

Köln, 27. März 2018

Die **Baselworld** 2018 hat aus Sicht des Handels ihre Aufgabe als Kommunikationsplattform für die Branche erfüllt. So das Fazit des Handelsverband Juweliere (BVJ) am letzten Messetag der internationalen Uhren- und Schmuckmesse in Basel. *„Die deutschen Juweliere waren in Basel und haben die Chance zur Kommunikation mit den Repräsentanten der internationalen Marken genutzt“,* so BVJ-Geschäftsführer **Joachim Dünkemann**. *„Für die wichtigen Einkäufer der Branche hat auch in diesem Jahr kein Weg an der Baselworld vorbeigeführt. Gerade mit der rasanten Digitalisierung wächst die Bedeutung von persönlichem Dialog und offener Diskussion mit den Lieferanten über Online- und Marketing-Strategien.“*

Neben dem internen Dialog der Marktpartner ist die medienübergreifende Kommunikationsarbeit rund um die Messe von zentraler Bedeutung für die Branche, so der Kölner Verband. **Dünkemann**: *„Die Berichterstattung in Print, Fernsehen und Online über Uhren und Schmuck ist eine wichtige Kommunikationsleistung der Baselworld, die Bedarf weckt und den Markt stimuliert. Bei allen Berichten über konzentrierte Ausstellung und komprimierte Laufzeit der Messe stehen in den Medien die Emotionalität der Produkte und die Neuheiten bei Uhren und Schmuck im Mittelpunkt. Das freut uns und hilft der ganzen Branche.“*

Der **Bundesverband der Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V. (BVJ)** ist die berufspolitische und fachliche Interessenvertretung des Fachhandels der Branche in Deutschland. Der Verband vertritt die Interessen von über 9.000 Einzelhandelsunternehmen. Der BVJ gehört zum Fachbereich Technik der Einzelhandelsorganisation und ist dem Handelsverband Deutschland (HDE) angeschlossen.

Weitere Informationen bei:

**Bundesverband der Juweliere,
Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V. (BVJ)**
Joachim Dünkemann (Geschäftsführer) Tel. 02 21 / 2 71 66 – 0
bvj@einzelhandel-ev.de

PRESEMITTEILUNG