



## BASELWORLD geht stabil aus der Krise

Vom 18. bis 25. März 2010 präsentieren in Basel an der BASELWORLD, der Weltmesse für Uhren und Schmuck, wieder rund 2'000 Unternehmen aus 45 Ländern ihre Neuheiten und Innovationen aus den Bereichen Uhren, Schmuck, Edelsteine und verwandten Branchen.

Interview mit Sylvie Ritter  
von Niggi Freundlieb



**Sylvie Ritter**

Alter 38  
Zivilstand verheiratet  
Erlerner Beruf Nationalökonomin  
Heutige Position Leiterin BASELWORLD  
Hobbies Musik, Lesen, Skifahren, Beruf

Gegen 100'000 Besucher aus allen Kontinenten und rund 3'000 Medienvertreter aus 70 Ländern werden die BASELWORLD besuchen, um auf 160'000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche die aktuellen Trends und die neuesten Kreationen aus der Uhren- und Schmuckbranche zu entdecken.

Bereits im Herbst 2009 konnte die Messeleitung mitteilen, dass alle renommierten Marken auch an der Ausgabe 2010 wieder präsent

sein werden und konstatierte mit Befriedigung, dass gerade in wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten die Weltmesse für Uhren und Schmuck aus einer Position der Stärke agieren kann, weil immer mehr Aussteller sich auf eine alleinige Messeteilnahme in Basel konzentrieren und anderen Veranstaltungsorten eine Absage erteilen. Besonders im Rampenlicht der BASELWORLD stehen erneut die Diamanten. Der Sektor der Diamanten und Edelsteine gewinnt neben den Bereichen Uhren und Schmuck wei-

ter an Bedeutung. Auf Seiten der Aussteller präsentieren sich in Basel die weltweit führenden Diamanten-Händler:

Über 200 Unternehmen sind an der Weltmesse für Uhren und Schmuck als Diamanten-Anbieter aufgeführt. Auf der Käuferseite haben, neben den Besuchern aus aller Welt, die ausstellenden Uhren- und Schmuckmarken grösste Bedeutung für die Nachfrage nach Diamanten.

**«Geschäftsführer»:** Wie wird sich die BASELWORLD Ausgabe 2010 in einem nach wie vor schwierigen wirtschaftlichen Umfeld präsentieren?

**Sylvie Ritter:** Die Diamanten- und Edelsteinbranche, die ja das Rohmaterial für Uhren und Schmuck liefert, leidet natürlich auch unter der Krise. Und weil die Nachfrage in diesen Sektoren gefallen ist, spüren das die Zulieferer weltweit stark. Ich kann allerdings mit Befriedigung feststellen, dass die BASELWORLD gestärkt aus dieser Krise hervorgegangen ist und die Zahl der Aussteller identisch mit der vom Vorjahr ist. Zahlreiche Marken konzentrieren sich auf eine Teilnahme an der BASELWORLD als Branchen-Highlight und verzichten auf jegliche andere Messebeteiligungen. Besonders in wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten müssen Marketing-Etats optimal eingesetzt werden. Dies ist nur in Basel möglich, denn hier ist die Qualität der Fachbesucher und Einkäufer einzigartig hoch. Die BASELWORLD ist und bleibt der wichtigste Meeting-Point der Branche.

**Was hat die BASELWORLD richtig gemacht, dass ihre Situation trotz der Krise stabil geblieben ist, ja sogar ihre Stellung als wichtigste Messe der Branche ausgebaut hat?**

Wir haben seit Jahren sichergestellt, dass sich alle unsere Aussteller stets in einem hochwertigen Umfeld präsentieren können. Eine übersichtliche und konsequent umgesetzte Sektorsierung der Messe wertet den Anlass ebenso auf, wie das aufwendige Dekorationskonzept, welches für eine erstklassige Ambiance in den Hallen sorgt. Die BASELWORLD wird gerade auch in schwierigen Zeiten von einer weltweiten Promotions-Kampagne begleitet, welche die Wichtigkeit der Messe unterstreicht und den Ansprüchen unserer Aussteller gerecht wird.

**Können Sie noch ein bisschen konkreter schildern, welche Anstrengungen Sie unternehmen, damit die BASELWORLD dort positioniert bleibt, wo sie heute ist?**

Es geht darum, die Bedürfnisse der Aussteller für die Zukunft frühzeitig zu erkennen. In diesem Zusammenhang sind natürlich auch die Investitionen zu sehen, die die Messe als Unternehmen in den geplanten Neubau steckt. Dem neuen Messezentrum Basel liegt eine Strategie zugrunde, die nach vorne gerichtet ist, denn nur so lässt es sich im internationalen Konzert mitspielen. Und dass sich diese Strategie bewährt, zeigt ja der Status der BASELWORLD. Konkret müssen wir natürlich permanent den Markt und die Unternehmen beobachten, damit wir frühzeitig erkennen, wohin die Trends gehen. Das Messekonzept wird laufend diesen Entwicklungen angepasst, denn die BASELWORLD muss jährlich neu den Weltmarkt der Uhren- und Schmuck-Industrie abbilden. Wir pflegen einen ständigen Kontakt und eine enge Zusammenarbeit mit unseren Ausstellern, damit weiterhin sichergestellt ist, dass die BASELWORLD die einzige weltweit wirkende Plattform darstellt. Es braucht die enge Zusammenarbeit mit den Kunden, damit wir auch den richtigen Weg zusammen mit ihnen einschlagen. Wir können nur erfolgreich sein, wenn unsere Kunden erfolgreich sind. Deshalb suchen wir längerfristige Bindungen mit Ausstellern, Besuchern aber auch den Medien. Ganz wichtig sind die persönlichen Beziehungen zu den Kunden, seien es grosse Weltfirmen oder kleine Designerunternehmen, denn nur so können wir ihre unterschiedlichen Wünsche erfüllen und auch auf verschiedene Mentalitäten eingehen. Für uns als Team ist dies eine grosse Herausforderung.

**Können Sie schon Neuigkeiten verraten, die an der diesjährigen BASELWORLD zu sehen sind?**

[lacht] Das darf ich natürlich nicht, aber ich kann Ihnen versichern, dass auch an der BASELWORLD 2010 viele Neuheiten präsentiert werden. Die Branche ist äusserst innovativ, man entwickelt neue Werke, nutzt neue Technologien, wie zum Beispiel die Solarenergie, und ist sehr kreativ im Designbereich. Es ist eine faszinierende Dynamik in der Bran-

che. Hut ab, es ist nicht selbstverständlich, dass in einem Moment, wo der Umsatz einer ganzen Branche zurückgeht, trotzdem weiter in die Zukunft investiert wird.

**Zu Ihnen persönlich, wie wird «frau» Leiterin der BASELWORLD?**

Ich habe vor 15 Jahren bei der Messe angefangen und habe mich damals damit befasst, ob die Uhren- und Schmuckmesse aus der Stadt ausgelagert werden sollte. Damals wurde mir klar, dass die Messe unbedingt ins Herz von Basel gehört. Als dann dieser Entscheid gefällt wurde, habe ich die Leitung «Schmuck» übernommen, dann die Länderpavillons und 2003 wurde ich mit der Gesamtleitung der Messe betraut.

**Wie würden Sie Ihren eigenen Führungsstil charakterisieren?**

Ich bin zwar ein Teamplayer, aber bei einem solch grossen Projekt wie der BASELWORLD braucht es für die Mitarbeiter klare Vorgaben, denn bei einer nur einmal pro Jahr durchgeführten Messe kann man sich keine Fehler leisten. Unser Team besteht aus Menschen, die alle mit optimalem Einsatz und Können bei der Sache sind, aber auch Spass an der Arbeit haben. Ich kann glücklicherweise viel delegieren, denn ich habe grosses Vertrauen in die Mitarbeitenden. So kann ich mich auf meine Hauptaufgaben konzentrieren.

### BASELWORLD 2010 - Weltmesse für Uhren und Schmuck

**Datum:** 18. bis 25. März 2010  
**Ort:** Messe Basel  
**Öffnungszeiten:** Täglich von 9 - 18 Uhr  
**Eintritt:**  
Tageskarte CHF 45.00  
Studierende CHF 30.00  
Dauerkarte CHF 120.00  
**Veranstalter:** MCH Messe Schweiz (Basel) AG

[www.baselworld.com](http://www.baselworld.com)  
[visitor@baselworld.com](mailto:visitor@baselworld.com)

