

Viel Blumen, Spitzenoptik, Ozeanfarben und Ei-Anhänger mit funkelnder Überraschung - Highlights der Aussteller auf der diesjährigen INHORGENTA MUNICH

Auf der INHORGENTA MUNICH werden zahlreiche Highlights und Trends für die kommende Schmucksaison vorgestellt. Besonders herausragende Stücke werden traditionell mit dem INHORGENTA AWARD ausgezeichnet. Eine Experten-Jury kürt dabei in sechs Kategorien je drei Finalisten. Mehrmals bereits Preisträger war Bernd Wolf. Auf der diesjährigen Messe zeigt der Designer wieder zahlreiche neue Stücke, darunter ist auch die Designlinie Feathers, also Federn, erklärt Bernd Wolf:

Oton Bernd Wolf, Gründer der gleichnamigen Schmuckmanufaktur aus Freiburg; *wir haben uns im vergangenen Jahr gefragt, welche Symbolik, welche Formen, die Menschen bewegen in den Zeiten der Pandemie. Uns war schnell klar, wir wollen eine Symbolik haben, die die Freiheit verkörpert, dass man z.B. wieder reisen kann. So war klar, dass es die Feder sein soll.*

Oton Bernd Wolf, Gründer der gleichnamigen Schmuckmanufaktur aus Freiburg; *es ist so, dass wir für unsere gebürstete Oberflächenstruktur bekannt sind, diese Optik wollen wir transportieren, die unsere Kollektion erkennbar macht. Meine Frau hat begonnen, die Adern der Federn zu gestalten; eine Hälfte ist gebürstet, die Andere hat die offenen Adern. Es gibt hier noch Ohrhänger mit Fischhaken, es gibt Seilcolliers mit Perlen, mit Edelsteinen, dazwischen sind so kleine Tropfen, die funkeln.*

Ebenfalls neu sind filigrane Schmuckstücke mit eingearbeiteten Designs in Form kleiner Schiffchen, die an Venedig erinnern:

Oton Bernd Wolf, Gründer der gleichnamigen Schmuckmanufaktur aus Freiburg; *hier haben wir uns auch von der Pandemie beeinflussen lassen. Eine derartige Krisensituation öffnet auch immer Wege zu Neuem, dafür steht das Symbol des Schiffchens. Mit dem Schiffe habe ich gespielt in den einzelnen Schmuckstücken. Als ich diese Schmuckstücke gesehen habe, hatte ich sofort das Bild von Venedig im Kopf.*

Wieder auf der INHORGENTA MUNICH 2022 vertreten ist das fränkische Unternehmen Thomas Sabo. Mit im Gepäck hat es eine Kollektion, die vom Ozean inspiriert ist, erklärt Hanno Chevalier, Chief Content Officer bei Thomas Sabo:

Oton Hanno Chevalier, Chief Content Officer bei Thomas Sabo; *Ocean Vibes spiegelt das Meer wieder, auch die Tiere, wir haben Delfine, wir haben Wellen, wir haben versucht die Kraft und die Vibration des Meeres in die Kollektion zu übertragen, auch den Schaum der Wellen. Farblich spielen wir*

mit blau.

Oton Hanno Chevalier, Chief Content Officer bei Thomas Sabo; *der Taucher ist ein wunderbares Symbol für uns. Der Taucher hat eine Perle bei sich und taucht nach Perlen, das ist ein Highlight-Stück der Kollektion.*

Fabergé erlangte vor mehr als 100 Jahren mit seinen besonders aufwendig gearbeiteten Ostereiern Weltruhm. Auf der INHORGENTA MUNICH im Jahr 2022 zeigt das Unternehmen zum ersten Mal seine aufwendig gestalteten Eier inklusive Überraschung für den Hals. Dazu Marcus Mohr, Werkmeister bei Fabergé:

Oton Marcus Mohr, Werkmeister bei Fabergé; *es handelt sich um Fabergé-Eianhänger mit Scharnier, die kann man öffnen. Darin befinden sich kleine Tierfiguren oder ein Herz. Fabergé ist bekannt für die kaiserlichen Ostereier, damals gab es auch schon Ei-Anhänger. Die Technik ist die gleiche wie damals, wir sind in der Lage, mit den gleichen Rezepten zu arbeiten, es ist echtes Emaille, das ist ein besonderes Emaille, das besonders leuchtet, eine Tiefe, das sieht fast aus wie Seide.*

Die Anhänger haben allerdings auch ihren Preis, sie kosten zwischen 5.000 und 10.000 Euro.