

- Gold, Edelsteine und hochwertige Zeitmesser wecken Interesse.
- Schweizer Uhrenmarken kehren in die bayrische Hauptstadt zurück.

LOTHAR NEFF | PFORZHEIM

Das veränderte Kaufverhalten, Digitalisierung sowie Nachhaltigkeit waren die wichtigsten Themen auf der Fachmesse Inhorgenta, die gestern nach vier Tagen zu Ende ging. Guido Grohmann, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands Schmuck+Uhren mit Sitz in Pforzheim, sieht die Inhorgenta dabei auf einem guten Weg. Auch viele Aussteller hätten das Ambiente und die Qualität der Messe gelobt, auch wenn die Besucherzahl mit offiziell 26 000 um knapp 1000 unter dem Vorjahr lag.

Funkelnde Preziosen in den Vitrinen, lebhaftes Orderverhalten an den Messeständen. Gold- und Designschmuck stehen weiterhin hoch im Kurs. Das Angebot im Uhrenbereich habe sich weiter verbessert. „Es waren erneut mehr Schweizer Marken zu sehen.“ Auch bei der Internationalisierung habe München gepunktet, was auch die gestiegene Zahl von ausländischen Fachbe-



Christiana Mössner von der Pforzheimer Schmuckmanufaktur Jörg Heinz.

DIE ZAHL

85

**HERKUNFTSLÄNDER** hatten die Besucher der Fachmesse Inhorgenta, was den steigenden Grad der Internationalisierung ausdrückt. Im vergangenen Jahr waren es Teilnehmer aus über 70 Ländern.

suchern aus mittlerweile 85 Ländern belege, so Grohmann. Stephan Lindner, Präsident des Bundesverbandes der Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte, resümiert: „Die hohe Qualität der anwesenden Juweliere und der Umfang der Nachfrage haben sicherlich so manchen Aussteller positiv überrascht. Wir sind mit dem Ergebnis der Inhorgenta sehr zufrieden.“

Das Konsumverhalten habe sich in den vergangenen Jahren gewandelt, erläuterte Klaus Dittich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München, weshalb sich die Frage stelle, wie erfolgreiche Einzelhandels-Strategien in Zukunft aussehen könnten. Zudem müssten sich Hersteller in Angesicht des Klimawandels sowie der Endlichkeit von Rohstoffen verstärkt mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen. Im Zuge dessen sind recycelte Materialien, zum Beispiel Edelmetalle, bereits bei knapp 50 Prozent der Hersteller im Sortiment und auch zwei Drittel der Händler bieten Produkte aus nachhaltigen Rohstoffen an. Dazu gehören beispielsweise Holz oder Kork.

Uhrenliebhaber mögen es gerne klassisch: Fliegeruhren stehen weiterhin hoch im Kurs. Das weiß auch der Pforzheimer Uhrenher-

## A. Odenwald gewinnt Inhorgenta-Award

Seit 1882 fertigt das familiengeführte Unternehmen A. Odenwald in Pforzheim. Die Manufaktur holte den Inhorgenta Award 2020 in der Kategorie Fine Jewelry.



„A. Odenwald überzeugt mit femininer Formsprache, angenehmer Haptik und einem zeitlosen, puristischen Design“, so die Jury. Gewonnen hat das Schmuckstück „Chloé“ mit einem umlaufenden Brillantbesatz von 2,53 Karat. Das Unternehmen führt noch alle Arbeitsschritte im Hause aus. [ne](http://www.aodn.de)

steller Hansjörg Vollmer, der sich neben der Stammmfirma Aristo der Geschichte der Flugzeug- und Automobilmarke Messerschmitt verschrieben hat. Mit der Kultuhr KR 500 erinnert Vollmer an ein weiteres Kapitel der legendären Kabinenroller. Im September 1957 wurde der KR 500 auf der

Automobilmesse in Frankfurt präsentiert.

Andreas Tiefenbacher von der Pforzheimer Firma Agosi sieht die traditionsreiche Pforzheimer Scheideanstalt auf einem erfolgreichen Kurs. Die Aufbereitung von Altgold profitiere von den hohen Edelmetallpreisen, wobei Silber derzeit nicht die ganz große Rolle spiele. Auf der Inhorgenta pflege die Agosi den Kontakt zu ihren Bestandskunden, darunter viele Goldschmiede und Juweliere. Im Dezember wurde von privaten Anlegern in nennenswertem Umfang 100-Gramm-Barren in Feingold gekauft.

„Die Digitalisierung in der Schmuckbranche hat längst begonnen, auch wenn viele Juweliere das noch gar nicht realisiert haben“, erklärt Alex Schickel von der Ferdinand Eisele GmbH. Die Inventur – in diesem Fall die Bestandskontrolle im Juweliergeschäft – erfolgt über RFID-Technologie. Jedes Schmuckstück wird digital im Warenwirtschaftssystem vernetzt. Die Birkenfelder Firma bündelt ihre Leistungen für die Schmuck- und Uhrenbranche unter dem Label „extra4 Labelling Systems“.

Der Studiengang Schmuck der Hochschule Pforzheim präsentierte sich auf der Inhorgenta ganz unter dem Messthemata Nachhaltigkeit. Die Studierenden

nutzten ein selbstgebautes Ausstellungssystem, das mehrmals verwendet werden kann. Der variable Messestand besteht aus Eisen, Glas und Holzplatten und produziert so gut wie keinen Abfall. Auch in diesem Jahr war Schmuck-Professorin Christine Lüdeke Jury-Mitglied des Inhorgenta Award.

Fünf Absolventen präsentierten dem internationalen Publikum mit ihren Bachelorarbeiten: Sonja Keppler mit ihren Rauchobjekten „karnos“, Bo Zhang mit ihrem Schmuck „Chamäleon“, Xin Liu zeigt „3D Hand“-Objekte, Tzu-Yun Hung präsentierte Schieferschmuck zum Thema „Identity“ sowie Sophie Bernauer extravaganten Glasobjekte. Zum anderen waren die Studierenden Celine O’Neal und ihr Forschungsprojekt „Fusion“, Lingjie Wang mit ihren geheimnisvollen Broschen „Strange Familiarity“ sowie Valentina Michaelis mit ihrem Projekt „space oddity“ dabei. „Meine Arbeit hier zeigen zu können empfinde ich als große Wertschätzung und tolle Erfahrung“, sagte Valentina Michaelis begeistert. Die Schmuckstudierende Louison Varigny erarbeitete gemeinsam mit der Mode-Studentin Eleonore Brive die Arbeit „Identity“, in dem sie die Interaktion von Ketten und Stoff definierten.



Nobert Glasnowitsch und Marco Frei (rechts) von der Firma Otto Hutt aus Königsbach-Stein mit einer Weltpremiere: ein Federhalter mit innovativer Tintenpumpe.



Big Data erfasst jedes Schmuckstück und so wird die leidige Inventur zum Kinderspiel, erklärt Alex Schickel von der Ferdinand Eisele GmbH.



Zu den 80 Ausstellern aus Pforzheim und dem Enzkreis zählte auch die Firma Kalman Hafner aus der Goldstadt.