26. BIS 28. OKTOBER 2018 MESSEGELÄNDE MÜNCHEN

GEMWORLD MUNICH

GEMWORLD MUNICH

EUROPAS MESSE FÜR SCHMUCK UND EDELSTEINE.
WIR VERSPRECHEN ZUKUNFT.

JETZT ANMELDEN UND STANDPLATZ SICHERN – gemworldmunich.com

SCHAUFENSTER IN DIE ZUKUNFT

Mit einem neuen „Showcase"-Konzept geht die Gemworld Munich im Oktober an den Start. Die führende Herbstmesse im deutschsprachigen Raum will damit Optimismus in Zeiten des Wandels signalisieren und Schmuckmarken eine spannende Perspektive bieten.

Nichts ist beständiger als der Wandel. Mit dieser Grundeinstellung und einem kontinuierlichen Ausbau des Angebots hat sich die Gemworld Munich seit 2009 zu einer der wichtigsten Herbstmessen in Europa entwickelt. Designschmuck, Exklusivschmuck und Zubehör zählen neben geschliffenen Edelsteinen zum umfangreichen Sortiment der über 350 Aussteller. Spätestens seit Einführung des Fachbesucherbereichs „Gemworld Professional" vor zwei Jahren ist die Messe für Fachhändler, Juweliere oder Schmuckdesigner ein fester Termin im Kalender.

Das Team um Geschäftsführer Christoph Keilmann geht in diesem Jahr noch einen Schritt weiter. Das Ziel: die Branche nach vorne bringen, Verkaufschancen für den Handel erhöhen und den Schmuckherstellern eine Chance bieten, ihre Marke beim Endkunden bekannt zu machen. Die neuen, im Fachbereich platzierten „Schaufenster"-Stände mit Vitrine „nach außen" sind hierzu in ein Kommunikationskonzept eingebunden, das Publikumsmedien und einen Internet-Auftritt beinhaltet.

Während die Firmen an ihrem Stand dem Fachhändler und Juwelier ihre Kollektionen persönlich präsentieren, können Endkunden sich im Schaufenster von den Produkten inspirieren lassen und erfahren über einen QR-Code, wo diese erhältlich sind.

„Viele Hersteller wollen ihre Marken sichtbarer in der Öffentlichkeit platzieren. Das Schaufenster-Konzept ist genau hierauf ausgerichtet und soll durch die begleitenden Maßnahmen im Anschluss für Frequenz im Handel sorgen", so Keilmann. Mit dem Termin zu Beginn des wichtigen Weihnachtsgeschäfts ist der Zeitpunkt außerdem gut gewählt, um zusätzliche Aufmerksamkeit für die Branche insgesamt zu erzeugen.

Doch die Gemworld Munich wird auch über das neue Standkonzept hinaus in diesem Jahr noch weiterentwickelt. Die nun wieder zur Verfügung stehenden Flächen in den B-Hallen werden beispielsweise genutzt, um den Trendbereich „Junges Design" zu erweitern. Der Nachwuchswettbewerb „Young Designers Corner" und das „New Design Forum" erhalten hier mit dem „Future Forum" eine dritte Säule, die sich an kleine Firmen mit innovativen Konzepten richtet.

Kontakt:
Tel.: +49 (0)89-613 47 11
(Mo–Fr 09:00–17:00 Uhr)
per E-Mail:
besucherservice@munichshow.com

Termine:
30. April 2018: Anmeldeschluss für Aussteller, „New Design Forum" und „Future Forum"
31. August 2018: Einsendeschluss für Wettbewerb „Young Designers Corner"

www.gemworldmunich.com

4 FRAGEN AN …

… CHRISTOPH KEILMANN

Mit dem neuen Slogan „Promising Future“ will Veranstalter Christoph Keilmann ein Statement setzen und für Optimismus in der Branche werben. Die GZ hat nachgefragt.

GZ: Wie würden Sie die aktuelle Stimmung in der Branche beschreiben und welche Rolle spielt die Gemworld?
Christoph Keilmann: Es herrscht aktuell eine große Unsicherheit auf Seiten des Handels und der Hersteller. Mit einem „Weiter so!“ werden wir das Tal der Tränen nicht überwinden. Wir alle müssen unsere Geschäftsmodelle auf ihre Zukunftsfähigkeit überprüfen – und wir brauchen Mut, etwas Neues zu probieren. Seit 2009 haben wir die Gemworld mit kleinen Optimierungen kontinuierlich zur relevanten Herbstmesse entwickelt. Zunächst, indem wir ein Zentrum – den Gemworld Pavillon – geschaffen haben. Dann kamen der Nachwuchswettbewerb „Young Designers Corner“ und zuletzt der Fachhandelsbereich „Gemworld Professional“ hinzu.

Was erhoffen Sie sich von dem neuen „Showcase“-Konzept?
Mit dem neuen Schaufensterkonzept gehen wir einen Schritt weiter und tragen das Thema „Schmuck und Edelsteine“ ab Ende Oktober von der Messe aus konsequent in die Öffentlichkeit. Die teilnehmenden Firmen bewerben damit ihre Marken und sorgen für Frequenz bei ihren Fachhändlern. Gleichzeitig erhält der gesamte Sortimentsbereich zu Beginn des existenziell wichtigen Weihnachtsgeschäfts Aufmerksamkeit bei den Endverbrauchern.

Wie verträgt sich diese Idee mit einer Fachmesse?
Unsere Veranstaltung ist traditionell auch ein großes Publikumsevent. Ein Großteil unserer Aussteller schätzt seit vielen Jahren den Kontakt zum Endkunden und das ungefilterte, direkte Feedback auf ihre Produkte, auch wenn sie nicht direkt verkaufen. Wir schaffen mit dem Schaufenster-Konzept lediglich einen Rahmen für Markenhersteller, dies für sich zu nutzen, ohne mit ihren Handelskunden in Konflikt zu kommen. Aktuell sehen wir viele Experimente mit neuen, teils exklusiven Messeformaten in der Branche, um Marken und Verbraucher zusammenzubringen. Wir haben diese Plattform bereits und können das neue Angebot auf einer bewährten Veranstaltung zum Nutzen für Handel und Hersteller aufsetzen.

Wie ist die Resonanz auf Ihre Planungen?
Bei unseren Gesprächen mit Herstellern haben wir bislang sehr positives Feedback zu der Showcase-Idee erhalten. Wir entwickeln das Schaufenster-Konzept zusammen mit den Ausstellern so ausführlich wie möglich, um damit erfolgreich zu starten.

Viel sehen und staunen – die Gemworld bringt Hersteller und Handel noch enger zusammen

FÜR DEN START INS WEIHNACHTSGESCHÄFT: DAS SHOWCASE-KONZEPT AUF DER GEMWORLD MUNICH

Durch die Schaufensteridee will die Messe den Handel mit ins Boot holen und gleichzeitig Impulse für die Branche setzen.

Mit dem Schaufensterkonzept greift die Gemworld Munich eine zentrale Herausforderung für viele Branchenteilnehmer auf: die Etablierung einer Marke beim Endkunden. Während der stationäre Handel vom Online-Geschäft zunehmend unter Druck gesetzt wird, müssen die Hersteller verstärkt selber für Nachfrage sorgen, um ihren wichtigsten Distributeur zu unterstützen.

Das neue Konzept soll die Bedeutung der Gemworld als Fachmesse mit ihrer hohen Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit zum Vorteil für Hersteller und Handel verknüpfen. Und das zu Beginn des Weihnachtsgeschäfts in einer der kaufkraftstärksten Regionen Deutschlands.

Die Planung sieht für die teilnehmenden Firmen einen offenen Stand im Fachbereich „Gemworld Professional“ vor, an dem in professioneller Atmosphäre an allen Messetagen Order- und Verkaufsgespräche mit den Handelspartnern geführt werden können. Nach „außen“, also in dem allen Besuchern zugänglichen Bereich, präsentieren sie dem Endverbraucher in großen Schaufenstern ihre Produkte. Über einen QR-Code sowie eine eigene Website finden diese dann den Fachhändler in ihrer Region.

Begleitend zur Gemworld findet ein Presse-Event in München mit Präsentation der teilnehmenden Marken statt. Durch Beileger in Publikumszeitschriften, Pressearbeit sowie Social-Media-Aktionen wird die initiale Aufmerksamkeit über die Messe hinaus im November und Dezember in die Öffentlichkeit getragen und soll die Nachfrage im Handel erhöhen.

GEMWORLD 2018

TERMIN
Freitag, 26. Oktober, bis
Sonntag, 28. Oktober 2018

Achtung!
Freitag, 26.Oktober: Fachbesuchertag, Zutritt nur für registrierte Fachbesucher

ÖFFNUNGSZEITEN
Freitag–Sonntag
9:00–18:00 Uhr

VERANSTALTUNGSORT
Die Munich Show – Mineralientage München findet auf dem Gelände der Messe München statt. Sie erreichen die Veranstaltung über den Eingang Ost.

EINTRITT
Tageskarte Freitag 19 Euro
(Fachbesucher inklusive Gemworld Professional)

Tageskarte Samstag und Sonntag 13 Euro
(Fachbesucher inklusive Gemworld Professional)

3-Tages-Karte 29 Euro
(Fachbesucher inklusive Gemworld Professional)

Perfekt für den Weihnachtseinkauf: das große Sortiment der Gemworld in lebendiger Atmosphäre

FOKUS AUF DEN NACHWUCHS

Mit mehr Fläche und einer Erweiterung des Angebots an junge Kreative wird der Trendbereich der Gemworld deutlich aufgewertet. Auch die Bildungsinstitutionen nutzen die Messe zur Präsentation und Nachwuchswerbung.

Sowohl Nachwuchsdesigner als auch Besucher dürfen sich in diesem Jahr freuen, dass die Messeleitung einen Großteil der wieder zur Verfügung stehenden Flächen in Halle B6 für den Trendbereich „Junges Design“ reserviert.

Im Zentrum steht der bereits etablierte Nachwuchswettbewerb „Young Designers Corner“. Die von der Jury aus allen Einsendungen ausgewählten acht Finalisten werden hier dem Fachpublikum ihre Entwürfe vorstellen. Sowohl durch das hohe Niveau der eingereichten Arbeiten, aber auch wegen der Internationalität der Teilnehmer erfreut sich dieser Bereich bei den Besuchern großer Beliebtheit.

An den „Young Designers Corner“ schließt sich das „New Design Forum“ an, in dem junge Berufseinsteiger ihre ersten Kollektionen zeigen. Außerdem werden die drei Gewinner des letztjährigen Wettbewerbs, Julia Bergmann, Kay Guon und Franziska Höhne, dort mit neuen Arbeiten zu sehen sein. Aufgrund der hohen Nachfrage nach Standplätzen im „New Design Forum“ wird dieser Bereich 2018 erweitert und um ein „Future Forum“ ergänzt. Dort erhalten kleine innovative Firmen ebenfalls Standfläche zu einem reduzierten Pauschalpreis und können ihre Marken in kreativem Ambiente präsentieren. Insgesamt erhält der Trendbereich „Junges Design“ eine optische Aufwertung und wird durch die größere Fläche auch deutlicher wahrgenommen. Hinzu kommen diverse Bildungseinrichtungen, die Arbeiten ihrer Abschlussklassen präsentieren. Neben der Berufsbildenden Schule Idar-Oberstein, die bereits 2017 teilgenommen hat, haben auch weitere Institute bereits ihr Kommen zugesagt.

Die Bewerbungsfrist für den „Young Designers Corner“ läuft noch bis 31.08.2018. Anmeldungen für das „New Design Forum“ und das „Future Forum“ sind bis 30.04.2018 möglich. Alle Informationen unter **www.gemworldmunich.com**

CARL JASPER
HESSE, LIPPSTADT

Im Herbst gab es bisher im süddeutschen Raum keine interessante Messe für Fachkunden. Für uns ist die Gemworld interessant, weil es einen Professional-Bereich nur für den Fachhandel gibt, da wir eben ausschließlich den Fachhandel beliefern. Hier können wir direkt unsere Neuheiten aus dem Herbsteinkauf präsentieren, die wir in Asien und Tahiti entdecken.

GEORG WIESAUER
PERLENWELT GEORG WIESAUER,
GRAZ, ÖSTERREICH

Die Gemworld Munich hat eine hohe Kundenfrequenz und findet im Oktober statt. Das ist die beste Zeit für das Weihnachtsgeschäft. Hier haben die Kunden die Chance, ihren Bestand zu ergänzen. Überdies gibt es keine andere Fachmesse in dieser Zeit und für uns ist das optimal. München als Standort ist ideal, weil sowohl Österreicher als auch viele Deutsche vor Ort sind. Auch die Zweiteilung in Fachbesucherbereich und öffentlichen Bereich finde ich gut. Die Gemworld ist eine der wenigen Messen, die für uns positiv ist.

Georg Wiesauer mit Tochter Madeleine

MARKUS WILD
PAUL WILD, KIRSCHWEILER

Die Internationalität der Besucher und deren hoher Grad an Fachkompetenz machen die Gemworld Munich für uns zu einer wichtigen Plattform in Europa.

MATTHIAS JORBERG
CAMPUR, SCHWÄBISCH GMÜND

Wir stellen schon seit Jahrzehnten auf der Messe aus. Vor einigen Jahren hatten wir unsere Teilnahme erst einmal unterbrochen, weil es für uns nicht optimal war, dass Fachhandel und Endkunden als Besucher zugelassen waren. Seit zwei Jahren gibt es nun den Extrabereich, zu dem nur Fachbesucher Zutritt haben. Davon sind unsere Kunden begeistert und unser Umsatz hat sich dadurch deutlich gesteigert. So können wir diese Messe auch unseren Kollegen empfehlen. Auch der Zeitpunkt der Gemworld passt super. Viele Kunden kaufen kurzfristig und da ist der Oktober für das Weihnachtsgeschäft optimal.

PETER ERFURT
ERFURT DESIGN, HELLWEGE

Für meine Kollektion „Unique“ wähle ich bei den Schleifereien vor Ort Steine von außergewöhnlicher Qualität für meine Schmuckstücke aus. Die schlichte, hochwertige Verarbeitung ermöglicht den Steinen, ihre Schönheit und Brillanz zu entfalten. Auf der Gemworld München begegne ich einem hochwertigen internationalen Publikum von großer Fachkenntnis. Das Interesse an besonderen Stücken ist größer als auf anderen Messen. Daher ist die Gemworld für uns der wichtigste Termin in der zweiten Jahreshälfte.

SHAILENDER BAHL
BAHL COLLECTION,
FRANKFURT AM MAIN

Die Gemworld Munich ist die wichtigste Messe für uns geworden. Die Besucherresonanz ist sehr positiv und der Termin vor dem Weihnachtsgeschäft ist sehr gut platziert. Auch spricht die Messe unsere Kunden aus der Schweiz, aus Österreich und Italien an. Die Organisation der Messe ist sehr freundlich und kundenorientiert.

Omeri Kumar, Jimika Ram, Shailender Bahl, Elke Stenger, Karina Gallanek, Siglinde Gollinger und Barbara Eitel, (v. l.)

LUCIE BERTHIAUME-VISSING
LBV PRESTIGE, PULLACH IM ISARTAL

Die Gemworld ist deshalb für uns interessant, weil die Kollektion von „Lucie in the Sky“ zu 99 Prozent aus Schmuckstücken mit Steinen besteht. Da wir unsere Kreationen weder im Internet noch per Katalog anbieten, ist diese Messe ein gutes Forum für uns. Der Sitz unseres Unternehmens ist ebenfalls in München und damit ist die Messe für uns ein „Heimspiel“.

Tochter Olivia Vissing
mit LBV-Schmuck

Europas Messe für
Schmuck und Edelsteine.

Wir versprechen Zukunft.

Nicht verpassen:
Anmeldeschluss für
Aussteller 30. April 2018!

GEMWORLD
MUNICH

26.–28. Oktober 2018
Messegelände München

be part of
gemworldmunich.com

The Munich Show
Mineralientage München
World of Minerals, Gems, Jewellery & Fossils