

# Secondhand-Uhren sind für immer mehr Käufer die erste Wahl

Die Spekulationsblase am Sekundärmarkt ist geplatzt, die Preise wieder auf normalem Niveau, und der Markt wächst weiter.

EVA WINTERER  
BRITTA BIRON

**Wien/Zug/Luzern.** In den vergangenen Monaten wurde in der Uhren-Community häufig darüber spekuliert, ob die guten Zeiten für die edlen Zeitmesser vorbei sind. Das kräftige Wachstum der Exportzahlen der Schweizer Uhrenhersteller hatte sich im vergangenen Jahr eingebremst, und im heurigen Februar musste die erfolgsverwöhnte Branche zum ersten Mal seit zwei Jahren sogar einen Umsatzrückgang – minus 3,8% auf 2,05 Mrd. CHF – hinnehmen. Und am Sekundärmarkt gingen die Preise seit März 2022 zum Teil drastisch nach unten. Mit 144,922 USD lag etwa – so die Daten von New Bond Street Pawnbroker – der Durchschnittspreis einer Patek Philippe 2023 um 14% niedriger als 2022. Und selbst Rolex-Uhren wurden billiger, im Schnitt um 26.178 USD (–8%).

### Schluss mit Hype ...

Aber eine Momentaufnahme liefert nicht das ganze Bild – betrachtet man die Entwicklung über einen Zeitraum vom fünf bis zehn Jahren, zeigt sich das Gegenteil einer Krise. Der ungesunde Hype ist vorbei, die Blase geplatzt, die Spekulanten und Glücksritter haben den Markt für Certified Pre-owned (CPO) verlassen, Experten sehen diese Entwicklung positiv.

„Die Preisausreißer der vergangenen Jahre waren schon speziell – man kann sagen, es war eine Ausnahmesituation. In den 30 Jahren meiner Geschäftstätigkeit habe ich noch nie etwas in dieser Form erlebt“, so Michael Gunczy, Inhaber der Uhrmacherei, einem kleinen feinen Fachgeschäft in der Wiener Innenstadt. Die Preise liegen wieder – wie im Handel mit gebrauchten Luxusartikeln üblich – etwas unter dem der Neuware.

„Jetzt geht es wieder um Wertbeständigkeit und ein Investment, an dem man Freude hat, wenn man es trägt“, ist auch Nina-Despina Macourek, Uhrmachermeisterin und CPO-Manager Austria bei Bucherer, froh darüber, dass im Handel mit Secondhand-Uhren wieder Normalität eingekehrt ist. Der ungesunde Spekulationshype hatte ihrer Meinung nach aber auch einen positiven Effekt: „Er hat das Interesse am Markt geweckt und den Bekanntheitsgrad erhöht. Die vielen Zei-



Typisch Mann, typisch Frau ist passé: Ursprünglich klar für den männlichen Träger geschaffene Modelle, wie die Navitimer von Breitling, gewinnen immer mehr weibliche Fans.

tungsberichte über den Boom in der Branche waren ein Werbeeffekt.“

„Der Uhrenmarkt hat sich sehr verändert“, weiß Reinhold Frey, Gesellschafter der Wiener Timelounge und seit mehr als 45 Jahren in der Branche tätig. „Erst in den 1980er- und 1990er-Jahren stieg das Interesse durch geschickte Marketingmaßnahmen. Bis dahin galt eine Armbanduhr als nicht sammelwürdig.“

„Der Hype hatte auch etwas Gutes, da er das Interesse geweckt und den Bekanntheitsgrad erhöht hat.“

NINA-DESPINA MACOUREK, BUCHERER

etwas Neues, ich gebe es weiter, ich kauf mir etwas anderes. Das heißt, wenn der Uhrenmarkt und die Marken das Potenzial richtig nutzen, dann könnte man quasi jeden einzelnen Uhrenträger bespielen.“ Daraus leitet sich eine grundlegende Frage ab: Was macht die Faszination von Gebrauchtuhren aus?

Die Experten sind sich darin einig, dass emotionale Faktoren eine wichtige Rolle spielen.

### ... und Spekulation

„Viele Menschen werden zeitbewusster. Sie wollen die aktuelle Schnelllebigkeit mit beständigen Werten, die eine Geschichte erzählen, überbrücken“, meint Julien Rossier, Österreich-Geschäftsführer von Bucherer. „Eine Uhr zeigt nicht nur die Zeit an. Sie hat eine Seele und diese Seele wird weitergegeben. Es geht um mehr als pre-owned, es geht um pre-loved.“

Natürlich geht die Faszination für Uhren über die emotionale Bindung hinaus. Es ist die Leiden-

schaft für die handwerkliche und technologische Präzisionsarbeit, die Sammlerleidenschaft für einzigartige Modelle, und natürlich zählt auch der Faktor Wertbeständigkeit.

Gunczy sieht über die emotionale Bindung hinaus zwei weitere Hauptmotive: „Neben dem Preisvorteil gebrauchter Uhren gegenüber neuen Uhren leisten sich Käufer nun jene Uhren, die sie sich vor etwa 20 Jahren noch nicht leisten konnten.“

„Die Preisausreißer der vergangenen Jahre waren schon speziell – eine Ausnahmesituation.“

MICHAEL GUNCZY, UHRMACHEREI

domäne, aber die Frauen holen auf. So prognostiziert etwa die Schweizer Privatbank Vontobel, dass der wirtschaftliche Aufstieg von Frauen zu mehr Luxuskäufen von Schmuck und Uhren führen wird; Vontobel beschreibt diese Entwicklung mit dem Begriff „Womensomics“. Die verstärkte „Ich kann mir selbst Blumen kaufen“-Mentalität zeigt sich beim Uhrenkauf. Zwei Drittel der Frauen, so eine Deloitte-Studie zum Uhrenmarkt aus dem Herbst 2023, kaufen Uhren für sich selbst.

„Es ist schon spannend, zu sehen, dass, sobald Uhrenmarken Frauen als Marketing-Testimonials einsetzen, sich sehr viel mehr Frauen für die Produkte interessieren“, so Knop.

Michael Gunczy unterstreicht: „Es ist gar nicht so einfach, das richtige Angebot zu haben, da gebrauchte Damenuhren im Verhältnis viel weniger angeboten werden.“ Das führt er darauf zurück, dass Frauen eher „Behalterinnen“ sind. Die Chronext-Managerin



Julien Rossier, Österreich-Geschäftsführer von Bucherer.



Weibliche Testimonials, wie Charlize Theron für Breitling, sorgen für Interesse.

Knop betont einen weiteren Unterschied: „Pre-owned-Kunden sind unglaublich vorinformiert – speziell Frauen. Wir sehen einen großen Unterschied im Such- und Kaufverhalten. Frauen haben auf der Homepage viel Recherche betrieben. Im Gegensatz dazu kommt der männliche Kunde mit einer sehr genauen Vorstellung, vergleicht die Preise und entscheidet sich deutlich schneller.“

### Die Ära der Frauen

Gunczy sieht einen weiteren Geschlechterunterschied: „Frauen geht es stärker darum, etwas Besonderes zu finden.“

Zwar ist der Uhrenmarkt – ob neu oder gebraucht – eine Männer-



Frederike Knop, Managing Director und Chief Operating Officer von Chronext.