



BASELWORLD 2008 bricht alle Rekorde

10.04.2008 - 16:00 Uhr, BASELWORLD / MCH Group

Basel (ots) - Erneut ein Rekordjahr: Die BASELWORLD 2008 schloss heute nach acht äusserst erfolgreichen Tagen ihre Tore. Die 2'087 ausstellenden Unternehmen aus 45 Nationen zeigten sich begeistert und haben die Rekordzahl von 106'800 Besuchern (+ 5%) aus der ganzen Welt empfangen. Die Weltmesse für Uhren und Schmuck hat damit die höchsten Erwartungen erfüllt. Auf der BASELWORLD 2008 zeigten in den vergangenen acht Tagen Uhren- und Schmuckproduzenten wie auch die Vertreter der Zulieferindustrie ihre exklusiven Weltneuheiten und hochwertigen Kollektionen in Basel. Eine Rekordzahl von 2'981 Journalisten (+ 8%) aus allen Kontinenten berichteten über die 36. Weltmesse für Uhren und Schmuck. Exzellente Geschäfte für die Aussteller

Höchste Zufriedenheit herrscht bei Messeschluss wie schon im Vorjahr bei den ausstellenden Unternehmen. Die während der BASELWORLD getätigten Geschäfte und Umsätze werden als sehr zufrieden stellend bezeichnet. Jacques J. Duchêne, der Präsident des Aussteller-Beirats, stellt fest: "2008 ist ein exzellenter Jahrgang. Wir haben sehr gut gearbeitet und sind äusserst zufrieden. Es hat sich gezeigt, dass hochwertige Prestige-Produkte stets auf grosse Nachfrage stossen. Die BASELWORLD ist und bleibt der Prestige-Anlass überhaupt der Uhren- und Schmuckindustrie." Auch für François Thiébaud, den Präsidenten des Komitees der Schweizer Aussteller, war die BASELWORLD 2008 ein grosser Erfolg: "Wer aufgrund der Meldungen aus der Wirtschaftswelt im Vorfeld der Messe Wolken am Himmel erwartet hat, sieht sich getäuscht: Im Gegensatz zur Kälte draussen hat in den Hallen die Sonne geschienen. Die Resultate sind exzellent. Das Jahr 2008 ist für uns nochmals deutlich besser als die Vorjahre." Jean-Claude Biver, CEO von Hublot, äussert sich nach Messeschluss wie folgt: "Es war fantastisch! Bei unseren Kunden herrscht grosser Enthusiasmus. Wir freuen uns über den ausserordentlichen Zulauf und das grosse Bestell-Volumen." Dies bestätigt Françoise Bezzola, International Communication Director von TAG Heuer: "Die Messe verlief für uns sehr gut. Das Auftragsvolumen übertrifft unsere Erwartungen bei weitem, trotz der wirtschaftlichen Lage. BASELWORLD ist zudem eine wichtige Kommunikationsplattform. Hier treffen wir die Medien aus aller Welt". BASELWORLD von strategischer Wichtigkeit Auch für Léonie Bochet, Sprecherin von De Grisogono, steht fest: "Es lief hervorragend. BASELWORLD ist aber nicht nur aus wirtschaftlicher Sicht sehr bedeutsam: Hier können wir unsere Marke entwickeln. In Basel treffen wir unsere wichtigsten Kunden und die internationalen Medien. Dies ist für die Entwicklung einer Marke entscheidend." Nicolas Beau, Directeur International Horlogerie von Chanel, bilanziert für seine Marke: "Dieser Anlass ist von strategischer Wichtigkeit: Wir haben eine exzellente Messe erlebt". Grosse Zufriedenheit auch bei Maurice Lacroix SA, wie Gabriela von Malaisé, International PR Manager, versichert: "Die diesjährige BASELWORLD war für Maurice Lacroix sehr erfolgreich. Die Feedbacks unserer Kunden und Partner sind äusserst positiv, und wir haben unsere Ziele erreicht. Diese Messe ist für unsere Marke alljährlich der wichtigste Anlass: Hier wollen wir die Beziehungen zu unseren Partnern stärken und unsere Neuheiten präsentieren." Céline Roques, International PR Manager von Chopard, unterstreicht dies wie folgt: "BASELWORLD ist für Chopard sehr wichtig: Es ist überhaupt die einzige Fachmesse des Jahres, an welcher wir teilnehmen. Es ist eine internationale Drehscheibe und ein sehr wichtiger Moment, um Kunden und Journalisten aus der ganzen Welt zu treffen". Auch im Schmuckbereich herrscht nach den acht Messetagen höchste Zufriedenheit. Christoph Wellendorff, Geschäftsführer von Wellendorff, äussert sich wie folgt: "Wir haben eine traumhafte BASELWORLD erlebt: Dies war die beste Messe, die wir je hatten. Wir werden unseren Weg konsequent weitergehen und unsere Messe-Aktivitäten auch in Zukunft ausschliesslich auf Basel konzentrieren". Diamant-Handel durch BASELWORLD gefördert Auf grösstes Interesse stiess bei den Besuchern auch die Hall of Elements, in der alle wichtigen Unternehmen des Edelstein- und Perlenhandels präsent waren. Basel wurde so während der BASELWORLD zum Zentrum des weltweiten Diamanten-, Edelstein- und Perlen-Handels. Für Marc David von David & Sohn ist die BASELWORLD die wichtigste Messe der Welt: "Im Diamantheil ist die BASELWORLD die Benchmark und zugleich Indikator für die Entwicklung der Preise. Wir haben eine hohe Kaufkraft und Kaufkraft festgestellt und sind mit der Besucherqualität und der Messe als Ganzes sehr zufrieden." Neue Präsentationsflächen erfolgreich lanciert Um der stets steigenden Nachfrage nach Flächen gerecht zu werden, wurden folgende konzeptionelle Neuerungen umgesetzt: Für Uhrenmarken stand erstmals die "Hall of Fascinations" im Gebäude 2 zur Verfügung. In der erweiterten "Hall of Visions" erhielten die Schmuckmarken im Prestigesegment eine Plattform der Spitzenklasse. Die neu eröffnete "Hall of Impressions" im Gebäude 3 ermöglichte weiteren Schmuckausstellern einen edlen Auftritt, und eine Auswahl an Uhren- und Schmuckmarken nutzte das neue "BASELWORLD Palace" direkt am Messeplatz für die exquisite Präsentation ihrer Produkte. Alle diese Neuerungen stiessen bei den Facheinkäufern auf grösstes Interesse und wurden rege besucht. Hohe Zufriedenheit auch bei den Besuchern Eine repräsentative Befragung der Messebesucher ergab eine hohe Zufriedenheit auf der Besucherseite. 97% der Befragten beurteilten die Weltmesse für Uhren und Schmuck gesamthaft als gut, sehr gut oder ausgezeichnet. Gar 72% der befragten Besucher bestätigten schon jetzt, die BASELWORLD auch im nächsten Jahr wieder zu besuchen. Rekordzahl von Journalisten Mit der Rekordzahl von 2'981 akkreditierten Journalisten (+ 8 % gegenüber dem Vorjahr) wird die Wichtigkeit der BASELWORLD für die gesamte Luxusgüterindustrie zusätzlich unterstrichen. Sämtliche wichtigen

Fachzeitschriften, hunderte von Lifestyle-Zeitschriften, Tageszeitungen und Online-Medien aus der ganzen Welt sowie unzählige Fernsehstationen berichteten in den vergangenen acht Tagen über die BASELWORLD und die in Basel vorgestellten Produkte und Neuheiten. BASELWORLD 2009 Die Weltmesse für Uhren und Schmuck BASELWORLD 2009 findet vom 26. März bis 2. April 2009 im Messezentrum Basel statt. BASELWORLD - Weltmesse für Uhren und Schmuck Termine: 2009: 26. März bis 2. April 2010: 4. März bis 11. März 2011: 24. März bis 31. März 2012: 29. März bis 5. April Ort: Messezentrum Basel Veranstalter: MCH Messe Schweiz (Basel) AG Internet: www.baselworld.com E-Mail: visitor@baselworld.com Besucher 2008: 106'800 Medienvertreter 2008: 2'981 Aussteller 2008: 2'087 Brutto Ausstellungsfläche: 160'000 m2 Netto Ausstellungsfläche: 116'100 m2 Bildmaterial zur BASELWORLD steht kostenlos als Download zur Verfügung unter:www.baselworld.com (Impressionen: Photos) Originaltext: BASELWORLD/MCH Messe Schweiz (Basel) AG Internet: www.presseportal.ch Kontakt: Bernard Keller Communication Manager Doris Scholl Media Relations Weltmesse für Uhren und Schmuck MCH Messe Schweiz (Basel) AG 4005 Basel BASELWORLD Press Service: Tel.: +41/58/206'22'64 Fax: +41/58/206'21'90 E-Mail: press@baselworld.com Internet: www.baselworld.com

Originaltext:

BASELWORLD / MCH Group

Dossier de presse:

<http://www.presseportal.ch/fr/pm/100003383/baselworld-mch-group>

Dossier de presse par RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_100003383.rss2