

Alt ist bald gefragter als neu

Der Handel mit alten und gebrauchten Luxusuhren boomt. Dies ist nicht zuletzt den verschiedenen Online-Uhrenplattformen zu verdanken, die Transparenz in den Markt gebracht haben.



Auch bei den Pre-owned-Uhren punkten Patek Philippe und Rolex, vor Omega, Audemars Piguet oder Richard Mille.

PIERRE-ANDRÉ SCHMITT

Uwe Vischer, Leiter der Uhrenauctionen beim Traditionshaus Koller in Zürich, erlebt manchmal Szenen der eher speziellen Art. Zum Beispiel kommt es vor, dass Uhrensammler mit einem Geigerzähler ins Geschäft an die Hardturmstrasse kommen. Der Grund: Als Leuchtmittel für Zahlen und Zeiger auf den Zifferblättern einer Uhr wurde früher bekanntlich Radium mit radioaktiver Strahlung verwendet – und genau diese wollen die Sammler mit dem Geigerzähler messen. Nicht etwa, weil sie Angst davor haben. Sie befürchten vielmehr, dass die von ihnen begehrte Uhr nicht mehr strahlt. Denn das könnte ein Hinweis darauf sein, dass das Zifferblatt aufgefrischt oder ausgetauscht wurde – und die Uhr damit an Wert verloren hätte.

Hintergrund solcher Akribie ist ein Markt, der boomt wie noch nie – die Preise für alte Klassiker steigen und steigen. Allerdings, das stellt Uwe Vischer ebenfalls fest, sind im Gleichakt die Ansprüche der Sammler und Uhrenfreunde gewachsen: «Man schaut immer genauer hin.» Denn für den Preis ausschlaggebend seien neben Seltenheit und Begehrlichkeit vor allem ein möglichst originaler Zustand. Nicht selten müsse daher auch das Werk entnommen und das Zifferblatt einer Uhr abmontiert werden, damit ein potenzieller Käufer die Innereien im Detail begutachten könne.

Schnell wachsender Markt

Vischer steht für einen Teil des Marktes mit alten und gebrauchten Uhren, aber

längst nicht für den ganzen. Die Branche reicht von neuen Online-Plattformen bis zu leicht angestaubten Uhrenbörsen, von edlen Geschäften an bester Adresse bis zu Hobbyhändlern um die Ecke, von renommierten Auktionshäusern bis zu einzelnen Uhrenmarken, die das Geschäft mit Partnern selber in die Hand nehmen. Bei allen Unterschieden haben die Akteure eines gemeinsam: Sie agieren in einem boomenden Markt.

Bei der Internet-Plattform Watchfinder, die zum Richemont-Konzern gehört, zitiert der Schweiz-Chef Edouard Guibert dazu gerne eine Studie der Boston Consulting Group. Laut dieser ist der Markt für gebrauchte Luxusgüter – gemeint sind in erster Linie Uhren und Schmuck – weltweit etwa 21 Milliarden Euro schwer. Und er wachse jährlich um rund 8 Prozent, schneller also als die Luxusbranche insgesamt. McKinsey geht von einem Wachstum von 8 bis 10 Prozent aus, bis 2025 wird ein Umsatz von 29 bis 32 Milliarden Dollar prognostiziert. Der Markt für neue Uhren werde sich hingegen mit einem Wachstumsplus von 1 bis 3 Prozent begnügen müssen.

Solche Entwicklungen beobachtet staunend auch ein Mann, der die Branche so gut wie nur wenige kennt: «Seit 20 Jahren denken wir, es werde mit den steigenden Preisen für gewisse Klassiker bald einmal vorbei sein», sagt René Beyer, Patron und Besitzer der Chronometrie Beyer an der Zürcher Bahnhofstrasse, «aber es geht immer nur in eine Richtung – hinauf.»

Beyer schätzt, dass das Potenzial des Marktes für Pre-owned-Uhren fünf- bis zehnmal grösser ist als der Markt für

neue Uhren. Denn es gehe hier nicht nur um die Uhrenproduktion eines Jahres, sondern um die gesamte historische Produktion gewisser Marken. Gefragt seien vor allem Stücke von Patek Philippe und Rolex, und bei solchen Marken könne man davon ausgehen, dass 90 Prozent der gesamten Produktion noch vorhanden seien. «Diese Uhren werden heute oft aus dem Safe oder einer Schublade genommen und kommen auf den Markt», sagt Beyer.

Umtauschprogramme

Und sie sind gesucht. Würde man die Pre-owned-Uhr als eine eigene Marke sehen, käme diese bei Beyer umsatzmässig an dritter oder vierter Stelle. Nebenbei: Das Geschäft hatte René Beyers Vater angeschoben, seit 1964 gibt es dafür eine eigene Abteilung, und drei der zehn Uhrmacher bei Beyer sind nur mit dem Service und der Restaurierung von Vintage-Uhren beschäftigt.

Antrieb für die damalige Pioniertat war die Sammlerleidenschaft des Vaters Theodore «Teddy» Beyer. Er hatte realisiert, dass andere Sammler sich nur ungern gegen Geld von gewissen Uhren trennten, die er ihnen abkaufen wollte. Winkte als Bezahlung hingegen eine seltene Uhr, die der Sammler schon lange unbedingt wollte, konnte ein Tausch oft einfach eingefädelt werden.

Trading nennt man das heute – ein neuer Mega-Trend. Patrik Hoffmann, Direktor der Schweizer Tochtergesellschaft des Anbieters Watchbox, sieht da eine eigentliche Umwälzung: «Es geht um das fehlende Glied zwischen dem ersten und

dem zweiten Markt, zwischen der neuen Uhr und der gebrauchten Uhr.»

Genauso sieht man es bei der Online-Plattform Watchfinder: «Im vergangenen Jahr haben Luxusuhrenhersteller und Einzelhändler vermehrt Inzahlungnahme- und Umtauschprogramme aufgelegt, wobei Spezialisten wie Watchfinder die Inzahlungnahme übernehmen», sagt der Schweiz-Chef Edouard Guibert. «Dies ist umso bedeutender, wenn man bedenkt, dass 32,5 Prozent der Besitzer von Luxusuhren in der Schweiz mindestens eine Uhr haben, die sie nicht mehr tragen.» Watchfinder hat heute über 4000 Uhren von mehr als 70 Herstellern im Angebot, sie sind online und über ein Netzwerk von Boutiquen und Showrooms erhältlich. Marken wie Panerai, IWC oder A. Lange & Söhne wickeln ihre Pre-owned-Aktivitäten über die Plattform ab.

Eigenständige Boutique

Dass es dabei um ein gutes Geschäft gehen muss, zeigt sich auch daran, dass die Bucherer-Gruppe mit voller Kraft in den Markt eingestiegen ist. Der grösste Uhrenverkäufer der westlichen Welt hat still und leise eine Organisation aufgebaut, die in Bezug auf den Handel mit Pre-owned-Uhren ihresgleichen sucht.

In allen 17 Verkaufsgeschäften der Schweiz ist Bucherer mit dem Thema physisch präsent, in Genf und Zürich mit einem eigenen grossen Bereich, «Gallery» genannt. Dort sind die Uhren aus zweiter Hand in einem eigenen Raum neben Kunst und einer Bartheke inszeniert. Pre-owned-Abteilungen gibt es auch in Hamburg und Düsseldorf, Paris und Wien, dem Vereinigten Königreich und Dänemark sowie in den USA, überall also, wo Bucherer vertreten ist. In München hat die Gruppe sogar eine eigenständige Boutique, die nichts anderes als Uhren aus Vorbesitz im Sortiment hat. Alle Stücke werden auch im Internet angeboten, und ganz generell gilt, dass der Pre-owned-Markt bei den Uhren zunehmend datengesteuert ist.

Es ist daher kein Zufall, dass Odilo Lamprecht, Bucherers Head of CPO Europe, ursprünglich aus der IT-Welt kommt. Bei der Migros war er seinerzeit massgeblich am Aufbau des E-Commerce beteiligt, die Bucherer-Gruppe holte ihn dann für die Entwicklung eines Online-Shops zum Hauptsitz nach Luzern. Dazu kam die Datenbank für die Preisermittlung von Uhren aus zweiter Hand. «Wir haben da viel Zeit und Hirnschmalz investiert», sagt Lamprecht, aber dafür würden wirklich echte Marktpreise abgebildet. Gestützt auf diese Daten ist Bucherer in der Lage, für eine gebrauchte Uhr, sofern es sich dabei nicht um ein sehr exotisches Modell handelt, innerhalb von zwanzig Minuten ein Angebot zu unterbreiten. Am nächsten Tag hat der Verkäufer sein Geld auf dem Konto. Er kann sich stattdessen aber auch für einen Gutschein zum Kauf einer gebrauchten oder neuen Uhr entscheiden; in diesem Fall sind die Konditionen ein bisschen besser. 1000 bis 1300 CPO-Uhren hat Bucherer im Angebot, sie sind in der Regel zwischen 10 und 15 Jahre alt, kosten zwischen 8500 und 14000 Franken und werden von Kunden im Alter von 25 bis 35 Jahren gekauft.

Dass der Markt «datengesteuert» sei, sagt auch Patrick Hoffmann, Schweiz-Chef des Anbieters Watchbox. Im Grunde genommen geht es darum, Informationen über das Marktgeschehen in eine Big-Data-Logik umzusetzen, um so den eigentlichen Gral zu fin-

den, einen Algorithmus, der in der Lage ist, den Wert einer Uhr objektiv und in Echtzeit zu bestimmen.

Überlaufventil für die Branche

Watchbox hat dafür die App «My Watchbox» entwickelt. Interessenten können darin jede ihrer Uhren online registrieren, der Algorithmus beziffert ihren Wert. Gegen 400000 Anwender haben diesen Schritt bis dato getan. Konkret bietet Watchbox derzeit weltweit über 5000 Uhren an, was einem Wert von über 100 Millionen Dollar entspricht. 180 Personen sind auf der Lohnliste des Unternehmens, unter ihnen 30 bis 35 sogenannte Trader. Sie verhandeln mit den Kunden via E-Mail, Telefon, Chat oder auch physisch den Preis einer Uhr – beim Kauf, Verkauf oder Tausch. Anders als Plattformen wie Chrono24 oder Ebay, die nur als Vermittler tätig sind, ist Watchbox im Besitz der Uhren, die angeboten werden. Und auch Patrick Hoffmann konstatiert eine deutliche Preissteigerung: «Im Durchschnitt kostet eine Uhr, die im europäischen Raum verkauft wird, bei uns heute rund 20000 Dollar.»

Vom romantischen Ambiente der Uhrenbörsen hat man sich bei diesem Geschäft also ziemlich weit entfernt. Und längst geht es bei vielen Anbietern nicht mehr nur um Uhren, die einst getragen wurden: Online-Plattformen fungieren zunehmend auch als willkommenes Überlaufventil für die Branche.

Aktiv und stark in diesem Markt ist die Plattform Chronext, die heute zu 70 Prozent Uhren verkauft, die sie von Händlern oder Marken übernimmt. Und dass es hier nicht um Peanuts geht, beweisen drei prominente Zuzüge beim Unternehmen. Dieses Jahr wurde mit Hamdi Chatti der ehemalige Vizepräsident der Uhren- und Schmuckdivision von Louis Vuitton in den Verwaltungsrat berufen, nun soll mit Daniella Vitale die ehemalige Markenchefin von Tiffany & Co. dazukommen. Und kürzlich stiess als Berater Norbert Platt dazu, der ehemalige CEO der Richemont-Gruppe.

Chronext, so Norbert Platt, löse ein grosses Problem der Branche: Händler sässen immer wieder auf Uhrenbeständen, die sich nur schwerlich oder gar nicht verkaufen liessen. Diese Zeitmarter seien bisher oft in der Schmutzdecke oder auf dem Graumarkt gelandet. Und genau da komme Chronext ins Spiel: «Dank unserer enormen Reichweite gelangen wir an Kunden, die ein Juwelier nie erreichen würde.» Er habe schon immer die Meinung vertreten, sagt Platt, «dass die Uhrenbranche einen zweiten geordneten Distributionsweg braucht».

Und was wollen die Kunden? Bei den Marken, darin sind sich alle Akteure einig, gewinnen die gleichen Namen das Rennen, die auch mit neuen Uhren punkten: Rolex und Patek Philippe an vorderster Stelle, dann Hersteller wie Omega, Audemars Piguet oder Richard Mille. Viel Terrain hätten auch die Unabhängigen gewonnen, sagt Patrick Hoffmann von Watchbox, H. Moser & Cie. zum Beispiel, De Bethune, F.P. Journe oder Laurent Ferrier.

«Der Markt der gebrauchten Uhr reflektiert immer auch den Gesundheitszustand einer Marke», sagt Hoffmann. «Ein 27-jähriger Trader bei uns kann deshalb den Wert einer Marke oft besser einschätzen als manche Führungskraft der Branche.»

Pierre-André Schmitt ist freier Journalist und Mitherausgeber des Uhrenmagazins «Watch Around».

Das sind die wichtigsten Akteure im Markt für gebrauchte Uhren

Online-Plattformen

Ohne Internet geht nichts im Markt. Dabei haben die Anbieter allerdings sehr unterschiedliche Profile: Chrono24 ist ein reiner Vermittler, vergleichbar mit Ebay oder Ricardo. Watchbox verkauft Uhren mit Jahrgang 1985 oder jünger (im Durchschnitt 2 bis 8 Jahre alt), Chronext ist zu 70 Prozent mit jüngeren ungetragenen Uhren präsent, die vor allem von Händlern kommen, Watchfinder organisiert für die Marken eine Art Eintausch-

service. Daneben gibt es auch kleine Akteure, der Basler Grafiker Urs Schneider zum Beispiel hat mit Uhrentick eine kleine kuratierte Plattform mit Vintage-Uhren. Zunehmend bauen Online-Anbieter auch physische Geschäfte auf.

Juweliere

Viele traditionelle Retailer bieten auch Pre-owned-Uhren an. Die Chronometrie Beyer in Zürich tut dies seit 1964 und hat alles im Sortiment: Armband-

uhren (80 Prozent) sowie Taschenuhren und Grossuhren (je 10 Prozent) – antik, vintage oder jünger (und Trouvaillen genannt). Sehr aktiv ist auch die Bucherer-Gruppe mit einer eigenen Certified-Pre-owned-Abteilung geworden. Beide Anbieter sind auch online präsent.

Auktionen

Nach wie vor sind Auktionshäuser im Geschäft mit einst getragenen Uhren aktiv – vor allem für edlere Stücke. Neben

Koller, dem grössten Schweizer Auktionshaus, ist im Uhrenbereich das Zürcher Aktionshaus Ineichen stark. Dazu kommen die internationalen Player, Christie's sowie Sotheby's. Mit spektakulären Auktionen hat in der jüngeren Zeit Phillips in Kooperation mit Bacs & Russo Aufsehen erregt – etwa mit der Versteigerung von Paul Newman's legendärer Rolex Daytona, die 2017 auf einer New Yorker Auktion für die Rekordsumme von 17,75 Millionen Dollar unter den Hammer kam.

Uhrenbörsen

Uhrenbörsen, etwa im Zürcher Volkshaus (31. Oktober 2021), im Haus Metropol (5. Dezember 2021) oder im Musée International de l'Horlogerie (7. November 2021) haben zwar an Bedeutung verloren. Für Schnäppchenjäger und Sammler sind sie aber nach wie vor eine gute Adresse. Da der Kundenkreis hier viel enger ist als auf Online-Plattformen, ist die Chance auf einen guten Fund durchaus intakt.