



BASELWORLD 2009 kurbelt Geschäfte der weltweiten Uhren- und Schmuckindustrie an

02.04.2009 - 16:14 Uhr, BASELWORLD / MCH Group

Basel (ots) - Die BASELWORLD 2009 schloss heute nach acht erfolgreichen Tagen ihre Tore und konnte auch in diesem Jahr ihre Rolle als international führende Leitmesse der Uhren- und Schmuckbranche bestätigen. Auf 160'000 m2 präsentierten 1'952 Aussteller aus 45 Ländern ihre aktuellen Trends und Neuheiten. Sowohl Aussteller wie Einkäufer äusserten sich sehr positiv über den Messe- und Geschäftsverlauf und sehen dank positiven Impulsen neue Perspektiven für die ganze Industrie. Auf der BASELWORLD 2009 zeigten in den vergangenen acht Tagen Uhren- und Schmuckproduzenten wie auch Vertreter der verwandten Branchen ihre exklusiven Weltneuheiten und hochwertigen Kollektionen. Einmal mehr konnte die BASELWORLD unter Beweis stellen, dass sie mit ihrer unvergleichlichen Ausstrahlung das absolute Highlight der Uhren- und Schmuckbranche ist und für alle Teilnehmer eine riesige Bedeutung hat. Zufriedene Aussteller

Die BASELWORLD bestätigte sich auch dieses Jahr als weltweit führende Businessplattform für die Uhren- und Schmuckindustrie. Mit entsprechenden Resultaten. Für François Thiébaud, Präsident des Schweizer Ausstellerrates, war die BASELWORLD 2009 ein voller Erfolg. "Wir konnten unsere Neuheiten den Einkäufern aus der ganzen Welt präsentieren und sind sehr zufrieden mit dem Verlauf der hervorragend organisierten Messe, die einmal mehr ihren Zauber zu entfalten vermochte", so sein Kommentar. Grosse Zufriedenheit ebenfalls bei Rolf Schnyder, Präsident von Ulysse Nardin: "Die Resultate der Ausgabe 2009 lagen weit über unseren Erwartungen. Einmal mehr war für uns die BASELWORLD der beste Ort, um uns mit den Fachhändlern auszutauschen und unsere neuesten Kollektionen zu präsentieren." Starke Präsenz von Medien und Handel Auch für Luc Perramond, CEO von Hermès, steht ausser Zweifel, dass die BASELWORLD 2009 viel positiver verlief, als im Vorfeld von vielen erwartet worden war: "Die Stimmung an der Messe war hervorragend. Wir durften eine starke Präsenz von Medien und Handel konstatieren, die unsere neue Kollektion hervorragend aufgenommen haben." Jean-Christophe Babin, CEO TAG Heuer unterstreicht dies wie folgt: "Während einer Woche haben wir in Basel die Aufmerksamkeit der Welpresse - und deren Vertreter waren 2009 wiederum alle da. So bot uns die BASELWORLD auch dieses Jahr eine ausgezeichnete Tribüne, auf der sich die gesamte Uhrenbranche zum entscheidenden Rendez-vous traf." BASELWORLD als Barometer für das restliche Jahr Die Freude von Rodolphe Schulthess, Verkaufsdirektor bei Breguet, einen guten Messeverlauf bilanzieren zu können, ist ebenfalls gross. Denn: "Die BASELWORLD hat für Breguet eine Riesenbedeutung." Dies bestätigt Karl-Friedrich Scheufele, Co-Präsident von Chopard: "BASELWORLD ist der Schlüsselmoment, das Barometer für den Rest des Jahres. In Basel realisieren wird einen Grossteil unserer Verkäufe und kommunizieren mit unseren Kunden und der Presse aus der ganzen Welt." Dies war für Chopard 2009 wiederum der Fall, "auch wenn wir", so Karl-Friedrich Scheufele, "bei einigen Kunden eine vorsichtige Zurückhaltung feststellen konnten." Eindeutig übertraffene Erwartungen Zufriedenheit nach Messeschluss auch im Bereich Schmuck. "BASELWORLD war eine positive Messe mit gutem Verlauf. Fast ausnahmslos alle wichtigsten Juweliere waren an unserem Stand", bilanziert Christoph Wellendorff, Managing Director von Wellendorff. Dies bestätigt Lisa Foo, Marketing Manager bei Pasquale Bruni. "BASELWORLD ist für uns extrem wichtig, da es die einzige Messe ist, die wir besuchen. Unsere zu Beginn zurückhaltenden Erwartungen wurden eindeutig übertraffen." Auch im Stein- und Diamantenhandel spricht man von übertraffenen Erwartungen. Markus P. Wild, Managing Direktor Paul Wild, konnte ein grosses Besucherinteresse ausmachen. Gemäss Chaim Pluczenik, CEO von The Pluczenik Diamond Company, "hat sich gezeigt, dass BASELWORLD auch in diesen schwierigen Zeiten der Anziehungspunkt für alle Entscheidungsträger der gesamten Branche ist." Stärkung der weltweiten Leaderposition Mit insgesamt 93'900 Besuchern aus der ganzen Welt konnte die BASELWORLD ihre weltweite Leaderposition stärken. Die Einkäufer zogen ein ebenfalls positives Fazit der BASELWORLD Ausgabe 2009. "Es gibt keinen vergleichbaren Event in der Schmuckindustrie, der das Potential der BASELWORLD mit ihrer ganzen Bandbreite aufweist", so Scott Martin, Chefeinkäufer von Saks Fifth Avenue, New York. "Für uns alle war die BASELWORLD auch dieses Jahr die Startrampe für den Rest des Jahres". Für Michael Tay, Executive Director The Hour Glass, Singapur steht fest: "BASELWORLD war auch dieses Jahr das Epizentrum der Uhrenindustrie. Ich konnte mir wie gewohnt einen hervorragenden Überblick über die in der Branche gerade aktuellen Themen verschaffen." Einkäufer fokussieren auf BASELWORLD Arif Ben Khadra, Besitzer von Levant, Dubai, bezeichnet die BASELWORLD schlicht als die bedeutendste Uhren- und Schmuckmesse. "Ihre Bedeutung wird alleine durch die Anzahl Aussteller, Einkäufer wie Medienvertreter unterstrichen, die auch dieses Jahr nach Basel gekommen sind. Wer in der Branche von Bedeutung ist, ist in Basel vertreten." Rajesh Gandhi, Besitzer von Choron Diamond, Russia, schätzt an der BASELWORLD besonders "die einmalige und angenehme Atmosphäre, die der Messe-Organisator auch dieses Jahr wiederum hervorragend inszeniert hat. Mit der riesengrossen Anzahl an Ausstellern aus 45 Ländern übertraf diese Uhren- und Schmuckmesse meine höchsten Erwartungen." Für Mehud Choksi, Managing Director of the Gitanjali Group, Indien schliesslich steht fest: "BASELWORLD ist die grösste, bedeutendste und wichtigste Messe der Welt zugleich. In guten wie in schlechten Zeiten können ich und meine Kollegen auf andere Messen verzichten, nicht aber auf die BASELWORLD." BASELWORLD als ein Must Die gute Atmosphäre und die Zufriedenheit der

Einkäufer kommt auch in der im Auftrag der BASELWORLD durchgeführten Umfrage zum Ausdruck: Wie bereits letztes Jahr bewerteten drei Viertel der Befragten die BASELWORLD 2009 insgesamt mit ausgezeichnet bis gut. Nochmals an Bedeutung hat dabei das Kriterium "BASELWORLD ist ein Must" gewonnen: Die hervorragende Beurteilung dieses Merkmals aus den Vorjahren konnte mit 78 Prozent im 2009 nochmals gesteigert werden. In sämtlichen Hallen wird das Angebot überdurchschnittlich positiv bewertet. Erhöhte Internationalität und starke Kundenbindung 68,1 Prozent der BASELWORLD Besucher kamen aus dem Ausland (gegenüber 63,6 Prozent im Jahr 2008). 71% der befragten Besucher bestätigten schon jetzt, die BASELWORLD auch im nächsten Jahr wieder zu besuchen; dies unterstreicht die starke Bindung an diese Messe. Bei den Hauptzielen des Besuchs der Uhren- und Schmuckmesse nannten die Befragten Marktübersichtsgewinnung, gefolgt von Networking, Kundenpflege sowie Neukundenkontakte und Informationsbeschaffung über Neuerungen und Neuheiten. Aufgrund der Weltwirtschaftskrise war die Ordertätigkeit geringer als im Vorjahr. Grosse Mediengruppe unterstreicht Bedeutung der Weltmesse Mit 2'973 akkreditierten Journalisten wird die Wichtigkeit der BASELWORLD für die gesamte Luxusgüterindustrie zusätzlich unterstrichen. Sämtliche wichtigen Fachzeitschriften, hunderte von Lifestyle-Zeitschriften, Tageszeitungen, Online-Medien sowie zahlreiche Fernsehstationen aus der ganzen Welt berichteten in den vergangenen acht Tagen über die BASELWORLD und die in Basel vorgestellten Produkte und Neuheiten. Neue Impulse kurbeln das Geschäft an Sylvie Ritter, Direktorin der BASELWORLD, zieht abschliessend ein äusserst positives Fazit: "Der Verlauf der BASELWORLD 2009 hat gezeigt, dass die Uhren- und Schmuckbranche der schwierigen Wirtschaftslage äusserst konstruktiv entgegentritt. Der BASELWORLD 2009 ist es gelungen, der Uhren- und Schmuckindustrie neue Impulse zu verleihen und so das Geschäft anzukurbeln." BASELWORLD 2010: 18. bis 25. März 2010 Die Weltmesse für Uhren und Schmuck BASELWORLD 2010 findet vom 18. bis 25. März in Basel statt. BASELWORLD - Weltmesse für Uhren und Schmuck Termine: 2010: 18. bis 25. März 2011: 24. bis 31. März Ort: Messezentrum Basel Veranstalter: MCH Messe Schweiz (Basel) AG Internet: www.baselworld.com E-Mail: visitor@baselworld.com Besucher 2009: 93'900 Medienvertreter 2009: 2'973 Aussteller 2009: 1'952 Standpersonal: 30'000 Brutto Ausstellungsfläche: 160'000 m2 Netto Ausstellungsfläche: 115'200 m2 Bildmaterial zur BASELWORLD steht kostenlos als Download zur Verfügung unter: www.baselworld.com (Medien Service: Pressebilder) Originaltext: BASELWORLD / MCH Messe Schweiz Internet: www.presseportal.ch Kontakt: Adrian Jeker Marketing and Communication Manager Doris Scholl Media Relations BASELWORLD - Weltmesse für Uhren und Schmuck MCH Messe Schweiz (Basel) AG CH-4005 Basel Press Service BASELWORLD 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