kemper, similarly praises the „unmistakable enhancement“ of the ambience in Hall B1 Fine Jewelry. Visitors are very enthusiastic about the Jewelry Shows, which take place twice daily (at 1:00 and 4:30 p.m.): each show features live fashion models sashaying down the catwalk and gorgeously adorned with top-quality jewelry by selected exhibitors.

Positive feedback can also be heard in Watch Hall A1. „Friday was already a very successful day for us“, reports CEM's owner Guido Abeler. His company „far exceeded“ last year's performance. INHORGENTA MUNICH is highly relevant for Jordy Cobelens, owner of TW Steel. When this Dutchman says „I love this trade fair“, he simultaneously emphasizes the event's importance for his label's international presentation.

The visitor traffic, which had occasionally been a subject of criticism in past years, has likewise improved. „Surprisingly well frequented“ were the words chosen by designer Eva Strepp to describe the action in Hall C2. She's delighted by the successful business deals that kicked off the fair for her brand. Friday was somewhat quiet in Hall B2, which primarily hosts lifestyle brands. But this changed on Saturday, which Alraune's owner Isabell Grosse described as „very lively.“ She also had nothing but praise for the spacious atmosphere created by the hall's new arrangement. Bastian Inverun's Managing Director Axel Fritsch sums things up in his interim appraisal: „We can really feel a fresh breeze blowing through the fair.“



Blick in die neu arrangierte Halle B1 Fine Jewelry View into the newly arranged Hall B1 Fine Jewelry

EXKLUSIV IN ALLEN SEGMENTEN EXCLUSIVE IN ALL SEGMENTS

Mit zahlreichen neuen Designs für Trauringe, Solitäre und Schmuck wartet die Manufaktur Meister in München auf. Geschäftsführer Fabian Meister erklärt im Interview seine Fachhandelsstrategien für 2016.

Was ist Ihr Resümee für das Jahr 2015?

Wir haben im vergangenen Jahr unsere Angebotsstruktur optimiert und eine perfekte Preispyramide aufgebaut, die alle Bedürfnisse des Marktes abdeckt. So gibt es in der gewohnten Meister-Qualität nun auch Trauringpaare für Preislagen um knapp unter 1000 Euro. Wir haben von diesem Einstiegssegment ab aufwärts alle Preislagen durchdekliniert. Brautpaare finden in jeder Budgetlage ihre Meister-Trauringe. Sie müssen dabei keinerlei Abstriche bei der Verarbeitungsgüte und Exklusivität im Design machen.

Wie unterstützen Sie den Fachhandel im Marketing?

Unser Außendienst plant die Marketingmaßnahmen mit jedem Partnerjuwelier individuell. Denn jeder Händler hat eigene Vorstellungen. Zudem haben wir unsere Webseite einem grundlegenden Facelift unterzogen. Durch die ständige Suchmaschinenoptimierung und mit Adwords-Kampagnen finden Brautpaare, die nach Trauringen suchen, Meister und seine

MEISTER BIETET TRAUINGE UND SCHMUCK FÜR JEDES BUDGET

MEISTER OFFERS WEDDING RINGS AND JEWELRY FOR EVERY BUDGET



Meister Trauring mit schmaler Ringschiene und passendem Solitär sowie Memoire
Meister wedding ring with narrow band, plus matching solitaire and memoire rings

Handelspartner immer ganz oben auf der Ergebnisliste.

Welche Legierungen sind besonders gefragt?

Nach wie vor dominieren weiße Legierungen. Rot- und Roségold hat sich etabliert.

Beliebt ist die zweifarbige Version – vor allem mit einer Ringschiene in Weißgold mit Akzenten in Rotgold. Kursbedingt registrieren wir eine wachsende Nachfrage nach Platintrauringen. Auf der INHORGENTA MUNICH präsentieren wir eine Special-Edition von 950 Platin Solitär- und dazu passenden Memoireringen.

The manufacturer Meister came to Munich with numerous new designs for wedding rings, solitaires and jewelry. Managing Director Fabian Meister explains his strategies for the specialized trade for 2016.

How would you sum up the year 2015?

Last year we optimized the structure of our selection and built a perfect price pyramid covering all of the market's needs. We now also offer pairs of wedding rings in the familiar Meister quality at prices slightly below 1,000 euros. Starting at this entry-level assortment, we fully cover each price levels upward. No matter what their budget may be, soon-to-be-weds can find their dream-come-true Meister wedding rings and they needn't make any compromises in the quality of the craftsmanship or the exclusivity of the design.

How do you support marketing by the specialized trade?

Our field service employees individually plan the marketing measures with each partner jeweler, because each dealership has its own ideas. Furthermore, we have given our website a radical facelift. Thanks to search-engine optimization and Adwords campaigns, soon-to-be-weds who are looking for wedding rings will find Meister and its partner dealers at the top of the search engine's list of results.

Which alloys are especially en vogue?

White alloys are still dominant. Red and pink gold have established themselves. Bicolor is popular, especially white gold ring bands with red gold accents. Due to the price of the precious metal, we're seeing a growing demand for platinum wedding rings. At INHORGENTA MUNICH, we present a special edition of 950 platinum solitaire and matching memoire rings. MEISTER: B1 201/302, B/C



Fabian Meister

NEWS NEWS



Verborgenen gehalten. Nur die Trägerin weiß um diesen Schatz. An der Spitze der „Verschwörung“ steht ein Ring aus 950 Platin, der außen mit einer glatt polierten Fläche glänzt und auf der Innenseite ein Meer aus Brillanten fasst.

Appearances are deceiving in Schaffrath's Diamond Conspiracy collection. The brilliantly sparkling diamonds are deliberately kept in concealment. Only the wearer knows about the treasure she's wearing. The kingpin of this "conspiracy" is a 950 platinum ring with a smoothly polished exterior surface and a sea of brilliant-cut diamonds along its inner surface. B1, 105/206, A/B

SCHAFFRATH – In der Kollektion Diamond Conspiracy von Schaffrath ist nichts so, wie es scheint. Die brillant funkelnden Diamanten werden hier ganz mit Absicht im

SCHEFFEL – Große und flächige Ohrhinge sind voll im Trend. Das Designschmuckunternehmen Scheffel aus München präsentiert seine Antwort darauf mit Neuheiten aus der Rotondo-Kollektion. Weiche, voluminöse Formen in Gold mit Brillantstreifen setzen hier klare Akzente. Die typisch für Scheffel eindeutige Designsprache zieht sich durch die gesamte Kollektion. Das ist Schmuck, der sich trotz aller Größe nicht aufdrängt, aber dafür angenehm auffällt.

Large earrings with spacious surfaces are en vogue. Scheffel, a designer-jewelry company from Munich, responds with new pieces in the Rotondo collection. Softly voluminous shapes in gold with diamond stripes set clear accents here. The unambiguous stylistic language is typical for Scheffel and runs through the entire collection. Despite its large dimensions, this jewelry is never overbearing, yet always attractively attention-getting. B1, 238, B



DAS VIRTUELLE WARENLAGER VIRTUAL WAREHOUSE

Was passiert, wenn ein Kunde ins Geschäft kommt und nach einem Produkt fragt, welches der Juwelier gerade nicht auf Lager hat? Kaum jemand möchte solch einen Kaufwilligen unvertreteter Dinge von dannen ziehen lassen. Zukünftig können Juweliere mit einer Live-Schaltung auf das Warenlager der DiamondGroup ihren Warenbestand virtuell erweitern. „Der Händler wird so zum Vollsortimenter – ohne Lagerrisiko. Innerhalb von 24 bis maximal 48 Stunden liefern wir lagernde Ware deutschlandweit garantiert aus“, verspricht Frank Heringer. Die Benutzeroberfläche wird dabei an den Look & Feel des Juweliers individuell angepasst, inklusive Logo. Auch die Marge kann der Fachhändler frei bestimmen – für den Endkunden bleibt das gänzlich unsichtbar. So kann man das verfügbare Warenlager der DiamondGroup abrufen, egal wo man ist. Die neue E-Commerce-Lösung für den Fachhandel gibt es zunächst als Beta-Version, die sukzessive für Kunden freigeschaltet wird. Bis Juli läuft die Testphase. Stefano Viani von der Firma Blackbit, der

das System für die DiamondGroup entwickelt hat, erklärt Interessenten auf der INHORGENTA MUNICH 2016 ausführlich die Möglichkeiten des virtuellen Warenlagers. Er steht für Kundengespräche und Vorführungen während der gesamten Messezeit zur Verfügung.

What happens when a customer comes into a shop and asks for a product that the jeweler doesn't presently have in stock? Few salespeople would want a customer to walk out empty-handed. Now jewelers can expand their stock in virtual reality via live link to the DiamondGroup's warehouse. "Each dealer becomes a full-assortment supplier – without the risk of a large inventory. We guarantee delivery from our warehouse to any German address in 24 to 48 hours," Frank Heringer promises. The user interface can be individually modified to match the look & feel of each jeweler, including his logo. The dealer is also free to set his margin. All this remains totally invisible for the retail customer, so a jeweler can access the DiamondGroup's stock from wherever he happens to be. This new

e-commerce solution for the specialized trade is initially available in its beta version, which will be successively released for customers to use. The test phase continues until July. Stefano Viani from Blackbit, which developed the system for the DiamondGroup, explains the potentials of this virtual warehouse to interesting parties at INHORGENTA MUNICH. Viani is also available to talk with customers and to conduct demonstrations throughout the entire duration of the trade fair. DIAMONDGROUP: B1, 155/163, A/B

Stefano Viani (Blackbit) und Anke Schmidt und Frank Heringer von der DiamondGroup (von links) demonstrieren am Stand gemeinsam den neuen B-to-B-Shop, der das Warenlager des Juweliers virtuell erweitert. Stefano Viani (Blackbit) and Anke Schmidt and Frank Heringer from the DiamondGroup (from left) show the new B2B shop which virtually enlarges the jeweler's stock





CORTE GRANDE RINGE

Aus rhodiniertem 925 Sterlingsilber mit 18K Roségoldung und gefassten Zirkoniasteinen

Wir stellen auf der Inhorgenta 2016 in Halle B2, Stand 212 aus und freuen uns auf Ihren Besuch



SIF JAKOBS
JEWELLERY

sifjakobs.com

FÜR DEN SCHÖNSTEN TAG IM LEBEN FOR LIFE'S LOVELIEST DAY

In der neu gestalteten Halle B1 Fine Jewelry können die Besucher der INHORGENTA MUNICH die exklusive Welt der Trauringe erleben. Bekannte Manufakturen wie Meister, Breuning, Giloy, Saint Maurice, Nowotny, Dettinger, DiamondGroup, Fischer, Gerstner, Kühnel, Rauschmayer, Johann Kaiser, Max Kemper sowie Wörner und Steidinger präsentieren exquisite

FÜHRENDE TRAURING-MANUFAKTUREN PRÄSENTIEREN SICH IN DER B1

LEADING WEDDING RING MANUFACTURERS PRESENT THEMSELVES IN HALL B1



Alle wichtigen Branchenvertreter präsentieren sich in der Halle B1
All important market participants present themselves in Hall B1

Schmuckkreationen für den schönsten Tag des Lebens. „Für den Fachhandel öffnet sich mit Verlobungs- und Trauringen ein Schmucksegment, das junge Kunden in seinen Bann zieht und häufig an den Juwelier bindet“, erklärt Stefanie Mändlein, Projektleiterin der INHORGENTA MUNICH. Wohl nirgendwo sonst finden Fachbesucher in so konzentrierter Form alle wichtigen Marktteilnehmer der Branche versammelt.

Visitors at INHORGENTA MUNICH can experience the exclusive world of wedding rings in newly designed Hall B1 Fine Jewelry. Well-known manufacturers such as Meister, Breuning, Giloy, Saint Maurice, Nowotny, Dettinger, Diamond Group, Fischer, Gerstner, Kühnel, Rauschmayer, Johann Kaiser, Max Kemper, Wörner, and Steidinger present exquisite jewelry creations for life's loveliest day. "For the specialized trade, engagement and wedding rings open a jewelry sector that draws young people under its spell and often encourages them to stay loyal to their jeweler," says Stefanie Mändlein, Exhibition Director of INHORGENTA MUNICH. Probably nowhere else can specialized visitors find a comparably dense grouping of all important market participants in this industry.

Set aus der Pure Elegance Kollektion von Breuning in 585 Weiß- und Rotgold mit Brillanten
Set from the Pure Elegance collection by Breuning in 585 white and red gold with brilliant-cut diamonds



DREI GEWINNT
THREE IS THE WINNER

Breuning zählt zu den größten unabhängigen Herstellern von Trauringen und Schmuck in Europa. Mit den Linien Pure Elegance, Pure Fashion und Pure Love deckt die Marke aus Pforzheim alles ab, was der Juwelier für sein Tagesgeschäft braucht. Die Verlobung mit Ring ist ein Trend in Deutschland. Schon im vergangenen Jahr sorgte eine Solitär-Aktion von Breuning für sehr gute Abverkäufe bei den Juwelieren. Dieses Jahr gibt es ein Solitär-Paket für den perfekten Abverkauf von Verlobungsringen. Es umfasst verschiedene Brillantgrößen, auch mit größerem Steinbesatz, sowie passende Anhänger und Ohrschmuck auf einem attraktiven Display zu einem interessanten Preis. Mémoire-Ringe können ebenfalls in das Paket mit aufgenommen werden. Die schnelle Lieferung vieler Stücke in 585 Gold wird durch eine große Lagerhaltung garantiert. Alternativ kann auch bei Modellen in 333 Gold mit Zirkonia ein schneller Umsatz erzielt werden.

Breuning numbers among Europe's largest independent manufacturers of wedding rings and jewelry. With its Pure Elegance, Pure Fashion and Pure Love lines, this brand from Pforzheim covers everything a jeweler needs for his daily business. Giving a ring to seal an engagement is a trend in Germany nowadays. Last year, a solitaire activity by Breuning strongly boosted jewelers' sales. This year, there's a solitaire packet that perfectly supports the sales of engagement rings. The packet includes brilliant-cut diamonds in various sizes, also with larger stones, as well as matching pendants and earrings on an attractive display and for an appealing price. Memoire rings can likewise be included in the packet. Quick delivery of many pieces in 585 gold can be guaranteed because Breuning keep always them in stock. Alternatively, 333 gold models with zirconias can similarly generate quick revenues.

Pure Love is the name of the line for deep emotions. Here Breuning offers a wide spectrum of prices and knows how to orient the models to appeal to the zeitgeist. For example, a classic becomes a modern piece of jewelry that will accompany newlyweds throughout their life together. The company is showing an especially large variety of newcomers at entry-level prices in Munich. There are also configurable add-on rings and a new decorative concept. The wedding-ring lounge has been reworked too.

New pieces have also been introduced into the Pure Elegance line of gold jewelry and the Pure Fashion line of silver jewelry.

BREUNING: B1, 333/432, C/D

FEUERWERK AN IDEEN FIREWORK OF IDEAS

Mit einem Feuerwerk an neuen Kollektionen und Marketingideen macht Roland Rauschmayer auf sich aufmerksam. Dem Pforzheimer Unternehmen geht es in erster Linie darum, mittels stark emotional ansprechender Werbung Endkunden direkt ins Juweliersgeschäft zu bringen. Und auch die neuen Kollektionen sprechen in erster Linie tiefe Gefühle an. Da gibt es zum Beispiel die Kollektion Ja! Elegance. Diese Antrags- und Verlobungsringlinie für anspruchsvolle Ja-Sager bereichert Rauschmayer um fünf neue Solitaire-Ringe, alle mit strahlenden Brillanten gefasst. Kombiniert werden die klassischen Solitaire mit funkelnden Mémoire- und Beisteckringen, die zusammen ein atemberaubendes Composing am Finger jeder Braut bilden. Die Mémoires können jederzeit mit zusätzlichen Diamanten bestückt

werden. So erstrahlen ganz persönliche Meilensteine der Paare, die sie nie vergessen möchten – und damit kehren sie immer wieder ins Juweliersgeschäft zurück. Roland Rauschmayer attracts admiring attention with a veritable fireworks of new collections and marketing ideas. Headquartered in Pforzheim, this company primarily uses strongly emotional advertising to bring retail customers into jewelry shops. Roland Rauschmayer's new collections likewise appeal above all to profound emotions. For example, Roland Rauschmayer has enriched its Ja! Elegance collection of friendship and engagement rings for sophisticated "Yes, I Doers!" by adding five new solitaire rings, each set with a radiant brilliant-cut diamond. The classical solitaires combine with sparkling memoire and add-on rings to create a breathtaking composition on every bride's



Rauschmayer Ja! Elegance Ringe in Bicolor mit Brillantbesatz
Rauschmayer Ja! Elegance rings in bicolor with brilliant-cut diamonds

finger. Whenever desired, additional diamonds can be added to the memoire rings to commemorate each couple's unique milestones with uniquely personal and unforgettable radiance. Memoire rings impel couples to return to the same jeweler time and time again.

RAUSCHMAYER: B1, 349, C



FISCHER – Die Pforzheimer Trauringschmiede präsentiert den Triple Clou: Die Erweiterung der beliebten Flora-Kollektion vereint drei Highlights: florale Blüten- und Rankenmuster, das raffinierte „Inside/Out“-Prinzip und eine neue

Form der Veredelung mit Colorit. Triple Clou beinhaltet drei Trauringmodelle in 585 bzw. 750 Apricot- oder Weißgold besetzt mit Brillanten.

This wedding ring smithy in Pforzheim presents the Triple Clou. This expansion of the popular Flora collection unites three highlights: floral and tendril patterns, the clever "Inside/Out" principle, and a new ennoblement with Colorit. Triple Clou consists of three wedding-ring models in 585 or 750 apricot or white gold and set with brilliant-cut diamonds.
B1, 445, D

MAX KEMPER – Die Detmolder Trauringmanufaktur bietet Unikate jenseits des Mainstreams. So hat Max Kemper eine eigene Roségoldfarbe entwickelt. Bestseller von Max Kemper ist ein Ringpaar in diesem sanften 585 Roségold kombiniert mit 585 Weißgold. Der Damenring ist seitlich mit Brillanten ausgefasst – eine weitere Spezialität von Max Kemper.

The wedding ring manufactory from Detmold offers unique items outside the mainstream. For example, Max Kemper developed its own pink gold color. The bestseller is a pair of rings in this gentle nuance of 585 pink gold combined with 585 white gold. "Her" ring has brilliant-cut diamonds along the side – another specialty from this label.

B1, 338, C



GILOY – Seit einem Jahr präsentiert die Manufaktur Giloy & Söhne eine Trauringsammlung, abgeleitet aus der Kompetenz bei Solitären und Mémoires. Die Diamantexperten der Manufaktur haben eine kleine, feine Kollektion handwerklich perfekt gearbeiteter Trau(m)ringe entwickelt: Mit Liebe zum Detail design und gekrönt mit sorgfältig ausgewählten weißen, lupenreinen Brillanten. Giloy & Söhne debütierte ihre Trauring-Kollektion ein Jahr ago. Die Linie ist abgeleitet von der



brand's competence with solitaires and memoire rings. The manufactory's diamond experts developed a small and fine collection of perfectly crafted dream-come-true wedding rings: designed with love for detail and crowned by meticulously selected flawless white brilliant-cut diamonds.
B1, 149/254, A/B

NEWS NEWS

DIAMONDGROUP



FINE JEWELRY



Besuchen Sie uns an unserem Messestand!

**INHORGENTA
MUNICH**

Halle B1 | Stand 155/163



Das neue Flower Power Collier von Ehinger Schwarz
The new Flower Power necklace from Ehinger Schwarz

VIelfalt auf kleinstem Raum DIVERSITY IN THE TINIEST SPACES

Chefdesigner Timo Kuchler hat dem Ulmer Traditionsunternehmen Ehinger Schwarz 1876 seinen unverwechselbaren Stempel aufgedrückt, ohne die Herkunft der Marke zu verleugnen. Auf der INHORGENTA MUNICH 2016 präsentiert Ehinger Schwarz 1876, aufbauend auf den Rückmeldungen aus dem Fachhandel, zahlreiche weitere Neuheiten. Insbesondere bei den Charlotte-Blumenmotiven, Perlenthemen und Color Buttons dürfen sich Messebesucher auf überraschende Designs freuen. Spezielles Highlight ist ein neues Collier namens Flower Power. Hier bilden lauter kleine filigrane Blüten aus 750 Gold einen fantastischen Halsschmuck. Zudem stellt Ehinger Schwarz 1876 einen Katalog vor, in dem die Vielfalt der neuen Designwelt der Marke sichtbar wird.

EHINGER SCHWARZ 1876 ERFINDET SICH NEU

EHINGER SCHWARZ 1876 REINVENTS ITSELF

Der Messestand auf der INHORGENTA MUNICH repräsentiert den Neuanfang der Firma mit einem riesigen Kollektionstisch, auf dem den Partnerjuwelieren und Interessenten die ganze Bandbreite der innerhalb nur eines Jahres aufgebauten Kollektion präsentiert wird.

Mit einer Kampagne für die Highlight-Sets von Charlotte sorgt Ehinger Schwarz 1876 zudem für Aufmerksamkeit: Abgebildet wird eine Streichholzschachtel verbunden mit der Frage: Wie viel Charlotte Schmuck findet hier wohl Platz? Der

Inhalt reicht tatsächlich für einen ganzen Tag mit Charlotte. Eine Frau kann sich damit morgens, mittags und abends jeweils neu schmücken.

Without denying the brand's origins, head designer Timo Kuchler has put his unmistakable mark on Ehinger Schwarz 1876, a traditional company based in Ulm. In response to feedback from the specialized trade, Ehinger Schwarz 1876 presents numerous additional new items at INHORGENTA MUNICH 2016. The fair's visitors can look forward to surprising designs, especially in the Charlotte floral motifs, the pearl themes, and the Color Buttons. The new Flower Power necklace will certainly rank among the highlights: a large number of filigree blossoms made of 750 gold conjoin to create a fantastic piece of jewelry for the neck. Ehinger Schwarz 1876 also presents a catalogue that visualizes the diversity of the brand's new world of design. The stand at INHORGENTA MUNICH represents the label's new beginning with a gigantic collection table where partner jewelers and other interested visitors can view the complete spectrum of the collection, which was achieved in just one year's time. Ehinger Schwarz 1876 attracts further attention with a campaign for the highlight sets from Charlotte. The illustrations depict a matchbox and ask the question: "How much Charlotte jewelry could fit inside this box?" The contents truly suffice for an entire day with Charlotte. A lady can use the contents to adorn herself anew in the morning, at noon and in the evening.
EHINGER SCHWARZ: B1, 315, C



Mehrfachringe von Pesavento
aus der Kollektion Polvere di Sogni
Multiple rings from Pesavento's
Polvere di Sogni collection



SEIDIG FUNKELNDE OBERFLÄCHEN SILKILY SPARKLING SURFACES

Die neuen Kreationen aus der Linie Polvere di Sogni von Pesavento ziehen mit ihrem seidig funkelnden Oberflächen die Blicke garantiert wieder auf sich. Die Linie mit einer Beschichtung aus Emailstaub ist mittlerweile ein Klassiker der italienischen Schmuckmarke. Das innovative Unternehmen arbeitet ständig an neuen, noch kühneren Formen und intensiveren Lichteffekten. Da sind zum Beispiel die neuen Mehrfachringe, die filigran und zugleich massiv wirken. Es gibt sie in unterschiedlichen Breiten in den Versionen Minimal, Elegant und Monumental. Passend dazu gibt es Armreifen. Das klare Design und die Vielfalt der Farbkombinationen macht sie zum idealen Begleiter für den Alltag. Es gibt sie wahl-

weise in 925 Silber mit Roségold plattiert oder in 925 Silber pur. Die Farben der „Polvere di Sogni“-Beschichtung ergänzen sich perfekt mit den Edelmetallfarben und reichen von Hellgrau, Dunkelgrau über Braun bis hin zu geheimnisvollem Schwarz. Die Mehrfachringe gibt es auch in der gleichen Auswahl an Farben und Designs in der Pixel-Kollektion. The newest creations from Pesavento's Polvere di Sogni line have silkily sparkling surfaces that are guaranteed to attract everyone's gaze. With its coating of enamel powder, this line has become a classic item for this Italian jewelry brand. This innovative enterprise continually strives to develop new and even bolder shapes and more intensive lighting effects.

Pesavento's new multiple rings, for example, look simultaneously filigree and massive. They're available in various widths and in three versions: Minimal, Elegant and Monumental. Matching bracelets are also available. Their lucid design and their wide variety of color combinations make them ideal companions for everyday wear. They're available either in 925 silver plated with pink gold or in pure 925 silver. The colors of the Polvere di Sogni coating perfectly complement the precious metals and range from pale gray, through dark gray, to brown and mysterious black. The multiple rings are also available in the same selection of colors and designs in the Pixel collection.
PESAVENTO: B1, 311, C

3 FRAGEN AN... QUESTIONS FOR...

... FALK DETTINGER

GESCHÄFTSFÜHRER EUGEN DETTINGER
MANAGING DIRECTOR EUGEN DETTINGER



Falk Dettinger zeigt den Solitär-Konfigurator Falk Dettinger shows the solitaire configurator

Die Firma Eugen Dettinger wird 100. Was bedeutet Ihnen dieser runde Geburtstag?

Es erfüllt uns schon mit Stolz, dieses Unternehmen in der vierten Generation zu führen. Wir sind im Lauf der 100 Jahre durch manche Höhen und Tiefen gegangen. Doch unser Beharren auf die volle Wertschöpfung am Standort Pforzheim zahlt sich aus. Diese Verantwortung gegenüber dem Standort und den Menschen zeigt sich auch darin, dass wir nach wie vor sowohl im kaufmännischen Bereich als auch Goldschmiede ausbilden.

Eugen Dettinger celebrates its 100th birthday. What does this milestone birthday mean for you?

We're proud to lead this company in the fourth generation. We've gone through many highs and lows during the past 100 years. But our steadfastness to create all the value of our merchandise on our premises in Pforzheim pays off. This responsibility to our location and to the people there is also evident in the fact that we continue to train young people, not only in commercial careers, but also in the goldsmith's craft.

Wie werden Sie das Jahrhundert Eugen Dettinger feiern?

Anlässlich des Jubiläums werden nach und nach besondere Sortimente, die den Erfolg der Firma die letzten Jahre ausgemacht haben, optimiert und ergänzt. Ein Beispiel dafür ist das Memoire-Sortiment.

How do you plan to celebrate 100 years of Eugen Dettinger?

To coincide with our jubilee, we've gradually optimized and enlarged special assortments that have contributed to our success in past years. Our memoir assortment is a good example.

Was sind für Sie die wesentlichen Stärken Ihres Unternehmens?

Unsere große Stärke ist die flexible Fertigung mit kürzesten Lieferterminen, was viele Kunden insbesondere im Solitaire- und Memoirebereich sehr schätzen. Hinzu kommt unsere ständige Innovationsbereitschaft. In Vorbereitung auf das Jubiläumjahr wurde im letzten Jahr zum Beispiel der Solitaire-Konfigurator entwickelt. Einige Kunden arbeiten bereits sehr erfolgreich damit. Ebenso sehr erfolgreich läuft das im letzten Jahr initiierte, wohl einzigartige Verlobungsring-Konzept N1-Diamonds.

What are your company's essential strengths?

Our greatest strength is flexible fabrication with very short delivery times. Many customers highly appreciate this, especially in the solitaire and memoir genres. Another strength is our openness toward innovation. For example, to prepare for our anniversary year, last year we developed our solitaire configurator. Some of our customers are already working very successfully with it. And last year we also launched the N1-Diamonds concept for engagement rings: it's very likely unique and it's running very successfully.
EUGEN DETTINGER: B1, 245, B

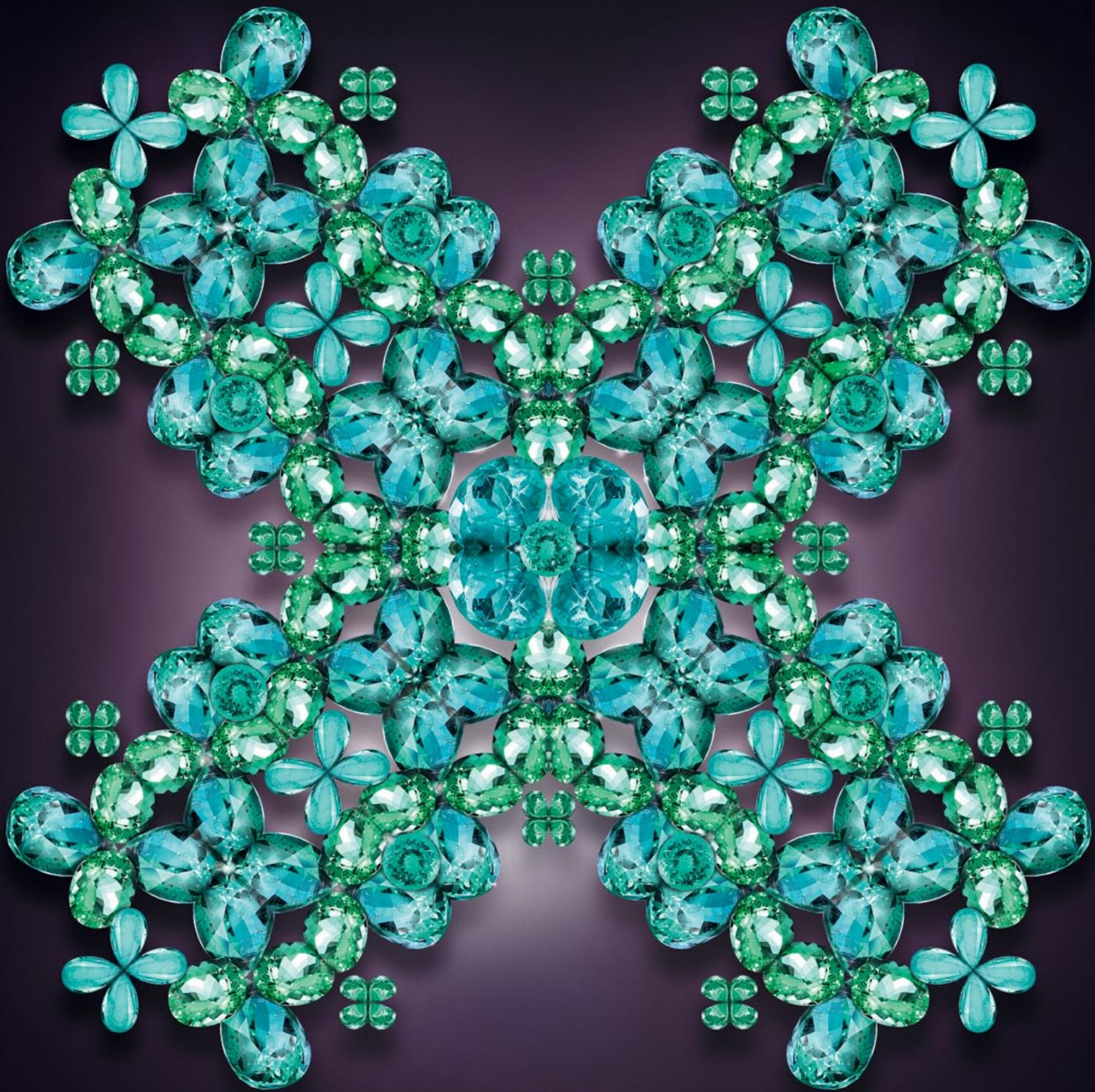
NEWS NEWS

JÖRG HEINZ – Durch das auswechselbare Schließen-System von Jörg Heinz lässt sich eine Kette spielend leicht verwandeln. Der Verschluss verbirgt sich fast unsichtbar im eigentlichen Schmuckstück. Die „Schließe“ wird so zum Blickfang des Colliers und sorgt als Verwandlungskünstler für einen individuellen Look. Ein Beispiel ist die

Schließe Wave aus 750 Roségold, hier mit einer Tahiti-Zuchtperlenkette.

Jörg Heinz's interchangeable clasp system makes it child's play to transform a chain. The closure conceals itself almost invisibly in the jewelry per se. The "clasp" thus becomes an eyecatcher in the necklace and functions as a quick-change artist to give the piece an individualized look. One example is the "Wave" clasp of 750 pink gold, here with a strand of Tahitian cultured pearls.
B1, 210





INHORGENTA MUNICH
HALLE C1 | STAND 314 | GANG C

CALEIDOSCOPE

GROH + RIPP

DIE FARBSTEINSPEZIALISTEN
IDAR-OBERSTEIN GERMANY



EDEL GESCHMÜCKT

WELL DRESSED,
WELL ADORNED

ES GLITZERT UND FUNKELT: AUF DER INHORGENTA JEWELRY SHOW KÖNNEN SIE FASZINIERENDE SCHMUCKSTÜCKE AUF DEM LAUFSTEG BEWUNDERN. UND DAS NUR NOCH HEUTE UM 13 UND 16.30 UHR IN HALLE B1.

IT GLITTERS AND IT SPARKLES! YOU CAN ADMIRE FASCINATING JEWELRY CREATIONS ON THE CATWALK AT THE INHORGENTA JEWELRY SHOW IN HALL B1. BUT ONLY TWICE MORE: TODAY AT 1:00 AND 4:30 P.M.



UNVERGESSLICH UNFORGETTABLE

LENA MEYER-LANDRUT
BEGEISTERT IHRE ZUHÖRER IM P1

LENA MEYER-LANDRUT
WOWS HER LISTENERS IN THE
LEGENDARY P1 CLUB



Direkt im Anschluss an die spektakuläre Opening Show fand im weit über die Grenzen Münchens bekannten Club P1 die INHORGENTA NIGHT statt. Hier konnten geladene Gäste den ersten Messtags ausklingen lassen oder der Stimme „unserer“ Lena lauschen. Sie war mit ihrem Akustik-Set das musikalische Highlight des Abends und sorgte für jede Menge Gänsehaut-Momente. Immediately after the spectacular opening show, INHORGENTA NIGHT took place in P1, the club that's famed far beyond Munich's gates. Invited guests let the first day of the fair wind down or listened to "our" Lena's beautiful voice. Her unplugged set was the evening's musical highlight: her voice and presence raised gooseflesh throughout the night club.

Unsere Partner Sponsored by



Audi
Vorsprung durch Technik

CŒUR DE LION
HANDMADE IN GERMANY



IsabelleFa
BOUTIQUE CHÂTEAUX

Jörg Heinz

JUNGHANS
GERMANY, SINCE 1881

ADOLFO
COURRIER
ITALIAN CRAFTSMANSHIP



POP

Inhorgenta pavB1 booth211

info@adolfocourrier.com

VON ZEITLOS BIS EXTRAVAGANT FROM TIMELESS TO FANCY

Das Spektrum der zahlreichen Neuheiten bei Bastian Inverun reicht von verführerisch-sinnlichen Glanzstücken bis hin zu puristischen Klassikern sowie extravaganten Statements. Geschäftsführer Axel Fritsch verrät die Highlights.

Wie sind Sie auf der diesjährigen INHORGENTA MUNICH aufgestellt?

Es sind eigentlich alle da: vom Auszubildenden über die Buchhaltung bis hin zum Vertriebsteam und natürlich die Geschäftsführer. Wir möchten auch, dass die Besucher das ganze Team kennenlernen. Wir haben bei uns am Stand genügend Raum für Kommunikation und Austausch. Damit ist die Marke ganz persönlich erlebbar, das ist uns wichtig.

NEUE DESIGNER ERGÄNZEN DAS SORTIMENT BEI BASTIAN INVERUN

NEW DESIGNERS ADD TO THE BASTIAN INVERUN COLLECTIONS



Halsschmuck
gestaltet von
Bina Patel
Necklace
designed by
Bina Patel

Was gehört zu Ihrem Konzept?

Zum Standkonzept gehört eben einerseits, dass das ganze Team hinter der Marke steht. Allerdings spielt auch das Visuelle eine große Rolle, der Schmuck steht ganz klar im Mittelpunkt. Für die neue Kollektion konnte die Marke neue Designer gewinnen, darunter Andrea Frahm, Bina Patel, Reiffert & Reiffert und Lina Lundberg.

Gibt es besondere Highlights bei Bastian Inverun?

Ein absolutes Highlight ist Lilith, ein limitiertes Collier von Lina Lundberg aus Schweden. Ein weiteres Schlüsselstück der neuen Produktlinie ist ein Set bestehend aus Collier und Ohrschmuck aus der Feder des polnischen Designers Arek Wolski sowie Anhänger, Ohrstecker und Ring mit Teilverguldungen der Reiffert-Brüder.

The numerous novelties at Bastian Inverun range from seductive-sensuous highlights to puristic classics and extravagant statement pieces. Managing Director Axel Fritsch reveals the highlights.

How is your company positioned at INHORGENTA MUNICH this year?

Almost our entire staff is represented: from the trainees to the bookkeepers and from the sales team to the Managing Directors. We want to give visitors a chance to get to know our whole team. Our stand provides ample space for communication and sharing so visitors can personally experience our brand. This is important for us.

How is your concept structured?

On the one hand, the stand's concept shows that our entire team stands behind the brand. Visuals also play a big role: the jewelry obviously occupies the center of attention. Andrea Frahm, Bina Patel, Reiffert & Reiffert and Lina Lundberg number among the new designers who created our latest collection.

Are there special highlights at Bastian Inverun?

One of our absolute highlights is Lilith, a limited edition necklace by the Swedish designer Lina Lundberg. Another key piece in our new product line is a set consisting of a necklace and earrings created by the Polish designer Arek Wolski. And the Reiffert brothers designed pendants, earrings and a partially gold-plated finger ring. BASTIAN INVERUN: B2, 102, A



Axel Fritsch, Geschäftsführer
von Bastian Inverun
Axel Fritsch, Managing
Director of Bastian Inverun

SCHLICHTE ELEGANZ SLEEKLY SIMPLE ELEGANCE

Stets aktuell und ewig schick. Designerin Basera Elsner von Leaf Fine Silver Jewelry gelingt es immer wieder, zeitlose Shooting Stars zu kreieren. Die neue Goldschmucklinie des Münchner Schmucklabels besteht aus Preziosen in 750 Gelbgold, Weißgold und angesagtem Roségold. Eine Besetzung mit zarten, weich geschliffenen Diamanten vervollständigt die Designs. Die Kollektion umfasst 50 Schmuckstücke, die handwerklichen Facettenreichtum zeigen und durch reduzierte Formsprache überzeugen. Elsner erzählt mit ihrem Schmuck emotionale Geschichten und ist stets darauf bedacht, die Individualität der Trägerin zu betonen. Ihre Kollektion aus 925er Sterlingsilber umfasst mittlerweile über 5.000 Motive. Immer im Vordergrund steht dabei der Anspruch auf hohe Qualität, trendiges Design sowie hochwertige Verarbeitung.



Filigranes Statement von
Leaf Fine Silver Jewelry Filigree statement
from Leaf Fine Silver Jewelry

Always up to date and eternally chic: designer Basera Elsner from Leaf Fine Silver Jewelry repeatedly creates timeless and meteorically successful pieces of jewelry. The new line of gold jewelry for this Munich-based label highlights 750 yellow gold, white gold and trendy pink gold. Lovely, softly polished diamonds consummate the design. The collection includes fifty pieces of jewelry embodying multifaceted craftsmanship and a convincingly minimalistic formal vocabulary. Elsner's jewelry tells emotional tales and always endeavors to accentuate the individuality of the woman who wears it. Her collection of 925 sterling silver jewelry currently features more than 5,000 motifs. Each piece beautifully reaffirms Elsner's unflagging commitment to high quality, trendy design and meticulous craftsmanship. LEAF FINE SILVER JEWELRY: B2, 224, B

NEWS NEWS

MELANO – Mit der neuen Linie Vivid stellt uns MelanO frischen und weltgewandten Schmuck in provokativen Farben vor. Das Design lässt sich sehr gut mit der Twisted- und Friends-Kollektion zu einem traumhaften Blickfang für das Outfit kombinieren. Die farbenfrohen Stücke sind jederzeit austauschbar, ganz nach dem Credo der Marke, der Ring bleibt, der Kopf (Meddy) wechselt nach Belieben.

MelanO's new Vivid line features fresh and life-loving pieces of jewelry in provocative colors. The design combines very well with the Twisted and Friends collections to create dream-come-true eyecatchers on every outfit. The brightly colored pieces are interchangeable because this brand's concept is to keep the ring, but change its decorative head (Meddy) whenever you wish. B2, 100/300, A/C



MANUELA CARL – Die Stuttgarter präsentieren mit Letter for you eine Messeneinheit mit doppeltem Mehrwert für Händler und Kunden. Die vielseitige Anhänger-Kollektion vereint trendsicheres Schmuck- und Verpackungsdesign mit einem verkaufstarken Präsentationskonzept. Inspiriert von Themen wie Liebe, Glück und Lebensfreude, umfasst die Kollektion 16 attraktive Sets mit filigranen Silberketten.

Manuela Carl has come from Stuttgart to Munich and brought along new items with double value for dealers and customers. The diverse collection of pendants unites trendy jewelry and packaging design with a strong-selling presentational concept. Inspired by themes such as love, happiness and the joy of life, the collection includes 16 attractive sets with filigreed silver chains. B2, 128, A



CILOR – Die Experten von Cilor Trauringe haben ein neues Verkaufskonzept entwickelt: „Die Neue Mitte“. An erster Stelle steht der Juwelier. Auf Grundlage seines Geschäfts, dessen Standort und Kundenkreis wird ein individuelles Sortiment aus verschiedenen Kollektionen zusammengestellt. Cilor arbeitet dabei nach einem Vier-Punkte-Plan: Lage, Einzugsgebiet, Mitbewerber und Kaufkraft. Diese werden genau analysiert, damit gewährleistet ist, dass jeder Juwelier den größtmöglichen Erfolg auf seinem je eigenen Trauringmarkt erzielt.

Cilor, which specializes in wedding rings, has developed a new sales concept. Aptly named "The New Middle," it puts the jeweler in the foreground. Based on his business, its location and its clientele, Cilor puts together an individualized assortment consisting of various collections. Cilor works according to a four-point plan: location, geographic reach, competitors, and purchasing power. These factors are precisely analyzed to assure that each jeweler achieves the greatest possible success on his unique wedding-ring market. B2, 316/415, C/D





Zeit für Pioniere.

Die **Meister Driver Chronoscope** zeigt nicht nur die Zeit an, sondern bringt eine ganze Epoche zurück: die Anfangsjahre des modernen Automobils und die Stunde der großen Technikpioniere. Ihr Äußeres ist inspiriert von der Gestaltung historisch bedeutender Oldtimer und deren Instrumententafeln. Wie keine andere verbindet sie den einzigartigen Charme dieser Automobile mit unserer Leidenschaft für mechanische Zeitmesser – und wird so zu unserer nostalgischsten Meister.

Halle A1, Stand 201/102


JUNGHANS
GERMANY. SINCE 1861

JUNGHANS - DIE DEUTSCHE UHR



MADE IN
GERMANY

LUXUSKLASSE FÜR DAS HANDGELENK LUXURY FOR THE WRIST

Nachdem Junghans bereits mit der neuen Fliegeruhr Meister Pilot die Vergangenheit wieder aufleben lässt, zelebriert die Uhrenfabrik mit der Meister Driver ebenfalls genüsslich Zeitgeschichte, denn edle Oldtimer und hochwertige mechanische Uhren haben vieles gemein: Beide stehen für zeitlose, klassische Werte sowie Ingenieurskompetenz und beide wissen für die Qualität und Schönheit der Mechanik zu begeistern. In diesem Sinne ist auch die neue Meister Driver Handaufzug entstanden. Als Vorbild aus der Vergangenheit diente hier ein Oldtimer, und zwar kein geringerer als ein Maybach DS 8 Zeppelin (Baujahr 1932). Sowohl die Gestaltung als auch der Polierlack des Zifferblatts spiegeln das vornehme Design des Luxus-Automobils bis ins Detail wider: von der Farbe (anthrazit, crème und hellgrau) über die Gestaltung der Kleinen



Meister Driver Handaufzug, Junghans
Meister Driver Handaufzug [Hand-Wound], Junghans

Sekunde und der großen, nachleuchtenden Zahlen und Zeiger bis hin zu den Steppnähten des Lederbandes. Eine besondere Lackierung hebt zudem die dreidimensionale Struktur der gewölbten Zifferblätter hervor. Understatement hat auch das nur 7,3 Millimeter hohe Edelstahlgehäuse, in dem das namensgebende Handaufzugswerk, J815.1 auf Basis des ETA 7001 Peseux, hinter einem Sichtboden arbeitet. Der Maybach DS 8 Zeppelin, von dem es weltweit nur noch 25 Exemplare gibt, kann übrigens hier auf der Messe live am Stand von Junghans bewundert werden. Oldtimerfans kommen auch bei der Sonderausstellung „Autouhren“ auf ihre Kosten. Sie umfasst ausgewählte Exponate aus der ersten Hälfte des Jahrhunderts aus der Uhrensammlung Junghans. Interessante retrospektive Einblicke in die Geschichte der Uhrenfabrik bieten auch

JUNGHANS PRÄSENTIERT HISTORISCH
INSPIRIERTE MEISTER DRIVER

JUNGHANS PRESENTS THE HISTORICALLY
INSPIRED MEISTER DRIVER

originale Bewegtbilder, die Arthur Junghans und seine Frau Maria sowie seine Mutter Luise Junghans-Tobler vor dem Automobil der Familie darstellt. After having revived the past with its Meister Pilot aviator's watch, Junghans now launches the Meister Driver, which similarly celebrates the pleasures of recent history. Classic cars and high-quality mechanical watches share commonalities: both embody classical values, competent engineering, unflagging quality, and the enthusiasm that beautiful mechanisms can spark. The new Meister Driver Handaufzug [Hand-Wound] is inspired by a most prestigious classic automobile: the Maybach DS 8 Zeppelin from 1932. The design and colors of the watch's dials reflect the elegant styling of the luxurious automobile. Fidelity to detail is ensured by the choice of colors for the dials, which are available in anthracite, crème and pale grey, and is further assured by the design of the subdial for the seconds, the large luminous numerals and hands, and the saddle stitched seams on the leather strap. A special lacquer treatment accentuates the

three-dimensional structure of the convex dials. Understatement is embodied by the stainless steel case: a mere 7.3 millimeters tall, it encases the hand-wound movement that gives this watch its name. Caliber J815.1, which is based on an ETA 7001 Peseux, can be viewed through the case's transparent back.

Only 25 specimens of the Maybach DS 8 Zeppelin exist worldwide. One of them can be admired at Junghans' stand

right here at INHORGENTA MUNICH. Fans of classic cars surely won't want to miss the special "Autouhren" ["Auto Timepieces"] exhibition featuring selected watches built during the first half of the 20th century and now kept in Junghans' watch collection. Interesting retrospective insights into the history of the watch factory are also provided by original moving pictures showing Arthur Junghans and his wife Maria, his mother Luise Junghans-Tobler, and the family's automobile. JUNGHANS: A1, 102/201



Insgesamt nur rund 25 Stück des luxuriösen Maybach Zeppelin DS 8 gibt es noch
Only approximately 25 specimens of the luxurious Maybach Zeppelin DS 8 exist today

3 FRAGEN AN... QUESTIONS FOR...

... JORDY COBELENS

CEO TW STEEL
CEO TW STEEL

TW Steel ist ein treuer Aussteller. Wie wichtig ist die Messe für Ihr Geschäft in Deutschland und Europa?

Jordy Cobelens: Sehr wichtig! Wir stellen gemeinsam mit unserem Vertriebspartner Luxury Brand International aus und nutzen die Fachmesse als Business- und Networking-Plattform, um unsere Handelspartner zu treffen und ihnen unsere neuesten Kollektionen vorzustellen.

Sie debütieren eine Edition, die sich Rennwagen widmet. Was ist noch neu?
Zusammen mit der Yamaha Factory Racing, die zwar nicht wirklich neu ist, aber ein Highlight darstellt, haben wir die neue Maverick-Linie, die von Custom Bikes inspiriert ist. Sie besteht aus Chronographen, Dreizeigeruhren und einem automatischen Modell.

Was sind die wichtigsten Design-Trends für TW Steel im Jahr 2016?
Größe spielt weiterhin eine immens wichtige Rolle, obwohl wir auch einige kleinere Canteen-Modelle mit einem



Jordy Cobelens

Durchmesser von 40 Millimetern haben. Aber insgesamt bleiben wir unseren Wurzeln treu und produzieren übergroße Stücke mit Durchmessern von 45 oder 48 Millimetern, da die Nachfrage immer noch wächst. Wir tun, was wir am besten können – schöne, übergroße Uhren bauen!

TW Steel is a loyal exhibitor. How important is the trade show for your business in Germany and Europe?
Jordy Cobelens: Very important! We exhibit together with our German distribution partner Luxury Brand International and use the trade show as a business and networking platform to meet our retail partners and introduce our latest collections to them.

You are debuting an edition dedicated to racing cars. What else is new?
Along with the Yamaha Factory Racing, which is not really new, but is still a highlight, we have a new collection. The Maverick line is inspired by the world of custom bikes. Featuring our typical design values and materials, it consists of chronographs, three-hands watches and an automatic model.

What are the major design trends for TW Steel in 2016?
We are definitely going big again, although we do have some smaller Canteen pieces with a diameter of 40 mm. But overall we will stay true to our roots and produce oversized pieces with diameters of 45 or 48 mm, as the demand is still growing. We will do what we can best – create beautiful oversized timepieces!
TW STEEL: A1, 400

„KOMPROMISSLOSE QUALITÄT“ “UNCOMPROMISING QUALITY”

Julian Seume, stellvertretender Geschäftsführer von Elysee Uhren, stellt das aktuelle Markenangebot vor.

Mit welchem Portfolio sind Sie nach München gekommen?

Julian Seume: Wir sind mit den Marken Elysee, Certus, Go, Hector, Joalia und Tekday präsent. Erstmals ist auch die neue Marke All Blacks mit dabei.

Was schätzen Sie persönlich am meisten an der INHORGENTA MUNICH?

Natürlich die persönlichen Kontakte. Auf Messen sind wir Firmen immer direkt am Kunden dran und das macht einfach Spaß. Darüber hinaus bin ich gespannt, welche Trends das neue Jahr bringt.

Wie wichtig ist „Made in Germany“ für die Hausmarke Elysee und inwiefern ist das Prädikat ein Verkaufsargument?

Neben Design und Funktionalität ist das wichtigste Merkmal von Elysee der hohe Qualitätsstandard, für den das Siegel im In- und Ausland steht. Als Mitglied der Fachgruppe „Made in Germany“ des Bundesverbandes BV Uhren und Schmuck haben wir zusammen die hohen Anforderungen und Verpflichtungen erarbeitet.

Was sind Ihre Ziele in diesem Jahr?

Auf unserer Agenda stehen der Ausbau des bestehenden Fachhandelsnetzwerks und die Vorstellung unserer Neuheiten sowie Aktionen der Marken Elysee, Certus, Go, Hector, Joalia und Tekday. Dann freuen wir

uns auf das persönliche Kennenlernen der Certus-Kunden, für die wir im August 2015 den Vertrieb übernommen haben. Besonders stolz sind wir hier auf unser einmaliges „Ready-to-Sell“-Verkaufskonzept.

Julian Seume, Deputy Managing Director of Elysee Uhren, presents the latest brands portfolio.

What brands have you brought?

Julian Seume: We are here with the Elysee, Certus, Go, Hector, Joalia and Tekday brands. And the new All Blacks brand is with us for the first time.

What do you personally appreciate most about INHORGENTA MUNICH?

The personal contacts, of course: trade shows give companies the opportunity to meet their customers face to face, and that's a lot of fun. I'm also curious to see which trends the new year brings.

How important is the seal 'made in Germany' for Elysee?

Alongside design and functionality, the most important feature of Elysee is its high standard of quality, which the seal represents in Germany and abroad. As a member of the 'Made in Germany' specialized group of the federal watch and jewelry association, we've collaboratively defined the high standards and obligations.

What are your goals this year?

Points on our agenda include expanding the existing network of specialized dealers and introducing new items and special activities for Elysee, Certus, Go, Hector, Joalia and Tekday. We also look forward to becoming personally acquainted with Certus' customers: we took over their distribution in August 2015. For Certus, we're especially proud of our unique "ready-to-sell" sales concept.
ELYSEE: A1, 247, B



Julian Seume, stellvertretender Geschäftsführer von Elysee Uhren Julian Seume, deputy Managing Director of Elysee watches

Die neue EBEL Wave, aus 18K Gelbgold und Bicolor-Edelstahl mit Diamanten, 3.300 €.

EBEL.COM

EBEL

DAS DESIGN EINER WELLE.
UNVERKENNBAR EBEL.



©2015 EBEL – Damen Ref 1216198
Tel 0800 22 84 144

BESUCHEN SIE UNS IN HALLE A1/STAND 200!



LOCMAN[®] ITALY

MONTECRISTO AUTOMATIK

Chronograph mit einem von LOCMAN entwickelten, mechanischen Uhrwerk. Saphirglas.
Titan und Edelstahl Gehäuse. Wasserdicht bis 10 bar.

INHORGENTA MUNICH
Halle A1, Stand 200

ILP GmbH & Co. KG

NEWS
NEWS

PIERRE CARDIN – Dezenten Luxus aus der Welt der Mode und der Stadt der Liebe an das Handgelenk fashionbewusster Männer und Frauen zu übertragen ist die Maxime der französischen Marke Pierre Cardin Time Couture. Das Modell Pompe Homme richtet sich an Liebhaber klassischen Designs. Das guillochierte Zifferblatt der Herrenuhr in Roségoldoptik bietet neben der retrograden Tagesanzeige, ein Datum und eine 24-Stundenindikation.

To transfer unostentatious luxury from the world of fashion and the city of love onto the wrists of fashion-conscious men and women around the globe is the maxim and passion of Pierre

Cardin Time Couture. This French brand' Pompe Homme model targets aficionados of classical design. The guilloche-adorned dial with a pink gold look has a retrograde day-of-the-week, a date indicator and a 24-hour display. A1, 313



HENRY LONDON – Eine Vintage-Uhr Schweizer Herkunft, deren Gehäuseboden mit „Henry, August 1965“ graviert war, gab die Inspiration für eine neue Uhrenmarke made in London. Das Grunddesign mit elf markanten Indices und der Zwölf blieb dabei erhalten und wird mit neuen Farben aufgefrischt, wie ausdrucksstarkes Blau, Grün und Rot sowie dunkle Erdtöne wie Schokoladenbraun. Die Gehäuse der Dreizeigeruhren und Chronographen sind aus Edelstahl und auch in PVD-Roségold erhältlich.

A vintage watch of Swiss provenance provided the inspiration for a new "made in London" watch brand. The basic design with eleven bold indices and the Twelve remained unchanged, but is enlivened with fresh new colors, such as expressive blue, red and green, as well as dark earth tones like chocolate brown. The cases of the three-handed pieces and chronographs are made of stainless steel and also available with a coating of PVD and pink gold. A1, 116/215, A/B



HANOWA – 1963 von Hans Noll in Biel gegründet, feierte Hanowa vor drei Jahren sein 50-jähriges Bestehen. Seit dem Beginn der 90er Jahre firmiert die Schweizer Marke unter „Swiss Military Hanowa“, um ihre Kompetenz im Bereich der Sport- und Performance-Uhren zu unterstreichen. Zu den Neuheiten in München zählt die ACE Chrono, die mit sportlichen Qualitäten und präziser Funktionalität überzeugt. So hat das Modell eine Lünette mit Tachymeter-Skala und ein Kohlenstoff-Zifferblatt. Wasserdicht bis zehn bar, bietet die 44 Millimeter große Quarz-Uhr neben den Stoppfunktionen auch ein Datum und eine Wochentagsanzeige.

Established by Hans Noll in Bienne in 1963, Hanowa celebrated its 50th anniversary three years ago. Since the early 1990s, this Swiss brand has been known as "Swiss Military Hanowa," a name which highlights the label's competence in the field of sport and performance watches. The debutantes in Munich include the ACE Chrono with convincingly sporty qualities and precise functionality, e.g. this model combines a bezel with a tachymeter scale and a dial made of carbon fiber. Watertight to 10 bar, this 44mm diameter quartz chronograph also shows the current date and the day of the week. A1, 232/331

„SEHR GUT VERKÄUFLICHE KOLLEKTION“
“A VERY READILY SELLABLE COLLECTION”

Willi Birk, Geschäftsführer von POINT tec mit den Marken Junkers, Zeppelin und Rosenthal, verrät im Gespräch mit uns die Neuheiten des Jahres.

POINT TEC WARTET MIT MODELLOFFENSIVE AUF

POINT TEC LAUNCHES A HOST OF NEW WATCHES

tion. POINT tec delivers a set of seven wristwatches together with a very attractively styled sales display. An authentic Rosenthal porcelain vase, delivered free of charge, stands atop the display to symbolize the connection between the watches and the porcelain.

Letztes Jahr stellten Sie hier die neue Marke Rosenthal vor. Gibt es hier Neues?

Willi Birk: Die Rosenthal-Kollektion wird durch eine Automatikserie erweitert. POINT tec liefert ein Set von sieben Uhren zusammen mit einem sehr attraktiv gestaltetem Verkaufsdiskontroll aus, auf dem auch eine kostenlose original Porzellan-Vase aus dem Hause Rosenthal den Bezug verdeutlich soll.

Mit der Marke Zeppelin setzen Sie ganz auf klassische Fliegeruhren. Welche Modellerweiterungen gibt es 2016?

Sieht man einen Zeppelin am Himmel, spricht man auch von dem majestätischem Gleiten oder von dem exklusiven „Fahren“, ähnlich wie auf einem luxuriösen Kreuzfahrtschiff. Das erlaubt uns auch ein Design, das von der mehr maskulinen Fliegeruhr abweicht und uns mehr Freiheiten hin zu der eleganten Armbanduhr einräumt. Wir verbinden hier gekonnt Retrodesign mit modernen Akzenten. Folglich haben wir die Zeppelin-Kollektion um aufwendig gearbeitete Damenuhren erweitert, die wir hier verstärkt vorstellen. Bei den Zeppelin-Herrenuhren haben wir jetzt die neue Serie LZ 126 Los Angeles als Chronograph in der erfolgreichen Preisklasse bis 300 Euro aufgelegt. Insgesamt zeigen wir wieder eine höchst interessante und sehr gut verkäufliche Kollektion.

Und bei der Marke Junkers, die im Zeichen des Bauhaus steht?

Alle berühmten Bauhaus-Designer haben einst für die Junkers-Werke in Dessau gearbeitet. Ich darf in diesem Zusammenhang auf das Buch „Junkers, das Bauhaus und die Moderne“ von Helmut Erfurth verweisen, in dem die ganze Geschichte über die Schule des Bauhaus dargestellt wird. Dies ist für uns immer wieder eine Quelle der Inspiration. Entsprechend haben wir die Bauhaus-



Willi Birk, Geschäftsführer POINT tec
Willi Birk, Managing Director of POINT tec

Kollektion um eine limitierte Serie mit dem flachen Handaufzugswerk ETA/Peseux 7001 erweitert. Als Besonderheit unserer Junkers-Kollektion präsentieren wir heuer unseren ersten Junkers-Regulator, den wir zusammen mit zwei renommierten Schweizer Uhrwerks-Manufakturen umgesetzt haben. Auch die neue Damenkollektion Eisvogel zeigt sich im reduzierten Bauhaus-Design mit einem dezent femininen Touch. Nach dem großen Erfolg unserer beiden Eurofighter-Uhreneditionen zeigen wir dieses Jahr die dritte Edition dieser außergewöhnlichen Fliegerchronographen.

In a conversation with the IMD, the year's newcomers are revealed by Willi Birk, CEO of von POINT tec, which carries the Junkers, Zeppelin and Rosenthal brands.

You introduced the new Rosenthal brand here last year. Will there be new products again this year?

Willi Birk: A series of self-winding watches has been added to the Rosenthal collec-

The Zeppelin brand showcases classical pilot's watches. What new models will debut in 2016?

When a zeppelin appears in the sky, one talks about its majestic gliding or its exclusive "sailing," not unlike a luxurious cruise ship. This inspired us to create a design that departs somewhat from the more masculine pilot's watch and gives us the freedom to create an elegant timepiece. We skillfully link retro design and modern accents here. We've accordingly augmented the Zeppelin collection with elaborately crafted ladies' watches, which we're highlighting this year. Among the men's watches, we have the new LZ 126 Los Angeles series as a chronograph in the successful price category under 300 euros. All in all, we're again showing a highly interesting and very readily sellable collection.

What's new at the Junkers brand, which embodies Bauhaus design?

Every famous Bauhaus designer worked for Junkers' plants in Dessau at one time or another. In this context, I would like to mention Helmut Erfurth's book "Junkers, das Bauhaus und die Moderne": it chronicles the history of the Bauhaus School, which is a perpetual source of inspiration for us. We've accordingly enlarged our collection through the addition of a limited series encasing Caliber ETA/Peseux 7001, a slim hand-wound movement. As a special item in our Junkers collection, this year we're presenting our first Junkers regulator, which we created in collaboration with two renowned Swiss movement manufacturers. And Eisvogel, our collection for ladies, combines minimalistic Bauhaus design and a tastefully feminine touch. Following the strong success of our two Eurofighter watch editions, this year we're launching the third edition of this unconventional chronograph for pilots. POINT TEC: A1, 132/231, A/B

WELTWEIT ERFOLGREICH
GLOBALLY SUCCESSFUL

Die niederländische Marke Oozoo startete die erste Uhrenkollektion erst vor knapp 15 Jahren. Mittlerweile ist sie auf vielen europäischen und internationalen Märkten vertreten, darunter Deutschland, Belgien, Frankreich aber auch Mexiko, Australien und sogar Neuseeland. Das Erfolgsgeheimnis der Firma liegt in den schnellen Innovationszyklen, die mit vielen neuen Kollektionen immer wieder den Zeitgeist widerspiegeln – so wie die Vintage, die den aktuellen Retrotrend aufgreift. Das typisch großflächige „Gesicht“ der Uhr, ein Charakteristikum von Oozoo, bildet filigrane Indices und in klarer Typographie ab. In typischer Manier der Marke ist das Gehäuse flach und großzügig im Durchmesser. Hierzulande wird sie von Oozoo Timepieces Ingo Schaubel mit Sitz in Heilbronn vertrieben.



This Dutch brand launched its first watch collection nearly 15 years ago. In the meantime, Oozoo's watches are sold on many European and international markets, e.g. Germany, Belgium, France, Mexico, Australia and New Zealand. The secret of success lies in the short cycles of innovation with which the many new collections successfully reflect the zeitgeist. The Vintage, for example, caters to the popular retro trend. The typically spacious plane of the watch's face hosts filigreed hour markers in a clear typography. In characteristic Oozoo manner, the case is slim and has a generously large diameter. The watches are sold in Germany by Oozoo Timepieces Ingo Schaubel, headquartered in Heilbronn. OOOO: A1, 342/441, C/D

Vintage, Oozoo



ETERNA

Pioneers in Watchmaking
Since 1856



Super KonTiki

Seit 1962 verwenden Taucher den Namen Super KonTiki als Synonym für aussergewöhnliche Zuverlässigkeit, Robustheit und Präzision. Zur Erinnerung an das Abenteuer, welches der Uhr den Namen gab, trägt ihr Boden ein diskretes KonTiki-Medaillon, auf dem das Floss aus Balsaholz von Thor Heyerdahl eingraviert ist. Das geschmeidige Milanese Edelstahlarmband mit Sicherheitsverschluss vollendet diesen sportlichen Klassiker. Wann immer Sie also ein Abenteuer planen, denken Sie daran, ein Super KonTiki am Handgelenk zu tragen.

eterna.com



WWW.LUXURY-BRAND.DE
LUXURY BRAND
INTERNATIONAL

INHORGENTA
12. bis 15. Februar 2016
Halle A1, Stand 400



Dorothea Schippel



Anke Graf



Pura Ferreiro

STARK IM VERBUND A STRONG GROUP

GEMEINSAMES AREAL FÜR BKV-MITGLIEDER

THE BKV'S MEMBERS SHARE A COMMON SPACE

Seit über zwanzig Jahren ist der Bayerische Kunstgewerbeverein (BKV) mit einer Auswahl seiner Mitglieder aus dem Schmuckbereich auf der INHORGENTA MUNICH vertreten. 2016 sind es insgesamt dreizehn Schmuckgestalter sowie Gold- und Silberschmiede, die ihre aktuellen Arbeiten zwar an eigenen Ständen, aber in einem definierten Areal präsentieren. Für die Münchener Goldschmiedemeisterin Pura Ferreiro (C2, 335, C) ist die Möglichkeit, unter dem gemeinsamen Mantel des BKV auszustellen, ein echter Vorteil: „Durch die strengen Aufnahmekriterien des Vereins ergibt sich ein hoher Qualitätsstandard. Daher ist die Mitgliedschaft im BKV wie ein Gütesiegel für die eigenen Arbeiten.“ In diesem Jahr stellen unter anderem renommierte Designer wie die Wahl-Münchenerin Dorothea Schippel (C2, 339, C) oder die in

Hamburg ansässige Gestalterin Anke Graf (C2, 331, C) aus. Zu den Newcomern gehört das noch junge Label Cut von Anne Fischer und David Dott (C2, 239, B). Wer sich vor Ort intensiver mit den Aufgaben und Ideen des BKV beschäftigen möchte, findet auf dem Areal umfangreiches Infomaterial.

The Bayerischer Kunstgewerbeverein (BKV, Bavarian Crafts Association) has presented jewelry creations by selected members of the group at INHORGENTA MUNICH for over two decades. Thirteen

jewelry designers, goldsmiths and silversmiths will present their works in 2016: each exhibitor has their own stand, but all stands are situated in a specified area. The opportunity to show her work under the aegis of the BKV is a major advantage for the Munich-based master goldsmith Pura Ferreiro (C2, 335, C): “The association’s strict acceptance criteria guarantee a high standard of quality, so membership in the BKV is a seal of quality for one’s own artworks.” Among the exhibitors this year are designers such as Dorothea Schippel (C2, 339, C), who settled in Munich from elsewhere, and the Hamburg-based designer Anke Graf (C2, 331, C). The newcomers include Anne Fischer and David Dott with their young Cut label (C2, 239, B). Comprehensive informative material is available onsite in the shared exhibition area for everyone who would like to learn more about the tasks and ideas of the BKV.



Mitglieder des BKV präsentieren ihre Neuheiten auf einem gemeinsamen Areal in Halle C2. Members of the BKV present their novelties on a common area in Hall C2.

DIE ZAHL THE NUMBER

2500

... GRAD CELSIUS HEISS MUSS DER OFEN SEIN, IN DEM SILIZIUMCARBID FÜNF TAGE LANG GEBRANNT WIRD. DANACH IST ES NICHT NUR EINES DER HÄRTESTEN MATERIALIEN DER WELT, SONDERN GLITZERT AUCH VERFÜHRERISCH – BEISPIELSWEISE IN BARBARA SCHULTEHENGESBACHS KOLLEKTION STERNENSTAUB.

... DEGREES CELSIUS IS THE TEMPERATURE IN THE KILN WHERE SILICON CARBIDE IS HEATED FOR FIVE DAYS. AFTERWARDS IT'S NOT ONLY ONE THE WORLD'S HARDEST MATERIALS, BUT IT ALSO GLITTERS SEDUCTIVELY, E.G. IN BARBARA SCHULTEHENGESBACH'S STERNENSTAUB COLLECTION.



KAROLINA BIK – Eigentlich ist die polnische Schmuckgestalterin bekannt für ihre organischen Schmuckgebilde. In diesem Jahr präsentiert sie jedoch einen zu Gold gewordenen Computer-Klassiker der 1980er: In ihrer Kollektion Tetris verarbeitet sie viele kleine Würfelchen zu Anhängern, Ringen oder Ohrsteckern.

This Polish jewelry designer is known for her organic ornamental creations, but this year she indulges in alchemy by taking a computer classic from the 1980s and trans-



muting it into gold: in her Tetris collection, she crafts numerous little cubes into pendants, rings and ear studs. C2, 225, B



MARIA CUESTA MACEIRA – Die spanische Gestalterin kombiniert traditionelle Goldschmiedetechniken mit modernen Technologien wie dem 3D-Druck. In diesem Jahr präsentiert sie die zwei

neuen Linien Dyoba (Benga) und Wood. Für Dyoba ließ sie sich von Tieren im afrikanischen Regenwald inspirieren und setzte ihre Ideen in Silber mit verschiedenen Gravurtechniken um. Wood umfasst Ringmodelle aus verschiedenen Hölzern in Kombination mit Silber.

This Spanish designer unites traditional goldsmith's techniques and modern technologies such as 3D printing. This year she presents two new lines: Dyoba (Benga) and Wood. In Dyoba, which is inspired by the fauna of the African rainforest, she uses silver and various engraving techniques. Wood features rings made of various woods with silver. C2, 304/405, C/D

NEWS NEWS

JOHANNA OTTO – Zart und frisch präsentiert sich die aktuelle Kollektion Taublatt von Johanna Otto. Bei dem Ohrschmuck, den Ringen oder Anhängern werden aneinander gereihte Kreise an ihrer Verbindungsstelle geknickt, so dass luftige Körper entstehen. In der Mitte blitzt ein kleiner Brillant wie ein Tautropfen hervor.

Delicacy and freshness distinguish Johanna Otto's new Taublatt (Dewy Leaf) collection. Circles are arranged in series and then kinked where they overlap to create the airy

bodies of these earrings, rings and pendants. A little brilliant-cut diamond sparkles like a dewdrop at the center of each piece. C2, 317, C



PETRA MEIREN – Eine klare Formensprache und lebendige Optiken sind die typischen Merkmale von Petra Meirens Schmuck. Auch ihre Neuheiten ziehen die Blicke auf sich: Grafische Colliers, die mit gefüllten und durchbrochenen

Flächen spielen und spannende Durchblicke gewähren präsentiert sie ebenso wie farbenfrohe Schmuckstücke, in denen PVC eine Bühne für funkelnde Swarovski-Kristalle bietet.

A clear formal vocabulary and lively looks are the characteristics of Petra Meiren's jewelry. Her newest pieces likewise attract attention: her graphic, close-fitting necklaces play with filled and pierced planes to offer exciting perspectives. She also presents colorful pieces of jewelry in which PVC provides a stage for sparkling Swarovski crystals. C2, 119, A

andrea frahm jewellery



INHORGENTA MUNICH

12. bis 15. Februar 2016

Halle C2 / Stand 100 - 201 / Gang A - B

andrea frahm jewellery / Schlederloh 20 / D 82057 Icking
Fon +49 (0) 8171 . 221 81 / Mobil +49 (0) 176 . 23 13 28 75
schmuck@andreafrahm.de / www.andreafrahm.de

NEWS
NEWS

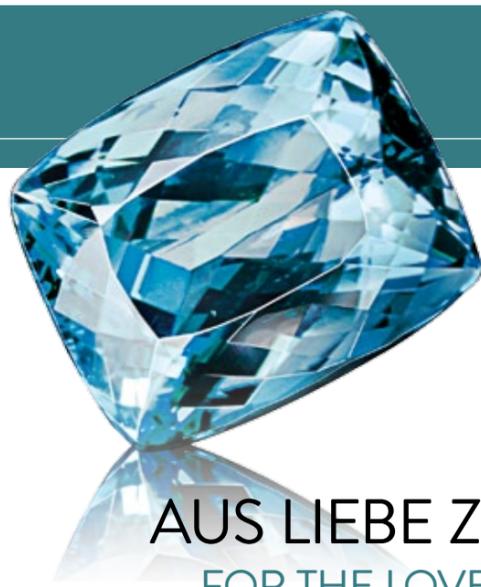
KAMALADIWELA GEMS – Jayantha Kamaladiwela ist spezialisiert auf wertvolle Farbedelsteine in allen Farben, Formen und Preislagen. Dazu gehören insbesondere Saphire, Rubine, Smaragde, Spinelle und Tourmaline. Seine Leidenschaft sind ungewöhnliche Farbzusammenstellungen bei besonderen Edelsteinen. Das Bild zeigt einen Ring mit blauem Zirkon und einen Pink Turmalin. Jedes Jahr geht Kamaladiwela kurz vor der INHORGENTA MUNICH auf Einkaufsreise nach Asien, um seinen Kunden auf der Messe ausgesuchte Besonderheiten bieten zu können. Jayantha Kamaladiwela specializes in valuable colored gems in all colors, shapes and price categories. His portfolio especially includes

sapphire, rubies, emeralds, spinels and tourmalines. He loves unconventional color combinations with special gems. The photo shows a ring with a blue zirconia and a pink tourmaline. Shortly before each year's INHORGENTA MUNICH, Kamaladiwela embarks on a purchasing tour through Asia – and returns to Munich bearing a trove of selected specialties to delight his clientele. C1, 356, C



SKS-SCHMUCK – Wechsel-schließen in Edelstahl, ausgefasst mit bunten Saphiren oder Brillanten sind eine Neuheit in der Kollektion der Firma SKS-Schmuck. Passend dazu bietet die Idar-Obersteiner Manufaktur Ringe in ausgefallenem Design. Naturbelassene Steine sind jedoch die absolute Spezialität bei SKS. Die Einzigartigkeit der Steine machen jede Schließe zu einem Unikat und reizvollem Hingucker. Eine Ergänzung dazu sind Schließen in Silber und vergoldetem Silber.

Interchangeable stainless steel clasps, set with colorful sapphires or brilliant-cut diamonds, have been newly added to the collection from SKS-Schmuck. This manufactory, which is headquartered in Idar-Oberstein, also offers matching rings in an unusual design. But naturally untreated stones are SKS's absolute specialty: the uniqueness of each gem makes a one-of-a-kind eyecatcher. These products are augmented by clasps in silver and gold-plated silver. C1, 119, A



Leuchtend blaue Edelsteine gehören zu den zeitlosen Klassikern
Bright blue gemstones are among the timeless classics

AUS LIEBE ZUR FARBE
FOR THE LOVE OF COLOR

Farbedelsteine sind nicht nur wertvolle Wunder der Natur. Sie sind immer auch eine Frage des persönlichen Stils der Schmuckträgerin. Die Idar-Obersteiner Spezialisten Groh + Ripp haben für jeden Geschmack besonders schöne Exemplare im Angebot. Geschäftsführerin Nicole Ripp ist zuständig für das Farbsteingeschäft bei der Familienfirma: „Ich spüre ständig Trends nach und suche weltweit die dazu passenden Edelsteine. Wir arbeiten ja mit dem besten Designer der Welt zusammen: der Natur.“ Tatsächlich seien nach ihrer Beobachtung je nach den Farbtrends in der Mode andere Edelsteine begehrt. „Immer mehr Frauen möchten alles Ton in Ton tragen. Da sollen Handtasche, Kleidung und Accessoires perfekt aufeinander abgestimmt sein“, sagt Nicole Ripp. „Schmuck und die darin verarbeiteten Farbedelsteine sind auch ein Fashion-Statement.“ Vor allem modisch orientierte Frauen kann man mit Echtschmuck mit Edelsteinen in den angesagten Farben begeistern. Doch jeder Mensch hat abseits von den Trends auch seine Lieblingsfarbe, an die er festhält. Nicole

GROH + RIPP FEIERT DIE NATUR ALS DESIGNER

GROH + RIPP CELEBRATE MOTHER NATURE AS THE GREATEST DESIGNER

Ripp meint dazu: „Edelsteine sind nicht nur einfach bunt und sollen zur Mode passen. Das wäre zu kurz gedacht. Es gibt für jeden Menschen einen Edelstein, der perfekt zu ihm passt und seine Persönlichkeit unterstreicht. Denn jeder Farbedelstein ist genauso ein Unikat, wie seine künftige Trägerin.“ Eine riesige Auswahl an Unikaten in allen Farben des Regenbogens ist am Stand von Groh + Ripp zu bewundern. Colored gemstones aren't only precious natural treasures, they're also a question of the personal taste of the women who wear the jewelry. The specialists at Groh + Ripp in Idar-Oberstein have gorgeous specimens in their assortment to appeal to every taste. Managing Director Nicole Ripp is responsible for her family business' commerce with colored gems. "I always keep abreast of the latest trends and scout

the globe to find the matching gems. After all, we collaborate with the world's best designer: Mother Nature." Nicole Ripp knows from experience that different gems are in demand depending on the latest color trends in the world of fashion: "Increasingly many women would like to wear matching colors. They want their handbag, outfit and accessories to harmonize perfectly. Jewelry, and the colored gems integrated into it, also make a fashion statement." Fashion-oriented women are especially enthusiastic about genuine jewelry with gemstones in trendy colors. But regardless of trends, each person has a favorite color to which she tends to cling. Nicole Ripp opines: "Gemstones aren't merely colorful and shouldn't merely flatter the latest fashion. That would be shortsighted. For each person, there's one gem that perfectly suits her and accentuates her personality – because every colored gem is as unique as the woman who will wear it someday." A huge selection of one-of-a-kind gems in every color of the rainbow can be admired at Groh + Ripp's stand.

GROH + RIPP: C1, 314, C



Die DgemG informiert an ihrem Stand in Halle C1 über ihr Bildungsangebot
The DgemG informs about its educational programs at the stand in Hall C1

FUNDIERTES WISSEN FÜR BESSERE ZUKUNFTSCHANCEN
SCIENTIFIC KNOWLEDGE IMPROVES FUTURE OPPORTUNITIES

Die Deutsche Gemmologische Gesellschaft e. V. (DgemG) bietet eine praxisorientierte fachliche Aus- und Weiterbildung in Gemmologie. In ihrem modern ausgestatteten Ausbildungszentrum inmitten der Edelsteinmetropole Idar-Oberstein bietet die Gesellschaft State-of-the-Art-Seminare und Bildungsprogramme in Edelsteinkunde, Diamantenkunde (Graduierung) und Perlenkunde/Organische Substanzen. Die Ausbildungsziele richten sich an die aktuellen Bedürfnisse der Wirtschaftsbereiche Edelstein und Schmuck. Schwerpunkte der Seminare und Bildungsprogramme sind detaillierte Informationen zu allen Edel- und Schmucksteinen, deren Eigenschaften, Vorkommen und

Bewertungskriterien sowie die Unterscheidung von Imitationen und Synthesen und Erkennung von künstlichen Eigenschaftsveränderungen. Auf der INHORGENTA MUNICH 2016 stellt die DgemG nicht nur das aktuelle umfangreiche Ausbildungsprogramm vor, sondern bietet auch wieder einen kostenlosen Untersuchungsservice an. The Deutsche Gemmologische Gesellschaft (DgemG, the German Gemmological Society) offers praxis-oriented education and continuing education in gemology. Its training center in the heart of the gemstone metropolis of Idar-Oberstein is optimally equipped to offer state-of-the-art seminars and educational programs in gemology, the science of diamonds (grad-

ing) and the science of pearls / organic substances. The curriculum is designed to meet the current commercial needs of the gemstone and jewelry industry. The seminars and educational programs focus on detailed information about precious and semiprecious stones, their properties, where they're found and how they're appraised, as well as on how to detect imitations and synthetic stones, and how to spot changes in a stone's inherent attributes. At INHORGENTA MUNICH 2016, the DgemG not only presents its current comprehensive educational program, but also provides a cost-free gemstone-analysis service. DEUTSCHE GEMMOLOGISCHE GESELLSCHAFT: C1, 206, B

INHORGENTA
MUNICH

Halle B2 Stand 321.



ALLES FÜR DIE SCHMUCKFERTIGUNG EVERYTHING FOR MANUFACTURING JEWELRY

Horbach Technik ist auch 2016 wieder mit einem großen Stand auf der INHORGENTA MUNICH vertreten und bildet dort mit seinem umfassenden Spektrum an Geräten, Systemen und Dienstleistungen praktisch den gesamten Schmuckfertigungsprozess ab. Mit laufenden Geräte-Vorfürungen will Horbach den Besuchern den Nutzen und die Möglichkeiten der verschiedenen Systeme veranschaulichen. So gibt es zum Beispiel Einblick in den 3D-Druck.

Geschäftsführer Christian Müller gibt zudem ein klares Bekenntnis zur Münchner Messe ab: „Trotz der vielen Informationsmöglichkeiten und trotz des zunehmenden Online-Handels bietet uns die INHORGENTA MUNICH die Möglichkeit für viele gute Gespräche mit Kunden und Interessenten. Persönlicher Austausch und bedarfsorientierte Beratung bleiben wichtig – und die Messe bietet die optimale Plattform dafür.“

Die bewährte Technik von Horbach hat sich in den letzten ein, zwei Jahren

NEUE TECHNOLOGIEN IM 3D-DRUCK

NEW TECHNOLOGIES IN 3D PRINTING

weiterentwickelt. Sie ist vielfältiger geworden, aber vor allem berechenbarer für die Anwender, da sich die wesentlichen Trends und die führenden Marken etabliert haben. Die größte Veränderung sieht Christian Müller in der Akzeptanz der neuen Technologien durch die Schmuckschaffenden: „Kunden treten heute mit anderen Fragen an uns heran als noch vor zwei Jahren. Wir freuen uns über ihr wachsendes Interesse an neuer Technik.“

Horbach Technik again has a large stand at INHORGENTA MUNICH in 2016, where the company presents its comprehensive spectrum of devices, systems and services for nearly every phase of the jewelry-manufacturing process. Ongoing demonstrations at Horbach Technik's stand help to familiarize visitors with the

diverse uses and potentials of the various systems. For example, Horbach Technik offers a closer look at 3D-printing.

Managing Director Christian Müller is enthusiastic about the trade fair in Munich: “Despite many different media to acquire information and despite the growth of e-commerce INHORGENTA MUNICH offers the possibility for many interesting discussions with customers and interested parties. Personal sharing and practical consulting are as important as ever, and the fair offers the optimal platform for both.” The time-honored technologies of Horbach have evolved during the last year or two. They're more diverse now, but they're also more calculable for their users because the essential trends and leading brands have established themselves. Christian Müller sees the biggest change in the growing acceptance of new technologies by manufacturers: “Today our customers approach us with different questions than two years ago. We are happy about their new interest for new technology.”

HORBACH TECHNIK: A2, 334, C



Horbach Technik in Halle A2
Horbach Technik in hall A2



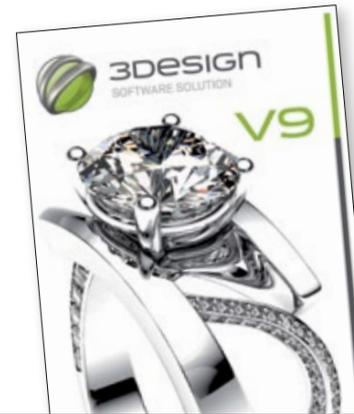
3D-Modell in der Gussmanufaktur
3D model in the casting manufactory

NEWS NEWS

MPS – Als Wiederverkäufer für die Schmucksoftware 3 Design präsentiert MPS auf der INHORGENTA MUNICH die neue V9. Eine komplett neue Oberfläche mit neuen Werkzeugen wird den wachsenden Aufgaben von Goldschmiedern und Juwelieren gerecht, die bei der Umsetzung ihrer Schmuckdesigns

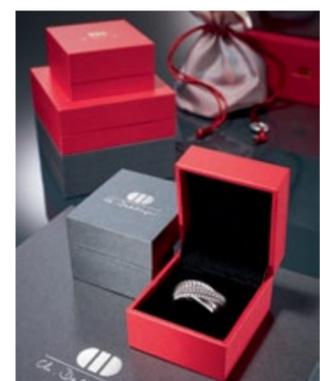
anfallen. MPS-Geschäftsführer Michael Schäfer schult dieses Programm höchstpersönlich und kann daher eine kompetente Begleitung garantieren.

As a reseller for 3 Design jewelry software, MPS presents the new V9 at INHORGENTA MUNICH. A completely new interface with new tools ideally assists goldsmiths and jewelers to accomplish the growing tasks needed to transform their jewelry designs into tangible reality. MPS's Managing Director Michael Schäfer personally conducts the training sessions for this software program, so he can guarantee competent support.
A2, 433, D



CH. DAHLINGER – Die Firma aus Lahr ist Spezialist für die Herstellung von hochwertigen Verpackungen und Displays für Uhren, Schmuck, Schreibgeräte und andere Luxusartikel. Zu den Neuheiten 2016 gehören handüberzogene Etalagen und Displays, aber auch Verpackungen wie luxuriöse Etuis mit dazugehörigen Schubern in edlem Nubuk-Imitat.

This company in Lahr manufactures high-quality packaging and displays for watches, jewelry, writing instruments and other luxury articles. Among the new items in 2016 are manually covered shelves, showcases and displays, as well as packaging such as luxurious etuis with sliding



compartments made of elegant faux Nubuck.
A2, 100/301, A/C

AKTIVES KUNDENMARKETING ACTIVE MARKETING

Aktives Marketing für Juweliere, Warenwirtschaft und Kassensysteme gemäß der neuen Richtlinien ab 2017, das sind die Top-Themen bei Clarity & Success in diesem Jahr.

Was sind Ihre Messeneuheiten?

Als Messehighlight werden wir vor allem das Marketingkonzept für Juweliere vorstellen. Mit diesem Konzept bieten wir unseren Kunden ein Komplettpaket für erfolgreiche Kundenbindung. Die Daten für erfolgreiches Marketing sind bei fast all unseren Kunden bereits vorhanden, sie werden nur leider zu oft nicht genutzt. In diesem Jahr ist uns auch das Thema Videoüberwachung sehr wichtig. Wir zeigen den Juwelieren die Videoüberwachungssysteme, die sie nutzen können, um ihr Geschäft optimal zu überwachen und zu sichern.

Welche Erwartung haben Sie an die INHORGENTA MUNICH?

Wie in jedem Jahr erhoffen wir uns, viele interessierte Juweliere und Bestandskunden kennenzulernen und natürlich auch bekannte Gesichter wiederzusehen. Die INHORGENTA MUNICH bietet immer Platz für einen regen Austausch. Wir erwarten, dass sich viele Juweliere und Goldschmiede aufgrund der neuen Kas-

senrichtlinien in Deutschland und Österreich über unsere Software informieren. Ab dem 01.01.2017 tritt die Kassenrichtlinie in Deutschland in Kraft, in Österreich haben die Juweliere nur noch eine Schonfrist bis zum Ende des zweiten Quartals 2016.

Wie präsentieren Sie Ihr Angebotspektrum am Stand?

Dieses Jahr überzeugen wir mit einem komplett neuen Standdesign. Auf einer großzügigen Fläche von 80 m² hat das Team ausreichend Platz zum Beraten und Demonstrieren unserer Produkte. Insgesamt gibt es zehn Beratungsplätze, an denen wir die Jeweler Management Software direkt an einer Touchkasse präsentieren. Zudem gibt es einen extra Platz für die Lichtbox, an dem wir zeigen, wie einfach Juweliere ihren Schmuck professionell ablichten können. Der Mittelpunkt des Stands ist die Vorteilsclub Bar, an der wir den Besuchern erfrischende Cocktails servieren.

Active marketing for jewelry stores, ERP and POS systems for the new guidelines coming in 2017, are the main topics for Clarity & Success this year.

What new items do you plan to show at the trade fair?

Our marketing concept for jewelers is a major highlight. With this concept, we offer our customers a complete package to successfully promote customer loyalty. The data for successful marketing already exist for nearly all of our customers, but unfortunately these data are all too frequently left unused. Video surveillance is another important theme this year. We show jewelers the various video-surveillance systems that they can use to optimally monitor and safeguard their jewelry shops.

What do you expect from the trade fair?

As we do each year, we look forward to meeting many interested jewelers, to renewing our relationships with existing customers, and to seeing familiar faces. INHORGENTA MUNICH is always a great place for stimulating discussions. Due to the new cashier guidelines in Germany and Austria, we expect many jewelers and goldsmiths will want to learn about our software. The regulations take effect in Germany on January 1, 2017. Jewelers in Austria are already required to comply by the end of the second quarter of 2016.

How do you present your portfolio at your stand?

We've totally redesigned our stand. With 80 square meters of floor space, it pro-



Florian Henkel

vides ample room for consultations and demonstrations of our products. There'll be ten consulting sites: at each one, we can directly present our management software to a jeweler via a touchscreen cash register. There'll also be a special place for the

light box, where we show jewelers how simple it can be to professionally light their jewelry. The stand's centerpiece is the Advantage Club Bar, where visitors can enjoy refreshing cocktails.

CLARITY & SUCCESS: A2, 370, C

MAGAZINE + KATALOGE + WEBDESIGN + NEWSLETTER + SOCIAL MEDIA

KOMMUNIKATION FÜR JUWELIERE

IHR CONTENT AUF ALLEN KANÄLEN.
INDIVIDUELL UND GANZHEITLICH.

BESUCHEN
SIE UNS AUF DER
INHORGENTA
HALLE B1
STAND 449/463



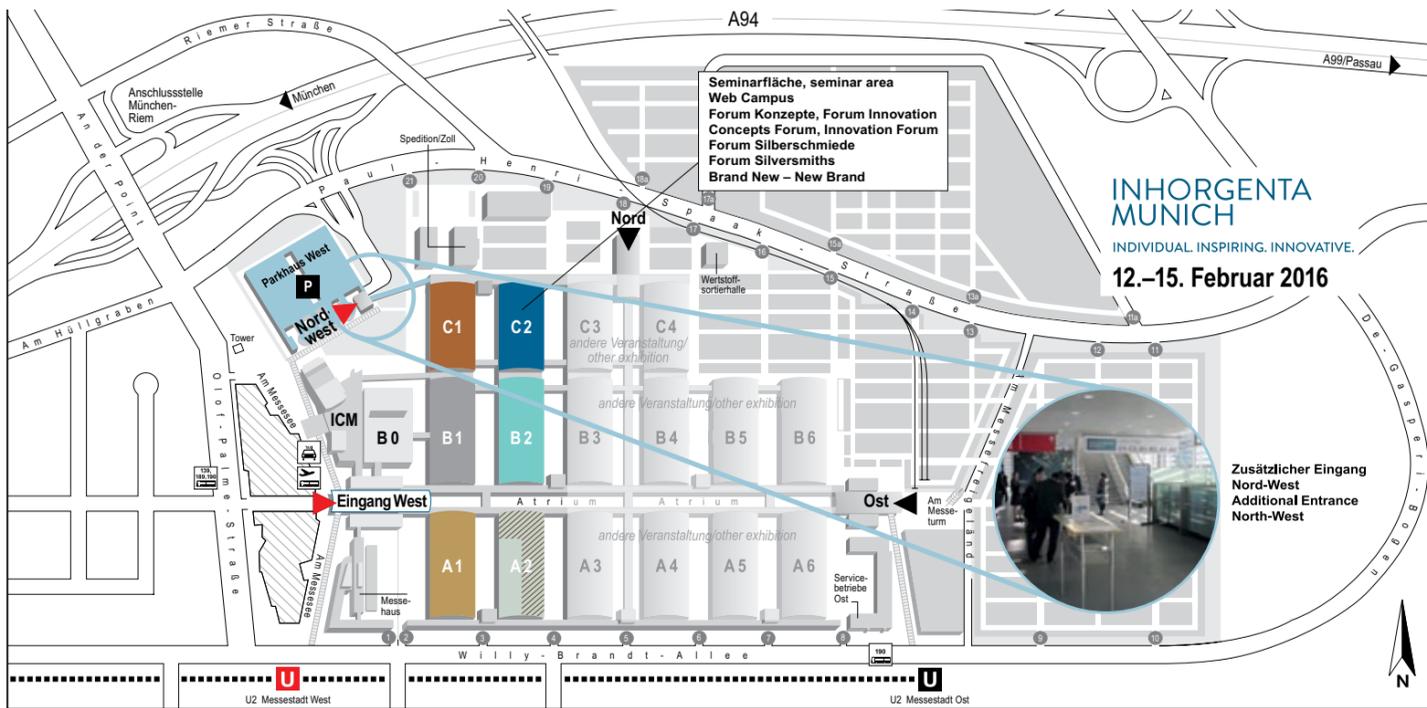
KONTAKT

Projektleitung · Kejwan Valandiz · Tel.: +49 (0) 40/18 98 81-151 · k.valandiz@untitled-verlag.de

UNTITLED
VERLAGENTUR

www.untitled-verlag.de

HALLENPLAN
FLOOR PLAN



- | | | | |
|---|--|---|--|
| <p>A1 Timepieces</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kleinuhren • Watches • Montres • Orologi piccoli • Relojes pequeños <p>A2 Technology</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technisches Angebot, Etuis und Kartonagen, Scheideanstalten, Ladenbau, Dienstleistungen, Uhrmacherhandwerk, Großuhren, Uhrenarmbänder • Technical offers, boxes and packaging, refinerries, services, store design, watchmaking, clocks, watchbands • Offre technique, étuis, écrins et cartonnage, affineries, agencement de magasins, services, artisanat horloger, horloges, bracelets de montre • Offerta tecnica, astucci e confezioni in cartone, metalli preziosi, allestimento negozi, servizi, produzione orologiaia, orologi grandi, cinturini • Oferta técnica, estuches y cartones, plantas de recuperación de metales preciosos, construcción de tiendas, servicios, relojería, relojes grandes, pulseras de reloj | <p>A2 Bijoux</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schmuck, Edelsteine, Silberwaren • Jewelry, precious stones, silver goods • Bijouterie, pierres précieuses, argenterie • Gioielli, pietre preziose, argenteria • Joyas, piedras preciosas, artículos de plata <p>B1 Fine Jewelry</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hochwertige Schmuckkollektionen • High-quality jewelry collections • Collections de bijoux haut de gamme • Pregiate collezioni di gioielli • Colecciones de joyas de gran valor <p>B2 Elegance & Lifestyle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schmuck (klassisch, Edelstein), Lifestyle und Trends für Schmuck • Jewelry (classic, gemstone), lifestyle and trends in jewelry • Bijouterie (classique, pierre précieuse), lifestyle et tendances pour les bijoux • Gioielli (classici, pietre preziose), lifestyle e tendenze per gioielli • Joyas (clásicos, piedras preciosas), estilo de vida y tendencias de joyería | <p>C1 Carat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Edelsteine, Perlen, Echtsteinschmuck • Precious stones, pearls, gemstone jewelry • Pierres précieuses, perles, bijou(x) orné(s) de pierres précieuses • Pietre preziose, perle, gioielli realizzati con pietre preziose • Piedras preciosas, perlas, joyas con piedras preciosas | <p>C2 Contemporary Design & Vision</p> <ul style="list-style-type: none"> • Premium Design, zeitgenössische Schmuckgestaltung, Design-Schmuck, Seminarfläche, Web Campus, Forum Konzepte, Forum Innovation, Forum Silberschmiede, Forum Innovation Schulen, Brand New – New Brand • Premium Design, contemporary jewelry design, design jewelry, seminar area, Web Campus, Concepts Forum, Innovation Forum, Forum Silbersmiths, Innovation Forum Schools, Brand New – New Brand • Design premium, conception contemporaine de bijoux, bijoux de designer, surfaces pour séminaires, Web Campus, Forum des concepts, Forum de l'innovation, Forum des orfèvres, Forum de l'innovation écoles, Brand New – New Brand • Premium design, creazioni contemporanee di gioielli, gioiello design, area seminari, Web Campus, Forum Scuole di innovazione, Brand New – New Brand • Diseño de primera calidad, diseño de joyas contemporáneas, joyas de diseño, área de seminarios, Web Campus, Foro Concepts, Foro de Innovación, Foro de los Plateros, Foro de Innovación de las Escuelas, Brand New – New Brand |
|---|--|---|--|

EVENTS
EVENTS

SONNTAG, 14. FEBRUAR 2016

ganztägig
Gewinnspiel
Herz zum Valentinstag
Knotenschmuck: C2, B/230

13:00 Uhr
Modenschau
Jewelry Show
Jewelry Show & Plaza Area B1,
227/328

16:00 Uhr
Gewinner-Ziehung
Gewinnspiel: Knotenschmuck
Herz zum Valentinstag
C2, B/230

16:30 Uhr
Modenschau
Jewelry Show
Jewelry Show & Plaza Area B1,
227/328

18:00 Uhr
After Work-Party
Networking
Eingang West

18:15 Uhr
Heilige Messe
Pater Hermann-Josef Hubka
B2, Konferenzraum B22

SEMINARPROGRAMM AM SONNTAG
SEMINAR PROGRAM ON SUNDAY

SEMINARFLÄCHE C2, 536/550*

10:00 Uhr
VORTRAG
REACH und die Schmuckindustrie
Referent: Martin Baker, Leiter der BV
Fachgruppe REACH & Compliance
(Pforzheim)

11:00 Uhr
VORTRAG
Goldschmuck dreidimensional gedruckt – Neue Technologien bereichern die Schmuckgestaltung
Referentin: Karin Hoffmann, Diplomdesignerin Goldschmiedin (Stuttgart)

13:00 Uhr
VORTRAG
Alles was Sie über gezüchtete/synthetische Diamanten wissen müssen: Wachstumsprozess, Entdeckung, Zertifizierung, Marketing und Möglichkeiten
Referenten: Thierry Silber, CEO Diamaz International & Jean-Matthieu Mangnay, Educational Department Manager von International Gemological Institute (Antwerpen)

14:00 Uhr
PODIUMSDISKUSSION
markt intern: KONTROVERS: Welche Auswirkungen hat der Online-Handel auf die Geschäfte und Preise im Uhren- und Schmuckmarkt?
Teilnehmer: Guido Abeler (Geschäftsführer Carl Engelkemper GmbH & Co. KG, Münster), Kerim Bacak (Inhaber Juwelier Bacak, Kolbermoor), Robert Balsler (Inhaber Juwelier Balsler, Gießen), Bernd Wolf (Geschäftsführer Bernd Wolf, Stegen), Moderation: Sandra Kinder (Chefredaktion Uhren/Schmuck bei markt intern)

15:00 Uhr
VORTRAG
Vorstellung Augmented und Virtual Reality (Selbsterfahrung mit den Brillen)
Referent: Heiko Garrelfs, Lifestream Creations GmbH (München), Moderation: Prof. Dr. Stefan Hencke, Marketingwissenschaftler (Trier und Stuttgart)
Seminarfläche C2, 536/550*

15:30 Uhr
VORTRAG
Neuro-Sales – Mit Neuromarketing besser verkaufen
Referent: Dr. Kai-Markus Müller, The Neuromarketing Labs (Aspach), Moderation: Prof. Dr. Stefan Hencke, Marketingwissenschaftler (Trier und Stuttgart)

16:00 Uhr
VORTRAG
Erfahrungen eines Juweliers: Wie werde ich zu einer Marke? Ein Praxisbericht
Referent: Robert Balsler, Juwelier Balsler (Gießen), Moderation: Prof. Dr. Stefan Hencke, Marketingwissenschaftler (Trier und Stuttgart)

16:30 Uhr
VORTRAG
Die Hersteller-Händler-Beziehung im E-Commerce – Was Händler von ihren Druck/Printing: Druck/Printing: Mayr Miesbach GmbH
Referent: Sven Suberg, Suberg Strategy Consultants GmbH (München), Moderation: Prof. Dr. Stefan Hencke, Marketingwissenschaftler (Trier und Stuttgart)

17:00 Uhr
VORTRAG
Online- und Offline-Vertriebskanäle in der Schmuck- und Uhrenbranche in Europa – Chancen, Grenzen und Fallstricke aus der Sicht des juristischen Praktikers
Referent: Dr. Jochen Schäfer, Rechtsanwalt (Zorneding), Moderation: Prof. Dr. Stefan Hencke, Marketingwissenschaftler (Trier und Stuttgart)

17:30 Uhr
PODIUMSDISKUSSION
Abschlussrunde mit allen Referenten

WATCH INNOVATION FORUM
A1, 260/361*

11:00 Uhr
VORTRAG
Connected Watch contra Smart Watch. Was braucht der Handel? Was braucht der Markt?
Referent: Marc Czemper, Casio Europe GmbH (Norderstedt)

14:00 Uhr
VORTRAG
Ersatzteilversorgung beim Uhrmacher – Eine Bestandsaufnahme
Referent: Ernst Gottlieb, Präsident des Zentralverbandes der Uhrmacher (Pforzheim)

15:00 Uhr
VORTRAG
Wie wird sich der Uhrenmarkt verändern und unsere vernetzte Welt bereichern?
Referent: Simon David Bartmann, Nevo Europe GmbH (Berlin)

16:00 Uhr
VORTRAG
Kaufentscheidungsprozesse beim Kauf von Uhren
Referent: Frank-Michael Müller, Geschäftsführer Responsio GmbH (Wörth)

* Alle Vorträge kostenlos. Simultanübersetzung ins Englische bzw. ins Deutsche.

IMPRESSUM / IMPRINT

INHORGENTA MUNICH DAILY
Herausgeber/Publisher: Untitled Verlag und Agentur GmbH & Co. KG
Geschäftsführer/Managing Director: Dr. Christian Jürgens
Redaktionsleitung/Managing Editor: Mathias Menzel, Caroline Schiedt
inhorgenta@untitled-verlag.de
Redaktion/Editors: Schmuck/Jewelry: Axel Henselder, Christel Trimborn, Caroline Schiedt

Uhren/Watches: Sabine Zwettler
Edelsteine/Gemstones, Technik/Technology: Berit Sliwinski
Service/Events: Viktoria Beidinger
Layout/Graphics: Katja Herz, Janina Demiana Roll
Fotoredaktion/Picture Editor: Andre Weinberg
Schlussredaktion/Proofreading: Prisca DeGroat, Viktoria Beidinger
Übersetzung/Translation: Howard Fine

Fotografen/Photographers: Hannes Magerstaedt, Volker Renner, Bernd Wackerbauer
Anzeigenleitung/Advertising: Jan-Christian Ramcke
tel. +49 40 189 881-170
jc.ramcke@untitled-verlag.de
Druck/Printing: Mayr Miesbach GmbH
INHORGENTA MUNICH DAILY ist

eine Publikation der Untitled Verlag und Agentur GmbH & Co. KG. Alle Rechte vorbehalten. Speicherung, Vervielfältigung, Reproduktion sowie die Aufnahme in elektronische Medien bedürfen der ausdrücklichen Erlaubnis des Verlages. INHORGENTA MUNICH DAILY is published by Untitled Verlag und Agentur GmbH & Co. KG. Reprints of articles are only obtainable on application to the publisher. All rights reserved.

INHORGENTA MUNICH DAILY may not be reproduced in any manner of form without written permission.
Verlagsanschrift/Publisher's address: Untitled Verlag und Agentur GmbH & Co. KG
Jarrestraße 2 | D-22303 Hamburg
tel. +49 40 189 881-0
fax +49 40 189 881-111
info@untitled-verlag.de

CZ

CARL VON ZEYTEN®

GERMANY

Russ

CVZ 0004 GR



Russ

CVZ 0004 WH

CRISTANO  FOREVER

Erhältlich im ausgesuchten Fachhandel. Weitere Informationen und Bezugsquellen unter www.carl-von-zeyten.de oder bei: CRISTANO GmbH / Robert-Bosch-Str. 14a / D-77815 Bühl / Fax: +49 (0) 7223 8000 7719 / E-Mail: info@cristano.de

AUTOMATIC WATCHES

Ingersoll®

Kearny
IN 1709 RBK



Kearny
IN 1709 RBL



Wir freuen uns auf
Ihren Besuch zur:

Inhorgenta München
vom 12. - 15. Februar 2016
Halle A1 - Gang C/D Stand 316/415

CRISTANO  FOREVER

Erhältlich im ausgesuchten Fachhandel. Weitere Informationen und Bezugsquellen unter www.ingersolluhren.de oder bei: CRISTANO GmbH / Robert-Bosch-Str. 14a / D-77815 Bühl / Fax: +49 (0) 7223 8000 7719 / E-Mail: info@cristano.de



AG
GERSTNER
Der Ring fürs Leben®
seit 1862



*Besuchen Sie uns in Halle B1,
Stand 327/428*

www.gerstner-trauringe.de