



NEWS

TRADITION TRIFFT INNOVATION

TRADITION MEETS INNOVATION

Neue Designs und digitale Strategien
New designs and digital strategies

LORENA Bekannt ist der hochwertige Silberschmuck aus der firmeneigenen Manufaktur in Österreich für seine moderne Ausdrucksstärke. Das stilvolle Schmuckset aus oxidiertem Silber beispielsweise besticht durch seine aufwändig handgearbeiteten Oberflächen und das harmonische Zusammenspiel von oxidiertem Silber und fein strukturierten Gold-Details. Gefertigt in hochwertiger Kleinserie, verbindet es kunstvolle Präzision mit einer markanten, zeitlosen Ästhetik.

The high-quality silver jewelry from the company's own manufactory in Austria is famed for its modern expressiveness. This stylish jewelry set made of oxidized silver impresses connoisseurs with its elaborately handcrafted surfaces and harmonious interplay of oxidized silver and finely structured gold details. Crafted in a small, high-quality series, the set combines artistic precision with distinctive, timeless aesthetics.

A2, 115

Jacques Lemans, die renommierte Marke aus Österreich, präsentiert nicht nur spannende Neuheiten. Andreas Riedl, CCO und kreativer Kopf hinter den Uhren, und Michaela Riedl, Head of Marketing, über ihre Visionen für 2025.

HERR RIEDL, WAS ERWARTET UNS AUF DER INHORGENTA MUNICH?

Andreas Riedl: Wir präsentieren mit Stolz die neue „Liverpool Diver“-Kollektion. Diese Modelle kombinieren markantes Design mit modernster Technik und sind für alle gemacht, die eine Uhr suchen, die Eleganz und sportliche Leistungsfähigkeit vereint. Gleichzeitig feiern wir mit einer neuen Schmuckkollektion Premiere. Stilvolle Designs, die moderne Eleganz neu interpretieren.

WIE ENTSTEHEN IHRE NEUEN MODELLE?

Andreas Riedl: Unsere Inspiration kommt aus der Architektur, Natur und Mode. In Kärnten entwerfen wir jährlich rund 100 neue Modelle mit Fokus auf Qualität und Design. Jede Uhr soll

ein Statement für Stil und Individualität setzen.

FRAU RIEDL, WELCHE MARKETINGSTRATEGIE VERFOLGEN SIE?

Michaela Riedl: Wir setzen verstärkt auf digitale Kampagnen, um gezielt eine junge, internationale Zielgruppe anzusprechen. Dabei kombinieren wir emotionale Storytelling-Ansätze mit modernen Kommunikationskanälen.



Liverpool Diver



Andreas Riedl (CCO), Michaela Riedl (Head of Marketing), Alfred Riedl (CEO)

Jacques Lemans, the renowned Austrian brand, is not only presenting exciting new products. Andreas Riedl, CCO and creative mind behind the watches, and Michaela Riedl, Head of Marketing, discuss their visions for 2025.

MR. RIEDL, WHAT CAN WE EXPECT AT INHORGENTA MUNICH?

Andreas Riedl: We are proud to present our new „Liverpool Diver“ collection. These models combine distinctive design with the latest technology and are made for people who are looking for a wristwatch that combines elegance and sporty performance. At the same time, we are celebrating the launch of a new jewelry collection, with stylish designs that reinterpret modern elegance.

HOW DO YOU DEVELOP YOUR NEW MODELS?

Andreas Riedl: Architecture, nature and fashion are our sources of inspiration. In Carinthia, we annually design approximately 100 new models, each with a focus on quality and design. Each watch is designed to make a statement about its wearer's sense of style and individuality.

MS. RIEDL, WHAT MARKETING STRATEGY DO YOU PURSUE?

Michaela Riedl: We are increasingly relying on digital campaigns to specifically address a young, international target group. We combine emotional storytelling approaches with modern channels of communication.

JACQUES LEMANS: A2, 302

HOCHWERTIGE ALTERNATIVE

A HIGH-QUALITY ALTERNATIVE

BEDRA Der renommierte Schmuckgroßhändler setzt neue Maßstäbe und erweitert sein Sortiment um eine innovative Produktlinie: hochwertige Schmuckstücke mit Lab-Grown-Diamanten. Die Neuentwicklung ergänzt das bestehende Schmucksortiment als hochwertige Alternative zu Zirkonia. Die neuen Schmuckstücke aus 585 Gold sind bewusst leichter gehalten, um preisbewussten Kunden eine erschwingliche, aber dennoch langlebige Alternative zu bieten. „Es ist uns wichtig zu betonen, dass dieses neue Angebot keine Konkurrenz zu unseren natürlichen Diamanten darstellt“, erklärt Birgit Krohn von Bedra. „Vielmehr bietet es dem Fachhandel eine zusätzliche Option für Kunden, die Wert auf ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis legen, ohne auf die unvergleichliche Brillanz und Langlebigkeit von Diamanten verzichten zu müssen.“

The renowned jewelry wholesaler is setting new standards and expanding its range with an innovative product line of high-quality jewelry featuring lab-grown diamonds. This new development complements the manufacturer's existing assortment as a high-quality alternative to cubic zirconia. Made of 14 karat gold, the new pieces of jewelry are intentionally lighter in weight to offer price-conscious customers an affordable yet durable alternative. “It is important to us to emphasize that this new offering is not in competition with our natural diamonds,” explains Birgit Krohn from Bedra. “Rather, it offers retailers an additional option for customers who value an attractive price-performance ratio without sacrificing the incomparable brilliance and longevity of diamonds.”

A2, 312



ARDECO Der Name der österreichischen Marke setzt sich aus den Begriffen Art, Design und Company zusammen. Deren farbenfrohe Schmuckstücke – präzise gewebte Armbänder sowie Ohrschmuck – sind zu 100 Prozent handgemachte Unikate aus Materialien wie resistenten Stoff-Fäden, zylindrisch geschnittenen Miyuki-Glasperlen, Echt Silber und Echtgold-Legierungen. Zu den verkaufsfördernden Materialien für den Fachhandel zählen Displays, edle Verpackungen und Werbeunterlagen. This Austrian brand's name combines syllables from the words “art,” “design” and “company.” Ardeco's colorful and precisely woven bracelets and earrings are 100% hand-made and unique, crafted exclusively from materials such as resilient textile threads, cylindrically cut Miyuki glass beads, genuine silver and authentic gold alloys. The label's promotional items for retailers include displays, elegant packaging, and advertising materials. A2, 145



LUXURIÖSE DETAILS

LUXURIOUS DETAILS

BLUSH GOLD JEWELS Die Kollektionen der Marke aus Amsterdam bieten eine vielseitige Auswahl an Ringen, Armbändern, Ketten und Ohrringen, von klassisch bis modern. Ein besonderes Highlight ist die nachhaltige Linie „Blush Lab Diamonds“, gefertigt aus recyceltem Gold und hochwertigen Labordiamanten. Mit luxuriösen Details und fairen Preisen setzt die Marke ein Zeichen für Stil und Verantwortung. Eleganz zum Tragen – für die schönen Momente im Leben.

The collections of this Amsterdam-based brand offer a wide selection of rings, bracelets, necklaces and earrings in styles ranging from classic to modern. A special highlight is the sustainable “Blush Lab Diamonds” line, which is made from recycled gold and high-quality lab-grown diamonds. With luxurious details and fair prices, the label makes a compelling statement about style and responsibility. Wear elegance – for the nice moments of life.

A2, 225



BREUNING
seit 1927

breuning.de | B1.329