



Für Marion Knorr ist Nachhaltigkeit viel mehr als nur eine Werbestrategie.

Messen haben für Marion Knorr eine große Bedeutung. „Es gibt keine vergleichbare Plattform, auf der Einkäufer sich nicht nur bei einer Vielzahl an Firmen auf einem Fleck informieren, sondern die Produkte auch in die Hand nehmen und direkt vergleichen kann. Ohne Messe kann der Juwelier die

Trends nicht mehr so gut erspüren und für sein Geschäft ein individuelles, auf seine Kundschaft zugeschnittenes Sortiment zusammenstellen.“

Auch Marion Knorr merkte in den vergangenen Monaten ein verstärktes Interes-

## MARION KNORR ÜBER ÖKOLOGOLD UND NACHHALTIGE PRODUKTIONSMETHODEN

# „KONSUMENTEN SIND SENSIBILISIERT“

**HOCHWERTIG UND INDIVIDUELL.** Für Marion Knorr ist das die einzige Chance für den Fachhandel, sich gegen online zu positionieren. Auch deswegen war 2020 eine der besten Inhorgenta-Messen für die Trauring-Spezialistin.

se von Fachhandel und Konsumenten an hochwertiger Ware. „Deshalb hatten wir ja auf der Inhorgenta so großen Zuspruch. In meinen Augen ist das sowieso die einzige Chance für den Fachhandel, sich gegen Online-Shops zu positionieren: hochwertig und individuell.“

Sie ist überzeugt, dass Themen wie Nachhaltigkeit, Fairtrade oder „Made in Germany“ künftig bei Schmuck- und vor allem bei Trauringkunden eine noch größere Rolle spielen werden. „Wir arbeiten schon lange mit Ökogold und nachhaltigen Produktionsmethoden, haben das aber bisher nie groß erwähnt. Seit wir das kommunizieren, wird das vom Konsumenten sehr positiv aufgenommen. Hochwertig und nachhaltig sollte Hand-in-Hand gehen. Als Hersteller hat man auch eine Verantwortung der Umwelt gegenüber, das sollte nicht nur eine Werbestrategie sein. Besonders bei den Trauringen scheint es den Kunden sehr wichtig zu sein. Denn die meisten Kunden sind nun für dieses Thema sensibilisiert und möchten den ‚Ring der Liebe‘ nicht mit Ausbeutung und Umweltzerstörung im Zusammenhang sehen.“