

WAHRE DESIGN- IKONEN

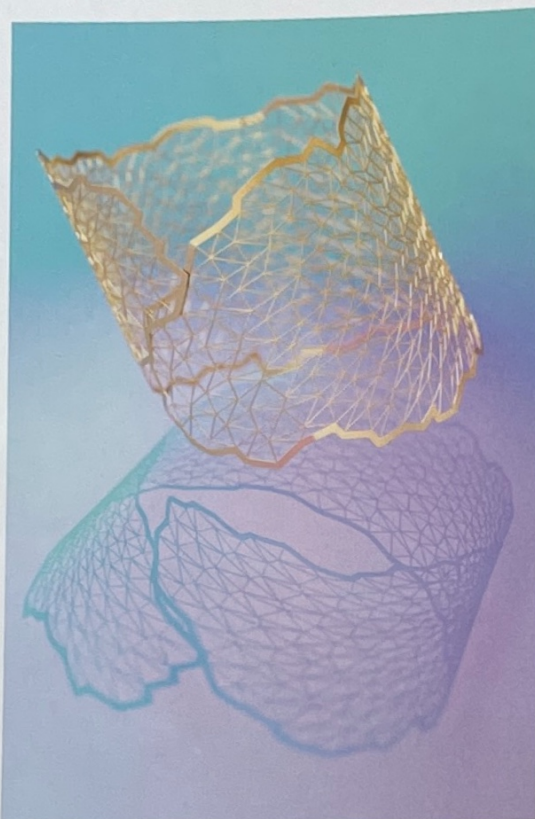
Zeitgemäßes Design, pure Form und höchste Qualität – das ist Niessing. Jedes Schmuckstück ist ein wertvolles Original aus Vreden. Welche Klassiker in diesem Jahr im Fokus stehen, erläutert Geschäftsführer Sandro Erl.

Was sind die Konzepte für 2022?

Sandro Erl: Wir setzen unsere Strategie der Konzentration konsequent fort. Starke Fachhandelspartner mit engem Bezug zur Marke Niessing und die Niessing Stores bieten das lokale Verkaufserlebnis. Das digitale Erleben der Marke im Internet, in den sozialen Medien, führt Menschen ins Geschäft. Wir wollen unsere Marke weiter pflegen, wie auch unsere Ikonen und wir entwickeln punktuell Innovationen.

Mit welchen neuen Kollektionen wollen Sie punkten?

Das Hauptaugenmerk liegt auf unseren Designklassikern. Sowohl die Schmucklinie „Colette C“ wie auch unsere Uhr „Niessing Radius 9“ werden wir im Markt noch präsenter darstellen. Mit der Erweiterung der Verlobungsring-Kollektion im Niessing-typischen Stil sprechen wir neue Konsumenten an. Die neuen Spannring-Highlights erreichen neue Sphären – sinnlich-minimalistisch mit einem Hauch Opulenz. Im Schmuckbereich lancieren wir mit „Topia Vision“ eine Innovation, die unserer Design- und



Handwerkskompetenz Ausdruck verleiht.

Was erwarten Sie vom laufenden Geschäftsjahr?

Für 2022 erwarten wir weiterhin Wachstum im Markenschmuck-Bereich und natürlich einen deutlichen Anstieg bei den Trauungen aufgrund des Nachholeffekts. Wir sind sehr positiv gestimmt.

Wie schauen Sie auf München?

Die Inhorgenta ist die führende Plattform für Schmuck im europäischen Raum. Der persönliche Austausch vor Ort in München lässt sich durch nichts ersetzen. Wir freuen uns riesig auf die Inhorgenta und ich hoffe, dass die internationale Bedeutung der Messe weiterwächst.

Filigrane Schönheit: der neue Armreif „Topia Vision“



„Niessing pflegt die Marke, seine Ikonen und entwickelt punktuell echte Innovationen.“

Sandro Erl, Geschäftsführer

→ Stand 104 / www.niessing.com