



INHORGENTA MÜNCHEN 2013

Med kongekroner, fairytales og eventyrlige smykker i München. Fra den 22. til den 25. februar blev årets store tyske smykke- og urshow afviklet. Det var 40. gang, at showet blev gennemført og mere end 30.000 besøgende kunne se, mærke og købe smykker og ure fra de 1.237 udstillere.

AF JENS R. MØLLER. FOTOGRAF: THERESE JUNCKER

Hallerne summede af aktivitet fra åbningsdagen, og de mange besøgende talte ikke kun tysk. Mere end en tredjedel af de besøgende kommer tilrejsende fra andre lande, primært de europæiske.

Klaus Dittrich, administrerende direktør for Messe München GmbH, udtalte følgende umiddelbart efter messens lukning: "Inhorgenta München er ikke længere kun den vigtigste begivenhed for de tysktalende besøgere, men er nu også af væsentlig betydning på et internationalt niveau".

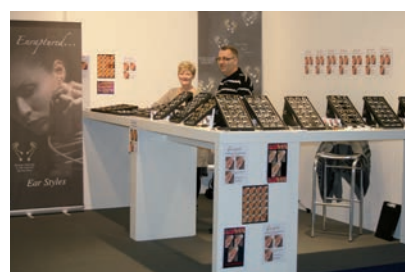
Det er bestemt også indtrykket, at Inhorgenta tiltrækker et internationalt publikum, når man spørger de danske udstillere. Anne Cohen, grundlægger og designer i firmaet C6 by Anne Cohen, udtalte: "Det er første gang vi udstiller på Inhorgenta. Vi har fået et hav af internationale kontakter på tværs af otte lande og oplevet en enorm interesse for vores produkter og set-up."

Fra de øvrige danske udstillere kom der lignende udtalelser. Claus Svane, Svane/Lühns, sagde blandt andet: "Vi fik nye kunder fra første messedag, og allerede lørdag

inden middag var der skrevet ordrer nok til nye kunder, til at vore messeomkostninger var tjent hjem. Jeg talte med flere forretninger, der havde forberedt sig på at besøge os hjemmefra. De havde set dels annoncen i messekatologet og modtaget den fælles direct mail. Der blev også lejlighed til at indlede drøftelser med potentielle agenter. Jeg vil kraftigt opfordre til, at vi ved fælles hjælp forfiner og forbedrer det fælles udenlandske messekoncept, der her har vist sin berettigelse. Arrangementer af denne art er en enestående mulighed for os til at komme ud på eksportmarkederne. Det tilskud, som Leverandørforeningen har hentet fra Eksportrådet, gør det muligt for små virksomheder at præsentere sig professionelt. Danmark har et enestående godt omdømme i smykkebranchen ude i verden.

Med en fælles dansk messestand opnår vi en synlighed, som vi ikke kunne opnå ved at deltage enkeltvis" slutter Claus Svane.

"Vores deltagelse på Inhorgenta har været en positiv oplevelse. Selve processen startede allerede for et år siden, hvor vi nedsatte en projektgruppe med flere interesserede firmaer. Leverandørforeningen kom som en



Udover den store fælles danske stand deltog der også andre danske firmaer – her et udpluk af udtalelser fra dem:



Malene Taylor, eksportchef hos Kranz & Ziegler: "Selvom det viste sig, at besøgsantallet på messen i München var stort set som tidligere år, blev det en god messe for Kranz & Ziegler. Der var stor international interesse for vores brand Story. Vi fik kontakt til mange spændende internationale firmaer og butikker, hvoraf det mest eksotiske land var Venezuela."



Kira Kampmann, Marc'harit:

"Dynamisk messe, som vi udstiller på for andet år i træk; dels for at møde nye kunder, på nye markeder, dels for at møde vores eksisterende skandinaviske kunder. Det er inspirerende at være en del af en international messe, hvor variationen af både udstillere og besøgende er så meget bredere, end vi kender det fra vores skandinaviske messer. Der skal sættes en god indsats ind for at tiltrække nye kunder for at gøre dem opmærksom på ens tilstedeværelse, men hvis man kan tilbyde noget, der skiller sig ud fra mængden, er mulighederne store."

Benedikte Friis Bjørner, Susanne Friis Bjørner ApS:

"Vi synes, at der var en meget god og positiv stemning blandt de besøgende på dette års messe, selvom tiderne utvivlsomt stadig er benhårde. Der var utrolig mange danskere, som havde gjort sig ulejligheden og taget turen til messen for at se på smykketrends. Årets messe har givet en del mulige kontakter, som forhåbentlig kan generere noget salg på sigt."

På Inhorgenta deltog syv danske virksomheder på en fælles stand. Initiativet blev påbegyndt allerede på sidste års messe. Eksportrådet har med støtte til dette fremstød sikret en markant dansk deltagelse.

naturlig del af forløbet hurtigt på banen. Tanken om at skabe et fælles dansk område var interessant, idet vi mener det trækker flere kunder til. Det har været en fin fælles oplevelse – dog regner vi med at være bedre placeret næste år. Vores stand var placeret helt bagerst i den sidste hal og det virkede på os, som om det kunne være svært for kunderne at finde den lange vej helt derned”, udtalte Anette Wille, designer og indehaver af Anette Wille Jewellery. Det var et udsagn, der blev fulgt op af Morten C. Nielsen fra Munio “Det har været rigtig godt at udstille på Inhorgenta sammen med andre danske brands i et fælles initiativ foranlediget af Leverandørforeningen. Det er meget nemt at drukne på en kæmpe messe som Inhorgenta, men det har vi alle undgået på denne måde.”

Kim Koch fra Silverstyle fortalte følgende om messen: “Sikke en mangfoldighed. Her oses af kreativitet, livligt og godt besøgt. Det er første gang, vi udstiller her, og vi fik flere nye kontakter og kunder. Og så var det super hyggeligt at stå med vores kollegaer fra Danmark.”

Med gennemførelsen af dette fælles eksportprojekt er der etableret et godt fundament for flere fælles eksportfremstød. Interessen for lignende aktiviteter blev således udtrykt af Charlotte Biehl, design og direktør hos byBiehl. “Det er nu andet år byBiehl deltager på Inhorgenta messen med det danske fælles initiativ. Igen i år var det en positiv oplevelse. Niveaet for den fælles stand er blevet løftet markant, og der har været en stor

interesse for de danske brands. Hos byBiehl har vi igen i år oplevet stor international interesse både fra tyske forhandlere, men også fra mange andre lande. For vores vedkommende har messen også ført til kontakter til nye forhandlere i England. Vi håber, at de danske smykkevirksomheder kommer til at gå sammen om lignende initiativer på andre internationale messer, for eksempel ved IJL i London i efteråret og måske nogle af de andre skandinaviske messer.”

HVOR VAR MARY?

“Hos Rabinovich har messen været planlagt længe og haft stor fokus igennem lang tid, som en del af opbygningen af det tyske marked. Vi deltog da også med en selvstændig stand på messen sidste år.

Alle sejl var derfor sat ind i planlægningen og forberedelserne omkring PR og markedsføring i diverse B2B magasiner og online portaler – med en flot præsentation af vores smykker fra ZÖL og Rabinovich.

Det eneste jeg kan komme i tanke om i forhold til vores forberedelser er, at vi manglede at invitere Mary!” afslutter Jesper Lybeck Kristiansen.

LONDON CALLING: NÆSTE FÆLLES FREMSTØD

Meget tyder på, at danske smykkevirksomheder kan få succes på de internationale markeder. Og hvis aktiviteterne understøttes af et kontant tilskud fra Eksportrådet, er interessen for fælles eksportfremstød på andre markeder stor. Derfor iværksætter Guldsmedbranchens Leverandørforening meget gerne fælles aktiviteter. Næste projekt er sat i søen, i det der forventes gennemført et fælles eksportfremstød på den store engelske smykkemesse IJL, der afvikles fra 1. til 4. september 2013 i London.