

EDITORIAL

Kommen wieder gute Zeiten?



BRITTA BIRON

Nimmt man große Messen als Indikatoren für die Befindlichkeit einer Branche, zeigt sich für den Luxusuhren-Markt ein indifferentes Bild. Die Baselworld geht heuer deutlich abgespeckt über die Bühne, der feinere Salon International de la Haute Horlogerie (SIHH) im Jänner hatte dagegen zugelegt.

Die Jahresanalyse von Bain & Co weist für den gesamten Luxusmarkt wieder ein schönes Plus aus, und dass die Nachfrage nach hochwertigen Zeitmessern wieder wächst, zeigt ein Blick in die Statistik des Verbandes der Schweizer Uhrenindustrie: Zwar ging das Exportvolumen auf 24,3 Mio. Stück um 4,3% zurück, wertmäßig konnte mit knapp 20 Mrd. CHF aber ein Plus von 2,9% erzielt werden. Und das heurige Jahr hat ebenfalls erfreulich begonnen: 1,9 Mio. exportierte Uhren im Jänner (+2,5%) im Wert von 1,53 Mio. CHF (+11,8%), wobei der Zuwachs ausschließlich aus dem Premium- und Luxussegment kommt.

Entspannt zurücklehnen können sich die Hersteller natürlich trotzdem nicht. Die Zeiten werden härter und die Strategien, mit denen sie den Herausforderungen begegnen, sind unterschiedlich und decken eine breite Palette von Kundenwünschen ab – als da wären Personalisierung, Ausbau des Einstiegersortiments, eCommerce usw.

Die Zeit der Armbanduhr, die vor 100 Jahren nach Ende des Ersten Weltkriegs begann, ist noch nicht abgelaufen.

TOP 10



© Omega

ALLTIME HEROES

Das Onlineportal Chronext hat anhand der Verkäufe von 2017 eine Hitliste der beliebtesten Modelle erstellt.

Modell	Marke
1. Seamaster 300	Omega
2. Speedmaster Moonwatch Professional	Omega
3. Submariner Date	Rolex
4. GMT-Master II	Rolex
5. Avenger Blackbird 44	Breitling
6. Portugieser	IWC
7. Explorer II	Rolex
8. Pilot's Watch Chronograph	IWC
9. Avenger II Seawolf	Breitling
10. Sea-Dweller Deepsea	Rolex

Quelle: chronext.com



© Baume & Mercier



© Panerai

Präzision, Ästhetik und robuste Technik zu einem erschwinglichen Preis, mit diesem Prinzip reagieren Hersteller wie Baume & Mercier, Panerai oder Vacheron Constantin darauf, dass Uhrenfreunden das Geld nicht mehr so locker in der Tasche sitzt.



© Vacheron Constantin



© Wempe



„Der heimische Käufer rückt wieder stärker in den Fokus der Uhrenhersteller, und deren Devise lautet: Mehr Uhr für's gleiche Geld.“

PHILIPP PELZ  
GESCHÄFTSFÜHRER  
WEMPE ÖSTERREICH

Schmucke Trendwende

Gastkommentar Hochwertige Uhren punkten mit Design, Technik und erschwinglichen Preisen.

PHILIPP PELZ

Wien. Auch wenn das Jahr noch relativ jung ist und die Baselworld gerade erst begonnen hat, lassen die Eindrücke vom Genfer Uhrensalon SIHH und der Schmuck-Messe in Vicenza bereits einige aktuelle Trends erkennen.

Frei nach dem olympischen Motto, schien jenes der Uhrenbranche in den vergangenen Jahren „größer, verrückter und teurer“ gelaundet zu haben. Das funktionierte ganz gut, solange eine wachsende Einkaufsarmada aus China fast gänzlich ohne Rücksicht auf Preise die Lager der Juweliere leerfegte. Nach diversen Ordnungsrufen der chinesischen Regierung nach einer Eindämmung zweckgewidmeter Aufmerksamkeiten wird der heimische Kunde wieder in den ihm zustehenden Fokus gerückt. Dies erfolgt meist nach der Devise: Mehr Wert für das gleiche Geld!

Manufaktur statt Großserie

Ziehen wir als Beispiel Panerai heran: Die Großmeister des Stils präsentierten mit der Luminor Logo Base eigentlich nichts Neues; der Inhalt allerdings wurde deutlich aufgewertet. Wo bisher ein

Großserienwerk von ETA verlässlich seinen Dienst versah, schlägt nun ein Manufakturkaliber mit drei Tagen Gangreserve. All dies zum selben Preis wie bisher. In eine ähnliche Richtung zieht es eine Schwesternmarke aus dem Richemont-Konzern, Baume & Mercier.

Dort reanimierte man mit der Clifton Baumatic einen bekannten Produktnamen aus der Firmenhistorie. Das hier verwendete Werk strotzt nur so vor uhrmacherischen Feinheiten. Zum Cuvée der Eigenschaften zählen Werkstoffe wie Silizium, eine Gangautonomie von fünf Tagen und eine sehr hohe Resistenz gegenüber Magnetfeldern. Neben dem attraktiven Erscheinungsbild gefällt auch der Preis, den Experten sicher viel höher als bei 2.450 € für das Einstiegsmodell ansiedeln würden.

Siegel muss nicht sein

Doch auch in der Championsleague der Uhrmacherei hat man die Zeichen der Zeit erkannt. Vacheron Constantin etwa, die älteste Manufaktur der Welt, erfreute in Genf Einkäufer und Pressevertreter aus aller Welt mit der neuen Fiftysix-Kollektion.

In diesem Club der Traditionalisten wird selten Stahl als adäquater Werkstoff für die Gehäuse angesehen; mit diesem ungeschriebenen Gesetz hat man jetzt gebrochen und traut sich auch werkseitig einiges.

So adelt man viele der exquisiten Uhrwerke mit dem heiligen Gral der Haute Horlogerie, dem „Genfer Siegel“. Ähnlich fein verarbeitet erfreuen uns manche Werke der Fiftysix-Linie, die aber – von der preislichen Last des Siegels befreit – nun deutlich günstiger daherkommen.

Die jungen Wilden der obersten Leistungsklasse verfahren nach einem ähnlichen Plan. Roger Dubuis verzichtet bei Modellen der Excalibur-Linie ebenfalls auf das prestigeträchtige, aber teure Siegel, wie etwa bei den neuen, sehr attraktiven Chronografen mit 41 mm Durchmesser.

Gleich im Anschluss an den SIHH suchen Juweliere gern den Weg über die Alpen, direkt nach Italien. Dort hat sich im Laufe der Jahre eine der führenden Schmuckmessen Europas etabliert, die Vicenza Oro.

Lustwandelt man durch die Gänge der Ausstellungshallen, wird das Auge mit einer Vielzahl

an Farbschattierungen erfreut. Pastellfarben sieht man immer noch, doch es darf auch wieder etwas kräftiger sein, etwa mit Klassikern wie blauen Safiren oder roten Rubinen, die so etwas wie ein Comeback erleben.

Schmuck wird bunter

Versuchen sich manche Uhrenmarken wieder in Gelbgold, so dominieren bei den Schmuckherstellern immer noch Rosé- und Weißgold. Letzteres wird übrigens auch wieder vermehrt für großen Diamantschmuck verwendet und löst die Rosétöne ab.

Diamanten in jeder Form erfreuen sich als Investitionsobjekt überhaupt einer erhöhten Nachfrage, schätzen Kunden doch ihre Wertstabilität.

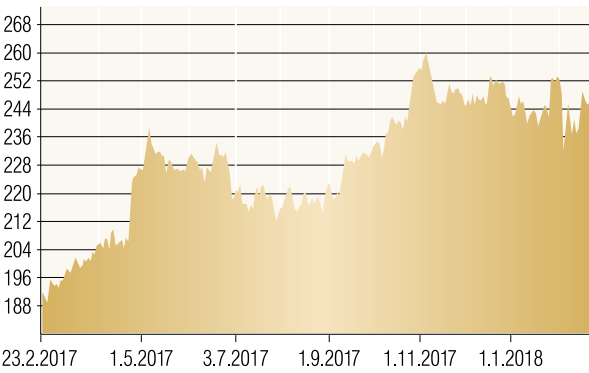
Die Freude der Trägerin sorgt gar für eine erhebliche Wertsteigerung der Pretiosen, und sei es bloß auf emotionaler Ebene.

ZUR PERSON

Philipp Pelz leitet seit 2006 die 1991 eröffnete Wiener Niederlassung des deutschen Schmuckunternehmens Wempe.

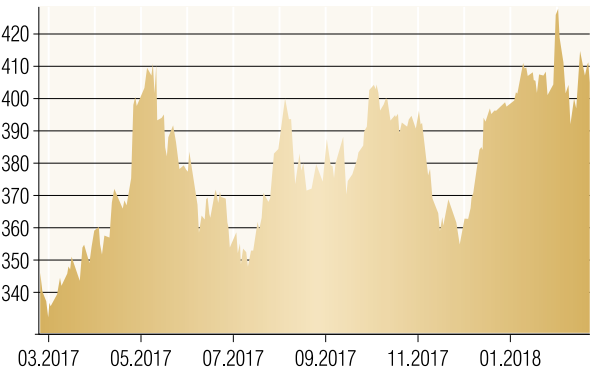
www.wempe.at

LVMH S.A.



Nach der Kurskorrektur an den Börsen haben LVMH und Swatch nachgegeben. Für die Société Générale ist LVMH ein „Kauf“, das Kursziel lautet 281 €. Swatch dagegen hat Gegenwind: Apple hat im Weihnachtsquartal 2017 offenbar acht Mio. Smartwatches verkauft.

THE SWATCH GROUP



NACH KAUFRAUSCH

Weihnachten ist vorbei, das nächste Fest kommt bestimmt. Den Dämpfer im Luxusbereich definitiv abhaken können LVMH und die Swatch Group: Der weltgrößte Luxusgüterkonzern LVMH S.A. (ISIN: FR0000121014) steigerte 2017 den Gewinn um 29% auf 5,1 Mrd. €; der Umsatz legte um 13 Prozent zu. Der Schweizer Uhrenmulti Swatch (ISIN: CH0012255151, Inhaber) wiederum spürte rege Nachfrage in Fern- und Nah-Ost und sah nach Jahren sinkender Erträge ebenfalls ein schönes Plus: 652,94 Mio. € Gewinn (+27,3%).