

BASELWORLD

MEDIENMITTEILUNG | 30. JULI 2018

BASELWORLD 2019 MIT ZAHLREICHEN NEUEN IDEEN UND FORMATEN

**Bedauern über Fernbleiben der Swatch Group –
Andere große Schweizer Uhrenmarken haben ihre Teilnahme bestätigt**

BASEL, SCHWEIZ, 30. JULI 2018 – Baselworld, die weltweit wichtigste Messe für Uhren, Schmuck und Edelsteine, kündigt für 2019 zahlreiche Innovationen an. Mit Bedauern reagiert man auf die Ankündigung der Swatch Group, der Baselworld 2019 fernzubleiben, widerspricht aber der in der NZZ vom gestrigen Sonntag publizierten Darstellung, die Aussteller seien über das neue Konzept nicht informiert worden.

René Kamm, CEO der MCH Group, sagt: „Wir bedauern die Entscheidung der Swatch Group außerordentlich. Die Absage kommt für uns umso überraschender, als sie uns zu einem Zeitpunkt ereilt, an dem ein neues Management mit neuem Team, neuem Esprit und mit vielen neuen Ideen antritt.“

Innovative Kommunikationsstrategie, Verbesserung des Hospitality-Konzepts

Auch Michel Loris-Melikoff, seit 1. Juli 2018 neuer Managing Director der Baselworld, bestätigt, dass 2019 die Transformation der Baselworld von einer Order- zu einer attraktiven Marketing-, Kommunikations- und Eventplattform mit Hochdruck vorangetrieben werde. Loris Melikoff: „Es werden zahlreiche neue Formate und Ideen präsentiert und implementiert.“ Das Geschehen wird auf die Halle 1 fokussiert. In der 1.0 Süd, die letztes Jahr nicht bespielt wurde, werden die Highlights aus Les Ateliers präsentiert, das Beste unabhängiger Uhrmacherkunst. In der Halle 1.1 entsteht mit „The Loop“ ein Areal, das eine Ausstellung zur Kunst der Uhrmacherei („Métiers des Horlogers“) vorhält. Ausstellern und Besuchern wird ein vielfältiges Cateringangebot von Take Away bis zur exklusiven 3-Sterne-Gastronomie angeboten. Die Gastronomieflächen rücken dabei von der Peripherie ins Zentrum des Geschehens. Ein weiteres Highlight wird die neue „Show Plaza“ in der Halle 1.2, in der künftig die besten Schmuckhersteller versammelt werden. Ein spektakulärer 240-Grad-Catwalk mit zahlreichen LED-Screens ermöglicht ganz neuartige Formen der Schmuckinszenierung. Loris Melikoff erklärt: „Diese Fläche wird auch für einen völlig veränderten Pressetag und einen erstmalig stattfindenden Retailer Summit genutzt.“

Weiter kündigt Loris-Melikoff intensive Gespräche mit der Basler Hotellerie und Gastronomie an, um hier konstruktive Lösungen zu erreichen. Ziel ist es, eine Charta mit Partnerhotels abzuschließen, die ein vernünftiges Preisniveau garantieren und im Gegenzug als Partnerhotels der Messe empfohlen werden.

BASELWORLD

Darüber wird eine neue Kommunikationsstrategie implementiert, die mit innovativen digitalen Formaten arbeitet und den Marken ganzjährig eine Bühne für ihre Produkte bietet. Der zur Ausgabe 2018 eingeführte ChatBot, der via Messaging Services alle relevanten Infos direkt auf das Mobiltelefon bringt, wird zum Beispiel um Services wie Ticketing und Navigation erweitert und für das asiatische Publikum auch auf WeChat ausgedehnt.

Neues Konzept wurde allen Gremien vorgestellt

Gleichzeitig widerspricht Loris-Melikoff der in der NZZ veröffentlichten Darstellung, das neue Konzept sei ohne Absprache mit den Ausstellern der Baselworld umgesetzt worden. Das Management der Baselworld trifft sich regelmäßig sowohl mit einem nationalen als auch mit einem internationalen Aussteller-Komitee. Bereits Anfang Mai wurde eine Ideensammlung dem Comité Consultatif, Ende Juni dann das Grobkonzept den Vertretern der Schweizer Aussteller präsentiert, am 4. Juli wurde es dem Comité Mondial vorgestellt. Bei beiden Comité-Sitzungen war ein hochrangiger Manager der Swatch Group anwesend. Loris-Melikoff: „Selbstverständlich habe ich dabei Inputs erhalten, die entsprechend aufgenommen wurden. All unsere Ideen entstehen in enger Abstimmung mit unseren Ausstellern.“

Die anderen großen Schweizer Uhrenmarken unterstützen neues Konzept

In allen drei Sitzungen gab es große Zustimmung zum Konzept. „Natürlich ist die Absage der Swatch Group für die Baselworld extrem bedauerlich. Dessen ungeachtet sind wir von unserem Konzept überzeugt und werden es gemeinsam mit den anderen Key Playern der Branche umsetzen“, sagt Loris-Melikoff.

Michel Loris-Melikoff betont, dass er davon ausgeht, dass die anderen großen Schweizer Uhrenmarken auch 2019 an der Baselworld teilnehmen werden. Trotz des Rückschlags, den die Absage der Swatch Group ohne Zweifel darstelle, sei er kämpferisch gestimmt und setzt alles daran, eine starke Baselworld 2019 zu realisieren. Loris-Melikoff: „Wir wollen die Messe 2019 möglichst attraktiv durchführen, in einem neuen Stil, mit einer neuen Denkart. Von daher hoffe ich, dass eine erfolgreiche Ausgabe 2019 der Baselworld die Swatch Group dazu bewegt, zukünftig wieder dabei zu sein. Persönlich würde ich mich sehr über ein Gespräch mit der Swatch Group freuen.“

Medienkontakt

Baselworld
Media Relations
Dr. Christian Jürgens
+41 58 206 22 64
agency@baselworld.com