



inorgenta
europe 2005

DAILY
NEWS & TRENDS

THE TREND FAIR FOR JEWELLERY AND WATCHES IN THE EU • DIE TRENDMESSE FÜR SCHMUCK UND UHREN IN DER EU • FEB. 27/28 2005

SUNDAY/MONDAY

A Whale of a Time at the Get Together • Viel Spaß beim Get-together



Manfred Wutzlhofer

The Get Together Party was opened yesterday by the Chairman of the Management Manfred Wutzlhofer. BV Schmuck und Uhren, Deutsche Schmuck und Uhren GmbH (DSU), the Jewellery Information Centre (SIC) and the Jewellery Relations Group (JRG) promoted the interests of jewellery in a trend show exclusively for the guests of the inorgenta get-together party on Friday. The glittering event presented the fashion

for the spring/summer season 2005 in a professional setting with jewellery and watches. Aristo Watch, Bunz Collection, Burkhardt + Bischoff, Cédé Schmuckdesign, Deco Art by Bunz, Friedrich Stahl, Carl Engelkemper, J. Köhle, Elaine Ferrari Goldwaren, Eugen Schofer, Gellner, Guthmann + Wittenauer, Leo Wittwer and Bruno Mayer were the representatives of the jewellery and watch industries. Orwell provided the trendy fashion.



.....

Die Get-together-Party eröffnete gestern der Vorsitzende der Geschäftsführung Manfred Wutzlhofer. Stimmung für Uhren und Schmuck erzeugten der BV Schmuck und Uhren, die Deutsche Schmuck und Uhren GmbH (DSU), das Schmuck Informations-Centrum (SIC) und die Jewellery Relations Group (JRG) mit einer Trendshow exklusiv für die Gäste der inorgenta-get-together-Party am Freitag. Der glanzvolle Event setzte

professionell die Mode für Frühjahr/Sommer 2005 mit Schmuck und Uhren in Szene. Für die Schmuck- und Uhrenbranche präsentierten sich Aristo Watch, Bunz Collection, Burkhardt + Bischoff, Cédé Schmuckdesign, Deco Art by Bunz, Friedrich Stahl, Carl Engelkemper, J. Köhle, Elaine Ferrari Goldwaren, Eugen Schofer, Gellner, Guthmann + Wittenauer, Leo Wittwer und Bruno Mayer. Die trendige Mode stellte Orwell.

The Good Atmosphere Keeps Trade Fair Business Rolling Gute Stimmung sorgt für reges Messegeschäft

The message could not have come at any better place: punctually to mark the start of the trade fair on Friday, the Society for Consumer Research (GfK) announced that the mood among consumers is improving. According to GfK's assessment,

consumer spending will rise slightly in 2005. The hustle and bustle in the trade fair halls on Saturday indicated that the specialists are already one step further. The broad range on offer at the inorgenta europe in all price classes, the

numerous innovations, the extensive seminar programme and the large number of special events provide retailers with the orientation they need urgently in order to optimise their ranges.

.....

Günstiger hätte die Botschaft gar nicht platziert werden können: Pünktlich zur Messeröffnung am Freitag verkündete die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), dass sich die Verbraucherstimmung aufhellt. Nach Einschätzung der GfK wird der private Konsum 2005 wieder leicht zulegen. Das rege Treiben in den Messehallen am Samstag zeigte, dass die Fachbesucher da schon einen Schritt weiter sind. Das breite Angebot der inorgenta europe in allen Preislagen, die zahlreichen Neuheiten, das umfangreiche Seminarprogramm und die vielfältigen Sonderausstellungen geben dem Fachhandel die Orientierung an die Hand, die er für die Optimierung seines Angebots dringend benötigt.



The jewellery designers at the Wuppertal-based design jewellery firm **E. Aniol** will once more welcome the opinions of the specialist world at the inorgenta europe 2005. This time, the designers produced ten items of jewellery on the topic of daydreams. The firm will present the results of the creative work at its trade fair stand. The customers are then invited to grade the pieces directly. All those who selected the most popular pieces can win product vouchers for between 250 and 1,000 euros. The raffle will take place on **Monday at 3 p.m.** Hall C2, Stand 414, Corridor D

.....

Die Schmuckgestalter der Wuppertaler Designschmuckfirma **E. Aniol** stellen sich auch 2005 auf der inorgenta europe dem Urteil der Fachleute. Die Designer gestalteten diesmal zehn Schmuckstücke zum Thema „Daydreams“. Die Ergebnisse des kreativen Schaffens präsentiert die Firma am Messestand. Die Kunden können dann direkt die Stücke prämiieren. Wer mit seinem Urteil richtig lag und ausgelost wurde, kann Warengutscheine von 250 bis 1 000 Euro gewinnen. Die Verlosung findet am **Montag um 15 Uhr** statt. Halle C2, Stand 414, Gang D

Cimier. The Swiss watch brand Cimier Swiss has not been present on the German market for 20 years. With its new collection of high quality watches with ETA clockwork, it last year celebrated a successful comeback in Germany and is attending the inorgenta europe for the first time this year. **Hall B1, Stand 208, Corridor B**



In den letzten 20 Jahren war die Schweizer Uhrenmarke Cimier Swiss auf dem deutschen Markt nicht präsent. Nun feierte sie im vergangenen Jahr mit ihrer neuen Kollektion an hochwertigen Uhren mit ETA-Werken ein erfolgreiches Comeback in Deutschland und ist in diesem Jahr das erste Mal auf der inorgenta europe vertreten. Halle B1, Stand 208, Gang B



Junghans. Junghans invented the radio watch precisely 15 years ago. This is a reason to celebrate. To make the anniversary, Junghans is exclusively raffling off the last ten Junghans radio watches of the first generation at a total value of 4,500 euros at the inorgenta europe at 2 p.m. on **Sunday. Hall A1, Stand 209, Corridor B**

Vor genau 15 Jahren erfand Junghans die Funkuhr. Ein Grund zum Feiern. Junghans verlost anlässlich des Jubiläums exklusiv auf der inorgenta europe am Sonntag um 14 Uhr die letzten zehn Junghans Funkuhren der ersten Generation im Gesamtwert von 4 500 Euro. Halle A1, Stand 209, Gang B

Seminars and Presentations Seminare und Präsentationen

SUNDAY

10 a.m. „Enchanting – Magnificent – Surprising“ Mara Michel from the Association of German Fashion Designers will provide insight into the lifestyle trends 2006. She will present the trends in a clear form on the cutting edge between luxurious modernity, purist simplicity, sensual poetry and stimulating contrasts. The aim is to provide specialist retailers with greater background information and therefore to create greater order security.

1 p.m. „The Myth about Brands“ Prof. Dr. Stefan Hencke, Convensis, Stuttgart, will speak on what retailers should know about the topic of brands and their influence on business. The event will focus on aspects of brand name creation, brand name management and brand name psychology for luxury products.

2 p.m. „Innovative Shop Concepts for Your Target Group!“ Four jewellers present their successful concepts and models for discussion. The talk will centre on all aspects of shop positioning. The focus will be on the question: what actual solutions must specialist retailers use to respond to the altered needs of target groups today?

4 p.m. „U.J.S.-Symposium: Specialist Shops and the Lifestyle Principle“. The renowned author Reinhold Wege (among others: specialist journal U.J.S.-Uhren, Juwelen, Schmuck) provides valuable and practical tips on efficient sales strategies and for successful positioning among jewellery and watch retailers.

Venue: inorgenta europe seminar area, hall A2 450/651

.....

10:00 Uhr „Berauschend – begeisternd – überraschend“ Einen Einblick in die Lifestyle-Trends 2006 gibt Mara Michel vom Verband der Deutschen Modedesigner. Dabei stellt sie die Trends im Spannungsfeld zwischen luxuriöser Modernität, puristischer Einfachheit, sinnlicher Poesie und stimulierender Kontraste anschaulich dar. Ziel ist, dem Fachhandel mehr Hintergrundinformationen und somit Order-sicherheit zu geben.

13:00 Uhr „Mythos Marke“ Was der Fachhandel schon immer zum Thema Marke und ihrem Einfluss auf das Geschäft wissen wollte, erfährt er von Prof. Dr. Stefan Hencke, Convensis, Stuttgart. Schwerpunkte der Veranstaltung: Aspekte der Markenkreation, des Markenmanagements und der Markenpsychologie bei Luxusgütern.

14:00 Uhr „Innovative Ladenkonzepte für Ihre Zielgruppe!“ Vier Juweliere stellen ihre erfolgreichen Konzepte und Modelle zur Diskussion. Dabei geht es um alle Aspekte der Shop-Positionierung. Im Fokus steht die Frage: Mit welchen konkreten Lösungen muss der Fachhandel heute auf die veränderten Bedürfnisse seiner Zielgruppe reagieren?

16:00 Uhr „U.J.S.-Symposium: Das Fachgeschäft und der Lifestyle-Gedanke“ Der profilierte Autor Reinhold Wege (u. a. Fachzeitschrift U.J.S.-Uhren, Juwelen, Schmuck) gibt wertvolle und praktische Tipps zu effizienten Verkaufsstrategien und für eine erfolgreiche Positionierung im Juwelier- und Uhrenfachhandel.

Veranstaltungsort: inorgenta europe Seminarfläche, Halle A2, Stand 450/651

MONDAY

10 a.m. Round Table: „Design – The Key to Success“. Can the price war be won using the competitive factor of design? How can the jewellery industry benefit from the designer's innovation? How can the companies integrate the designer's competence to a greater degree? Manufacturers and designers discuss under the auspices of Barbara Schmidt.

1 p.m. „The Myth about Brands“

Venue: inorgenta europe seminar area, hall A2 450/651

.....

10:00 Uhr Round-Table: „Design – der Schlüssel zum Erfolg“ Lässt sich über den Wettbewerbsfaktor „Design“ der Preiskampf gewinnen? Wie kann die Schmuckbranche von den Innovationen der Designer profitieren? Wie können Unternehmen die Kompetenz der Designer stärker integrieren? Hersteller und Designer diskutieren unter der Moderation von Barbara Schmidt.

13:00 Uhr „Mythos Marke“

Veranstaltungsort: inorgenta europe Seminarfläche, Halle A2, Stand 450/651