



Pressemitteilung

Mehr als eine Messe: Die AEON bringt frischen Wind in die Uhren- und Schmuckbranche

- Neue Veranstaltung mit großer Strahlkraft in Richtung Endverbraucher
- Medienrelevantes Pop-Up Event in der Münchner Innenstadt
- Premium-Messe auf dem Münchner Messegelände

München, 19. April 2021

Als innovativer Treffpunkt der Uhren- und Schmuckbranche findet die AEON erstmals vom 21.-24. Oktober 2021 in München statt. Das neue Veranstaltungskonzept ist geprägt von der Idee „Fair plus One“ und dem Kommunikationsansatz B2B2C.

Unter dem Begriff „Fair plus One“ ist die doppelte Ausrichtung der AEON mit ihren zwei Veranstaltungsorten zu verstehen. Die AEON beginnt mit einem Pop-Up Event in der Münchner Innenstadt. Darauf folgt eine dreitägige Premium-Messe auf dem Münchner Messegelände. „Wir verbinden damit das Beste aus zwei Welten:“, erklärt der kreative Kopf hinter dem neuen Format, Christoph Keilmann. „Die Exklusivität und Medienwirksamkeit einer luxuriösen Innenstadt-Veranstaltung und die geschäftsfördernde Effizienz einer erlernten Messestruktur.“

Beide Teile der AEON folgen dem Kommunikationsansatz B2B2C und ermöglichen somit auch dem Endverbraucher einen Einblick in den von Präzision und Passion geprägten Fertigungsprozess der rund 40 ausgesuchten teilnehmenden Manufakturen. Dieser Ansatz wird auf dem Event im Zusammenschluss zwischen Hersteller und Handel weitergelebt: Juweliere können ihre Top Buyer persönlich einladen und mit an die Stände bringen. Keilmann erklärt das so: „Wir möchten Manufakturen und Juwelieren die Gelegenheit geben, ihre Kräfte zu bündeln und gemeinsam in den Endkundenmarkt zu rufen: kauft wieder Uhren und Schmuck!“ Die Begleitung der AEON durch eine intensive und hochfrequente PR- und teilweise Co-gebrandete Anzeigenkampagne zählt ebenfalls auf die Brand-Awareness der teilnehmenden Aussteller – auch im Endkundenmarkt – ein.



Die Entscheidung zu einem konsequent physischen Event fiel dabei nicht nur aufgrund des berechtigten Wunsches der Branche nach einem persönlichen Treffen. „Die Haptik, umfassende Sinneswahrnehmungen und Augenkontakt spielen sowohl beim Endverbraucher im Fachhandel als auch für den Fachbesucher auf einer Messe eine entscheidende Rolle.“, stellt Keilmann fest. Während der Veranstaltung werden alle geltenden Sicherheitsmaßnahmen in Bezug auf COVID-19 strengstens eingehalten.

Christoph Keilmann ist in der Veranstaltungsbranche kein Unbekannter: sein Familienunternehmen veranstaltet in zweiter Generation seit 57 Jahren die Munich Show, die als Fach- und Erlebnismesse weit über München hinaus jedes Jahr ein internationales Publikum begeistert. Zudem ist er gemeinsam mit seinem amerikanischen Partner der Kopf hinter der Veranstaltung HardRock Summit, die dieses Jahr in Denver ihre Premiere hat und gleich im ersten Jahr die Zusammenarbeit mit der AGTA verkünden darf: die neue AGTA GemFair™ Denver wird Teil des HardRock Summits sein. Auch die AEON soll mehr sein als eine kurzfristige Lösung für die aktuelle Nachfrage nach einer Messe. Das verspricht auch schon der Name, denn das Wort AEON steht für Ewigkeit.

Weitere Informationen finden Sie auf www.aeon-show.com.