

DAILY INHORGENTA MUNICH



Die INHORGENTA MUNICH 2016 bot Ausstellern und Besuchern ein vielfältiges Angebot: stilvolle Ausstellungsflächen, spannende Foren und glamouröse Shows. INHORGENTA MUNICH 2016 offered diverse attractions for exhibitors and visitors: stylish exhibition areas, stimulating forums, and glamorous shows.



EDITORIAL



SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, ein ganzes Jahr lang haben wir daran gearbeitet, die INHORGENTA MUNICH 2016 vorzubereiten – und nun ist sie schon wieder Geschichte. Aber was für eine! Das durchweg positive Feedback, das wir von Ausstellern und Besuchern auf die konzeptionellen Veränderungen und die Neugestaltung der Hallen A1 „Timepieces“, B1 „Fine Jewelry“ und C2 „Contemporary Design & Vision“ bekommen haben, freut uns riesig, zeigt es doch, dass viele der im Vorfeld geäußerten Wünsche und Bedürfnisse umgesetzt werden konnten.

Auf begeisterte Resonanz stieß auch das INHORGENTA OPENING. Für die tolle Laufsteg-Präsentation von hochwertigen Schmuckstücken in Kombination mit extravaganter Mode gab es viel Lob vom Publikum.

Die vielen positiven Rückmeldungen sind für uns kein Grund, uns zufrieden zurückzulehnen, sondern ein Ansporn zu weiterer Optimierung. Deshalb gilt auch für uns die im Fußball längst legendäre Regel: Nach der Messe ist vor der Messe. Ab sofort beginnen wir mit der Arbeit an neuen Konzepten für die INHORGENTA MUNICH 2017. Wir freuen uns auf ein Wiedersehen mit Ihnen!

DEAR LADIES AND GENTLEMEN, we worked an entire year to prepare INHORGENTA MUNICH 2016, and now it's already history. But what a history! We're thrilled that our exhibitors and visitors showered us with unanimously positive feedback about the conceptual changes and new design of Hall A1 "Timepieces," Hall B1 "Fine Jewelry" and Hall C2 "Contemporary Design & Vision." Their commendation proves that we responded successfully to the requests and requirements that they had expressed during our preparatory phase.

INHORGENTA's OPENING was likewise warmly received. The audience enthusiastically praised the catwalk presentation of high-quality jewelry in combination with spectacular fashions.

Although we're grateful for the numerous positive responses, we have no intention of resting on our laurels. Instead, this praise only spurs us to further optimize the trade show. A rule that's become legendary in soccer is also valid for us: After the fair is before the fair! We've already begun working on new concepts for INHORGENTA MUNICH 2017 and we're looking forward to seeing you again next year!

Stefanie Mändlein

STEFANIE MÄNDLEIN
Projektleiterin/Exhibition Director
INHORGENTA MUNICH 2016

INHORGENTA MUNICH 2016 BEFLÜGELT DIE BRANCHE INHORGENTA MUNICH 2016 LENDS WINGS TO THE INDUSTRY

STABILE BESUCHERZAHLEN UND EINE POSITIVE ATMOSPHÄRE

CONSTANT VISITOR NUMBERS AND AN UPBEAT ATMOSPHERE

Schon während der Hauptpressekonferenz hatte Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München, gesagt, man solle die INHORGENTA MUNICH 2016 nicht als bloße Fortsetzung der Vergangenheit begreifen, sondern als zukunftsorientiertes Messeereignis. Sein Fazit nach der Messe ist ausnahmslos positiv: Stabile Besucherzahlen sorgten für gute Stimmung und für die Neukonzeption und -gestaltung der Hallen A1 „Timepieces“, B1 „Fine Jewelry“ und C2 „Contemporary Design & Vision“ gab es viel Lob.

„Wir sind mit dem Verlauf der INHORGENTA MUNICH 2016 überaus zufrieden“, so Klaus Dittrich. Die intensive Auseinandersetzung mit Ausstellern, Besuchern und Partnern habe sich ausgezahlt. Ein ganzes Jahr lang hatte das Team unter Projektleitung von Stefanie Mändlein das Ohr ganz dicht am Markt gehabt. Dass man gut zugehört hat, spiegelt sich in Zahlen wider: 92 Prozent der Befragten beurteilten das neue Messekonzept als ausgezeichnet, sehr gut oder gut, so die Umfrageergebnisse der Gelszus Messe-Marktforschung. Vor allem die konsequente Konzentration auf die einzelnen Segmente – Uhren in Halle A1, hochwertige Schmuckmarken in Halle B1 – konnte überzeugen.

In ihrer Position als eine der weltweit führenden Messen der Schmuck- und Uhrenbranche gestärkt – so sieht Klaus Dittrich die INHORGENTA MUNICH.

Neben den neuen Hallenkonzepten konnten auch Foren wie das Watch Innovation Forum oder der Web Campus und zahlreiche Veranstaltungen überzeugen. Ebenfalls erfreulich: Unter den 940 Herstellern und Designern aus insgesamt 33 Ländern befanden sich viele Neuaussteller und Rückkehrer. Bei den Besuchern blieben die Zahlen stabil: Über 26.000 Fachbesucher aus 75 Ländern reisten an, um sich über Neuheiten, Trends und Entwicklungen der Branche zu informieren. „Die Stimmung auf der Messe war sehr positiv und zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind“, resümiert Projektleiterin Stefanie Mändlein.

Already at the main press conference, Messe München's chairman of the board Klaus Dittrich had said that one shouldn't regard INHORGENTA MUNICH 2016 merely as a continuation of the past, but as a future-oriented trade-fair event. His summary after the trade show was thoroughly positive: constant numbers of visitors ensured a good atmosphere and there was much praise for the new concept and redesign of Hall A1 "Timepieces," Hall B1 "Fine Jewelry" and Hall C2 "Contemporary Design & Vision."

"We're exceedingly pleased by the progress of INHORGENTA MUNICH 2016," Klaus Dittrich said. In-depth discus-

sions with exhibitors, visitors and partners paid off. For a full year, project director Stefanie Mändlein and her team had exchanged ideas with players of the industry. The results of a survey conducted by market researchers from Gelszus Messe-Marktforschung show the success: 92 percent of the respondents described the fair's new concept as outstanding, very good or good. Participants especially praised the logical arrangement of the individual segments: watches in Hall A1 and high-quality jewelry brand in Hall B1. In Klaus Dittrich's opinion, INHORGENTA MUNICH has lastingly strengthened its position as one of the world's leading trade shows for the jewelry and watch industry. Alongside the new concepts for the halls, participants were likewise impressed by various forums such as the Innovation Forum, the Web Campus, and numerous events. Also good news: the 940 participating manufacturers and designers from 33 countries included many new exhibitors and returnees. The number of visitors remained unchanged: over 26,000 specialized visitors from 75 countries came to the fair to learn valuable information about new items,

trends and developments in the industry. "The mood at the fair was very positive and it showed us that we're definitely on the right track," project director Stefanie Mändlein summarized.

Präsentierte zur Hauptpressekonferenz schönen Schmuck: Schauspielerin Sophia Thomalla. The actress Sophia Thomalla presented beautiful jewelry at the main press conference.





Gruppenbild zum großen Jewelry-Show-Finale: Showbusiness trifft Schmuck und Messemacher.
Group picture at the grand finale of the Jewelry Show, where show business met jewelry and the trade-fair organizers.

GLAMOUR AUF DEM LAUFSTEG GLAMOUR ON THE CATWALK

Das die glamouröse Jewelry Show, die am Freitagnachmittag die INHORGENTA MUNICH 2016 offiziell eröffnete, zu den Unterhaltungs-Highlights der diesjährigen Messe gehörte, lässt sich kaum bestreiten. Ausstellern, Messebesuchern und geladenen Gästen wurde einiges geboten: Gekleidet in die Mode des Fashion-Duos Talbot Runhof, präsentierten die Laufsteg-Models hochwertige Schmuckkreationen und Uhren von 30 ausgewählten Ausstellern. Ein eigens für die Show kreierter Soundtrack sowie der

Auftritt von Schauspieler Ralf Bauer und Topmodel Nadja Auermann, die opulente Schmuck von Ernst Färber trug, krönten die Schau. Nicht nur die Zuschauer, auch Projektleiterin Stefanie Mändlein und Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München, waren begeistert. Messebesucher, die die Jewelry Show am Freitag weder live noch über die großen Leinwände verfolgen konnten, hatten am Samstag und Sonntag noch jeweils zweimal Gelegenheit, die glamouröse Schmuckpräsentation in der neu gestalteten Halle B1 „Fine Jewelry“ zu sehen.

There's little room for doubt that the glamorous Jewelry Show, which officially opened INHORGENTA MUNICH 2016 in the late hours of Friday afternoon, ranked among the entertainment highlights of this year's trade fair. The show had plenty to offer the fair's exhibitors, visitors and invited guests. Models paraded along the catwalk dressed in fashions created by the Talbot Runhof Fashion Duo and adorned with top-quality jewelry creations and watches by 30 selected exhibitors. The show was crowned by a soundtrack created expressly for the

event, an appearance by the actor Ralf Bauer and the presence of the top model Nadja Auermann, who wore jewelry by Ernst Färber. Project director Stefanie Mändlein and Messe München's chairman of the board Klaus Dittrich shared the audience's enthusiasm. Trade-fair visitors who neither attended the Jewelry Show live on Friday nor viewed it remotely on the large screen had two chances on Saturday and two more on Sunday to see the posh jewelry presentation in newly designed Hall B1 "Fine Jewelry."

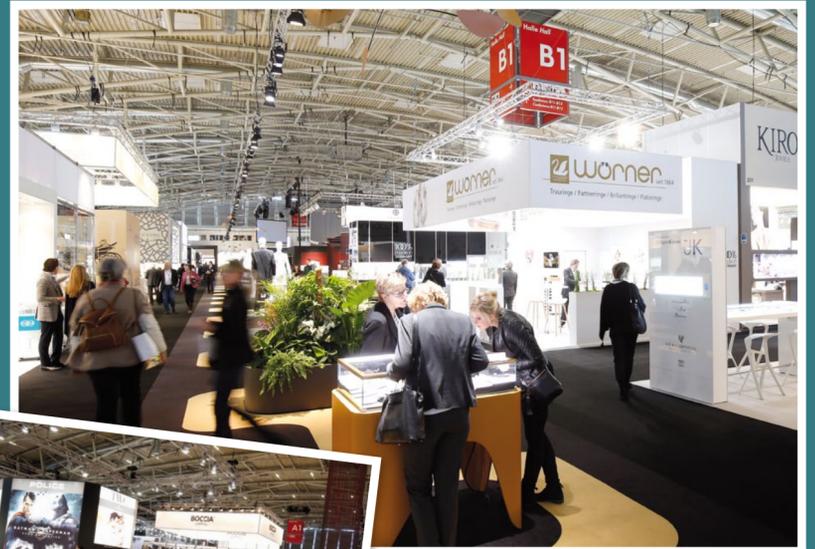


Tolle Bühnenshow mit Schmuck, Uhren und Mode des Designer-Duos Talbot Runhof (ganz l.). Hautnah wurden den Besuchern die hochwertige Preziosen präsentiert (u.). A terrific stage show with jewelry, watches and fashions by the Talbot Runhof Designer Duos (far left). Visitors admired the sparkling treasures, which were presented near enough to reach out and touch.



STAND IHNEN GUT PUTTING THEIR BEST FOOT FORWARD

Das neue Messekonzept bot den Ausstellern und Besuchern in den Hallen A1 „Timepieces“, B1 „Fine Jewelry“ und C2 „Contemporary Design & Vision“ nicht nur ein durchdachtes und gelungenes Raumdesign. Es inspirierte viele der Unternehmen, auch ihren eigenen Auftritt ganz besonders zu inszenieren. Von den Mittelgängen aus gelangte man an großartige Stände wie den von Junghans in der A1. Dort wurde neben den edlen Uhren ein prachtvoller Oldtimer zur Schau gestellt. Bei der Diamond Group gab es buchstäblich Schmuck am laufenden Band. The trade fair's new concept offered a well-conceived and successful spatial design for exhibitors and visitors in Hall A1 "Timepieces," Hall B1 "Fine Jewelry" and Hall C2 "Contemporary Design & Vision." And it also inspired many companies to give a uniquely special staging to their presence at the trade show. The wide middle aisles offered convenient access to marvelous stands, e.g. Junghans' stand in Hall A1, where noble wristwatches were displayed alongside a magnificent classic car. And jewelry glided along a conveyor belt at the Diamond Group's stand.



Matthias Stotz, Geschäftsführer Junghans, vor einem Maybach DS 8 Zeppelin, Baujahr 1932 (Autosammlung Steim). Matthias Stotz, CEO of Junghans, in front of a Maybach DS 8 Zeppelin, which was built in 1932 (Steim Automobile Collection).



Die Trauring-Welt in der B1 (o. r.), ein roter Teppich für die Uhrenstars in der A1 (M.) und das Diamantfließband der Diamond Group (u. r.). Wedding-Ring World in Hall B1 (upper right); a red carpet for the watch stars in Hall A1 (center); and the Diamond Group's diamond conveyor belt (lower right).

LET'S PARTY DANCE & CONNECT

Dieser Aufforderung kamen die über 700 Gäste der INHORGENTA NIGHT in der legendären Münchener Kultbar P1 gerne nach. Dorthin hatte die Messe Aussteller und Besucher eingeladen, um den Start der neu konzipierten Branchenveranstaltung gebührend zu feiern. Mit köstlichen Cocktails und tanzbaren Rhythmen traf die kommunikative Veranstaltung voll ins Schwarze. Zu den Highlights des Abends gehörte ein Live- und Unplugged-Auftritt der ehemaligen ESC-Gewinnerin Lena Meyer-Landrut, die den begeistertsten Zuhörern eine Kostprobe ihres gesanglichen Könnens gab. More than 700 guests at INHORGENTA NIGHT eagerly complied with this suggestion in Munich's legendary cult bar P1, where the fair had invited its exhibitors and visitors to appropriately celebrate the start of the newly conceived event for the jewelry and watch industry. The communicative party hit the proverbial nail on its head with scrumptious cocktails and danceable rhythms. The evening's highlights included a live and unplugged performance by former ESC-winner Lena Meyer-Landrut, who gave a sample of her vocal virtuosity to the enthusiastic listeners.

Zarte Frau mit großer Stimme: Die ehemalige Gewinnerin des European Song Contest zog die Zuhörer in ihren Bann. A petite lady with a grand voice: the former winner of the European Song Contest drew listeners under her spell.

Auch Münchener Prominente wie die Moderatorin Annermarie Carpendale zählten zu den Partygästen im P1 (r.). Mit seiner Musikauswahl und den extravaganzen Klängen seiner E-Geige sorgte DJ Seth Schwarz für beste Partystimmung (u.). Munich celebrities like the moderator Annermarie Carpendale were among the guests at the party in P1 (right). DJ Seth Schwarz created an optimal mood at the party with his choice of music and the remarkable sounds of his electric violin. (below).



RAUM FÜR IDEEN ROOM FOR IDEAS

Die INHORGENTA MUNICH glänzte auch in diesem Jahr mit einem ausgezeichneten Rahmenprogramm. Zahlreiche Vorträge und Veranstaltungen deckten sämtliche Branchen Aspekte ab. Neue Räume schufen dabei neue Austauschmöglichkeiten und Ideen. Im Watch Innovation Forum in Halle A1 ging es um Zukunftsthemen der Uhr und der Web Campus in der C2 beleuchtete die Themen E-Commerce, Multi-Channel-Marketing sowie Social Media. Unter der Überschrift „What's next“ machte das Trendforum die Trends 2016 zum interaktiven Erlebnis. As in past years, INHORGENTA MUNICH again offered an outstanding framework program in 2016. Numerous lectures and events covered all aspects of the industry. New rooms created new opportunities for sharing and exchanging ideas. The Watch Innovation Forum in Hall A1 focused on themes which will affect the future of watches. The Web Campus in Hall C2 shed light on timely topics such as e-commerce, multichannel marketing and social media. The interactive trend forum displayed the upcoming trends for 2016.



Das Trendforum inszenierte mit 3-D-Pop-up-Installationen, interaktiven Magazinbüchern und einem eigenen Printmagazin die Trends 2016. The trend forum provided 3D pop-up installations, interactive magazines and a special-edition printed publication for exploring the trends of 2016.

Die Seminarfläche in Halle C2 (o.) bot viel Raum für Gespräche. Die Vorträge im Watch Innovation Forum (Halle A1) waren gut besucht (r.). The seminar area in Hall C2 (upper right) provided ample space for discussions. Lectures were well attended in the Watch Innovation Forum in Hall A1 (right).

MARC CZEMPER,
Sales Manager, CASIO EUROPE:



„Die Bemühungen seitens der INHORGENTA MUNICH, die Messe attraktiver zu machen, waren in diesem Jahr deutlich spürbar: Die Hallen sind klarer strukturiert und attraktive Veranstaltungen ergänzen das Portfolio. Zudem sind wir mit der Qualität und Frequenz der Gespräche mit deutschen und österreichischen Fachhändlern sehr zufrieden. Außerdem hat uns das Watch Innovation Forum überzeugt. Eine wichtige Einrichtung, um das Thema Smartwatches dem Handel näherzubringen. Somit können die Fachhändler die neuen Techniken direkt erleben und wir haben gleichzeitig als Aussteller die Chance, unsere innovativen, smarten Uhren dem Handel vorzustellen.“
“INHORGENTA MUNICH’s efforts to make the fair more attractive were clearly noticeable this year. The halls are more clearly structured, and appealing events augment the portfolio. We’re also very satisfied with the quality and frequency of conversations with German and Austrian specialized dealers. We were also very impressed by the Watch Innovation Forum. It’s an important event that helps to familiarize dealers with the theme of smartwatches. It enables specialized dealers to directly experience the new technologies and it simultaneously gives us exhibitors an opportunity to introduce dealers to our innovative smartwatches.”

NILS ECKRODT,
Geschäftsführer, COEUR DE LION:

„Für uns war die INHORGENTA MUNICH sehr erfolgreich. Schon der erste Messttag hat die vorherigen Jahre übertroffen. Hier in der Halle B2 „Elegance & Lifestyle“ passen die Sortimente sehr gut zusammen. Zudem ist die INHORGENTA MUNICH die einzige deutsche Schmuck- und Uhrenmesse, die Fachhändlern eine geeignete Plattform bietet, um frei von Konzernzwängen ihre Orders zu tätigen.“
“INHORGENTA MUNICH was highly successful for us. On the very first day this year, we already topped our results from past years. The assortments here in Hall B2 ‘Elegance & Lifestyle’ go very well with one another. Furthermore, INHORGENTA MUNICH is the only German jewelry and watch fair that offers specialized dealers a suitable platform where they’re free to place their orders without corporate constraints.”



ALEXANDER COROLLI,
Geschäftsführer,
AL CORO:

„Wir sind erstmals bei der INHORGENTA MUNICH dabei und sehr zufrieden. Uns gefällt besonders die gute Organisation und elegante Aufmachung der Halle B1. Auch die Aufteilung der Standplätze finden wir gelungen. Bei der HIGHLIGHT JEWELRY SHOW hat uns die ausdrucksstarke Choreografie beeindruckt.“
“We’re participating in INHORGENTA MUNICH for the first time and we’re very satisfied. We especially like the good organization and the elegant interior décor in Hall B1. The arrangement of the stands likewise seems very successful to us. And we were impressed by the expressive choreography in the HIGHLIGHT JEWELRY SHOW.”



UWE STREB, Sales Director, TWC GROUP:

„Wir sind mit unserer Teilnahme an der diesjährigen INHORGENTA MUNICH sehr zufrieden. Es haben sich sehr gute Gespräche ergeben und auch das Feedback der Fachhändler zur Messe kam bei uns sehr positiv an. Für TWC persönlich war es sehr wichtig, sich hier als Gruppe mit allen neuen Marken zu präsentieren. Die Neukonzeption der Uhrenhalle A1 ist auf dem richtigen Weg. Für das nächste Jahr hoffen wir, dass noch mehr Marken die Messe bereichern.“
“We’re very satisfied with our participation in INHORGENTA MUNICH this year. Very good discussions took place and we heard very positive feedback about the fair from the specialized dealers. For TWC personally, it was very important for us to present ourselves here as a group with all the new brands. The new concept of Watch Hall A1 is on the right track. We hope that even more brands will further enrich the trade fair with their presence next year.”



BERND KEIL, Vertriebsleiter,
EHINGER SCHWARZ 1876:

„Der Service der INHORGENTA MUNICH ist toll, wir sind sehr gut unterstützt worden. Der Aufbau lief perfekt – alles hat problemlos funktioniert. Zudem haben wir uns sehr sicher gefühlt, was auch der zuverlässigen Arbeit des Sicherheitsdienstes zu verdanken ist.“
“The service at INHORGENTA MUNICH is terrific; we were very well supported. The setup work ran perfectly – everything functioned smoothly and without any problems. We also felt very safe thanks to the reliable work of the security service.”



ALEXANDER GÄRTNER,
Vertriebsleiter FH, FOSSIL GROUP:

„Wir haben hier auf der INHORGENTA MUNICH eine hohe Besucherfrequenz wahrgenommen, was sich auch in der äußerst positiven Händlerresonanz wiederspiegelt hat. Unser Konzept aus Informations- und Repräsentationsstand hat sich stimmig in das Gesamtkonzept der Halle A1 eingefügt – alles in allem ein sehr erfolgreicher Messeauftritt für die Fossil Group.“
“We noticed a very high visitor frequency at INHORGENTA MUNICH, which was also reflected in the extremely positive response from the dealers. Our concept as an information and representation booth fit harmoniously into the overall concept of Hall A1. All in all, it was a very successful presence for the Fossil Group at the trade show.”

MATTHIAS STOTZ,
Geschäftsführer,
UHRENFABRIK JUNGHANS



„Es ist der INHORGENTA MUNICH gelungen, in der Uhrenhalle A1 ein neues Konzept erfolgreich umzusetzen. Die Wertigkeit der Halle hat nicht nur uns, sondern auch unsere Kunden sehr positiv überrascht. Mit der Anzahl unserer Besucher und der Auftragslage während der INHORGENTA MUNICH 2016 können wir zufrieden sein.“
“INHORGENTA MUNICH successfully implemented a new concept in Watch Hall A1. The high-class atmosphere in the hall was a very positive surprise, not only for us, but also for our customers. We can be satisfied with the number of visitors at our stand and the order situation during INHORGENTA MUNICH 2016.”

CHRISTIAN SCHAFFRATH,
Geschäftsführer, GEBRÜDER SCHAFFRATH:

„Im Vergleich zum letzten Jahr ist sehr viel passiert. Toll, dass alle Konzepte, die im Vorfeld angedacht waren, auch genauso umgesetzt wurden. Auch die HIGHLIGHT JEWELRY SHOW hat am ersten Messeabend einen guten Eindruck hinterlassen. Wir sind sehr positiv gestimmt.“
“A great deal has happened compared to last year. It’s terrific that all the concepts which had been considered and conceived during the preparatory phase could be successfully implemented as planned. The HIGHLIGHT JEWELRY SHOW on the fair’s first evening likewise left a very good impression. We’re in a very positive and upbeat frame of mind.”



BERND WILLI RIPP, Geschäftsführer, GROH + RIPP:

„Wir waren mit dem Ergebnis sehr zufrieden und konnten eine qualitativ gute Kundschaft bedienen. Auch die anderen Kollegen der Edelsteinbranche waren sehr zufrieden mit der Messe. Was wir von vielen Seiten – von Ausstellern sowie von Kunden – berichten können, ist, dass alle mit der neuen Projektleiterin Stefanie Mändlein sehr zufrieden sind.“
“We were very satisfied with the results and were able to serve good-quality clientele. Our colleagues in the gemstone industry were similarly satisfied with the fair. From all sides, i.e. from exhibitors and customers alike, we repeatedly heard high praise for the new project director Stefanie Mändlein.”



GEORG PLUM, Geschäftsführer, M&M Uhren:

„Nach kontroversen Diskussionen im Vorfeld der Messe waren wir bei M&M überrascht, welche positive Wende die Messe bereits am ersten Messttag nahm. Kompliment an die Messeleitung! Neue Hallenstrukturen und -ausstattungen werten den Messeauftritt deutlich auf und erzeugten eine sehr positive Resonanz bei Mitausstellern und Besuchern. Für M&M setzte sich ein Messtrend fort – eine erfolgreiche INHORGENTA MUNICH übertraf auch in diesem Jahr deutlich die Ergebnisse der Vorjahre. Der Ruf nach „den Großen“ der Branche verebbte schnell, dafür waren gut informierte und interessierte Besucher deutlich entspannter als bei früheren, termingeplagten Messebesuchen. Dennoch bleibe ich bei meinem Statement: Die INHORGENTA MUNICH bleibt ein Muss für alle in der deutschen Schmuck- und Uhrenbranche – egal ob auf Presse-, Hersteller- oder Fachhändlerseite tätig. Alles in allem ein sehr positiver Aufbruch!“
“After controversial discussions ahead of the show, we at M&M were surprised to see the fair take a very positive turn already on its first day. Compliments to the organizers! New structures and décor in the halls enhanced the atmosphere and elicited very positive feedback from visitors and fellow exhibitors. A trend at past fairs continued for M&M: we again significantly outdid the previous year’s performance at this successful INHORGENTA MUNICH. The call for ‘big names’ in the industry quickly faded. Well-informed, keenly interested visitors were much more relaxed than at previous fairs, where they were burdened by time pressure and overfilled schedules. I can only repeat my earlier statement: INHORGENTA MUNICH is a ‘must’ for everyone in the German jewelry and watch industry, no matter whether they’re journalists, manufacturers or specialized dealers. All in all, it was a very positive revival!”

MARTIN HEINZ, CEO, Jörg Heinz:

„Wir sind sehr erfreut darüber, dass das neue Konzept in Halle B1 so hervorragend angenommen wird. Für uns als Aussteller ist dadurch eine bessere Einkaufs- und Gesprächsatmosphäre geschaffen worden. Außerdem hat uns das Rahmenprogramm mit der HIGHLIGHT JEWELRY SHOW sehr gut gefallen.“
“We’re very pleased that the new concept in Hall B1 was so outstandingly well received. For us as an exhibitor, it created a better atmosphere for discussions and purchasing. And we also liked the framework program with the HIGHLIGHT JEWELRY SHOW very much.”



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:
Christel Trimborn, Berit Sliwinski

Layout/Graphics: Steffi Mahler
Fotoredaktion/Picture Editor:
Andre Weinberg
Schlussredaktion/Proofreading:
Katharina Harde-Tinnefeld
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: Dierichs Druck+Media,
Kassel

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