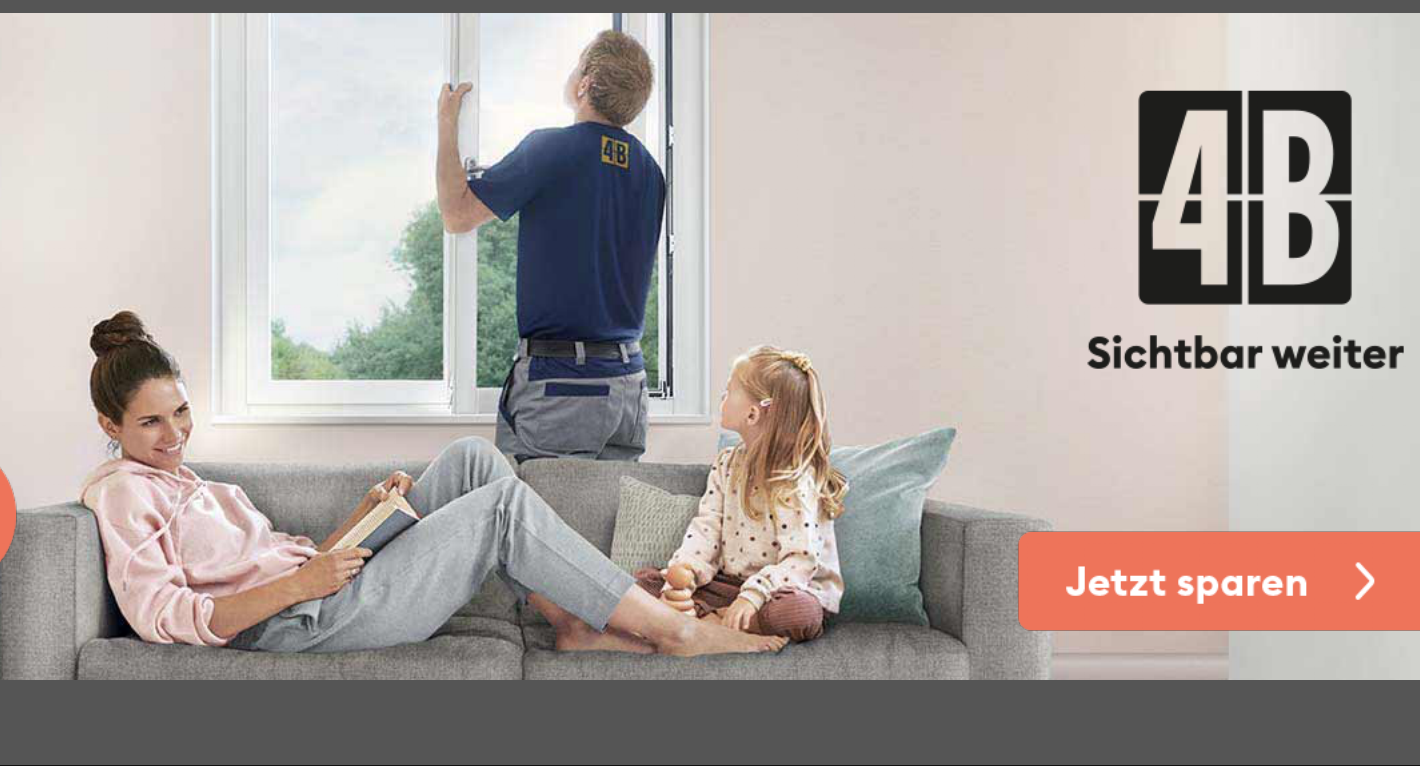


Das beliebteste Renovationsfenster

Energie sparen so entspannt wie nie



Energie-sparrechner: Sparpotenzial berechnen



Sichtbar weiter

Jetzt sparen >

Startseite | Wirtschaft | Späte Antwort auf die Smartwatch – Schweizer wollen Apple einholen

Späte Antwort auf die Smartwatch

Schweizer wollen Apple einholen

Die erste Schweizer Smartwatch verkauft sich gut. Das sind erfreuliche Neuigkeiten für die Uhrenindustrie, denn die klassische Armbanduhr hat einen schweren Stand.

Jon Mettler
Publiziert: 24.10.2020, 18:43

8 Kommentare Teilen Favorit

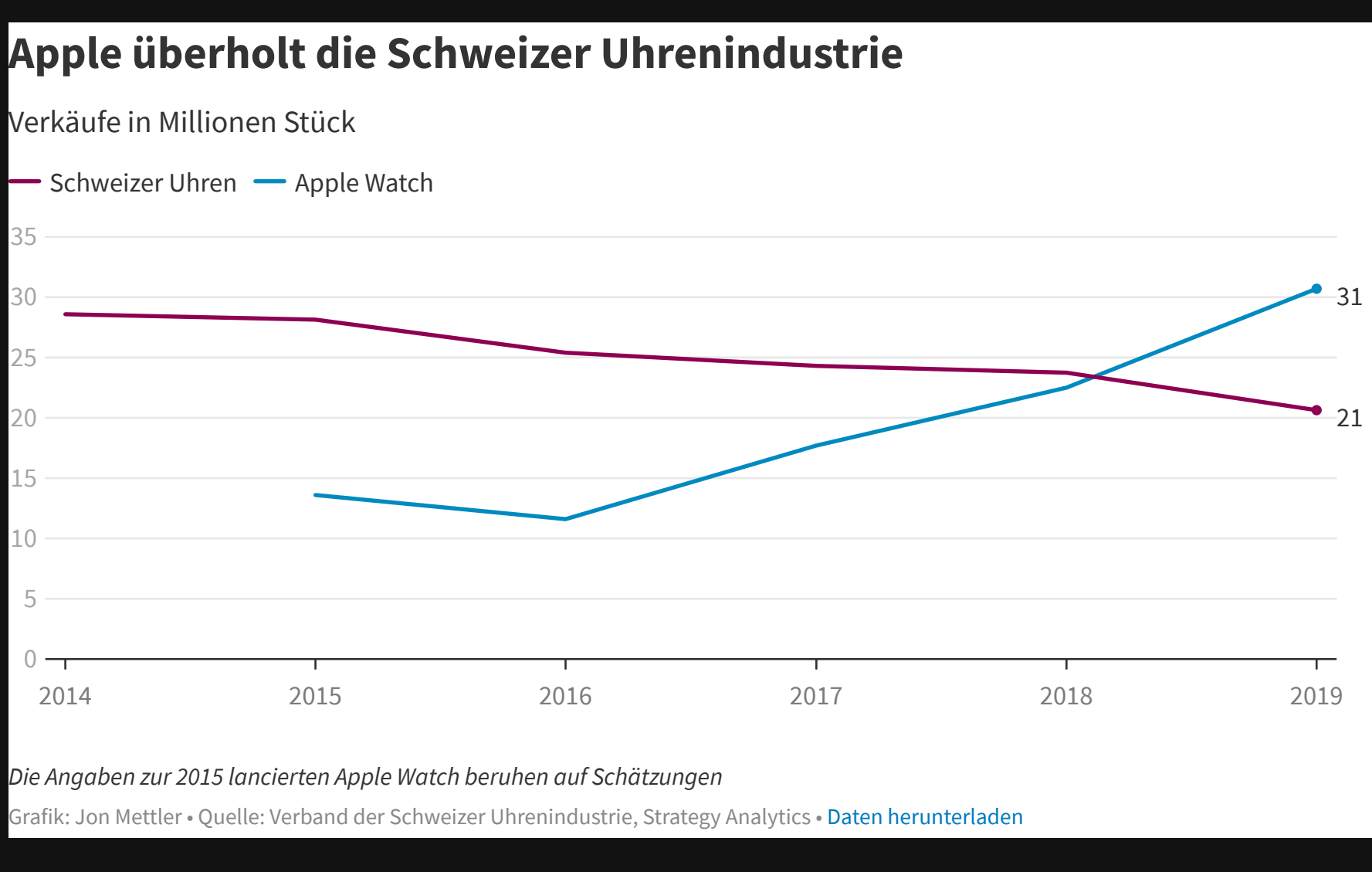


Einmal aufgeladen, läuft die neue Smartwatch von Tissot etwa sechs Monate.
Foto: Rafael Zeiler

Die hiesige Uhrenindustrie brauchte fünf Jahre, um eine rein schweizerische Antwort auf die Smartwatch des US-Technologiekonzerns Apple zu finden. Seit Anfang September ist die T-Touch Connect Solar der Marke Tissot hierzulande ab knapp 1000 Franken im Handel erhältlich.

Die T-Touch Connect Solar gilt deswegen als erste Smartwatch «made in Switzerland», weil der Tissot-Mutterkonzern Swatch Group auch das Betriebssystem der vernetzten Uhr in der Schweiz entwickelt hat.

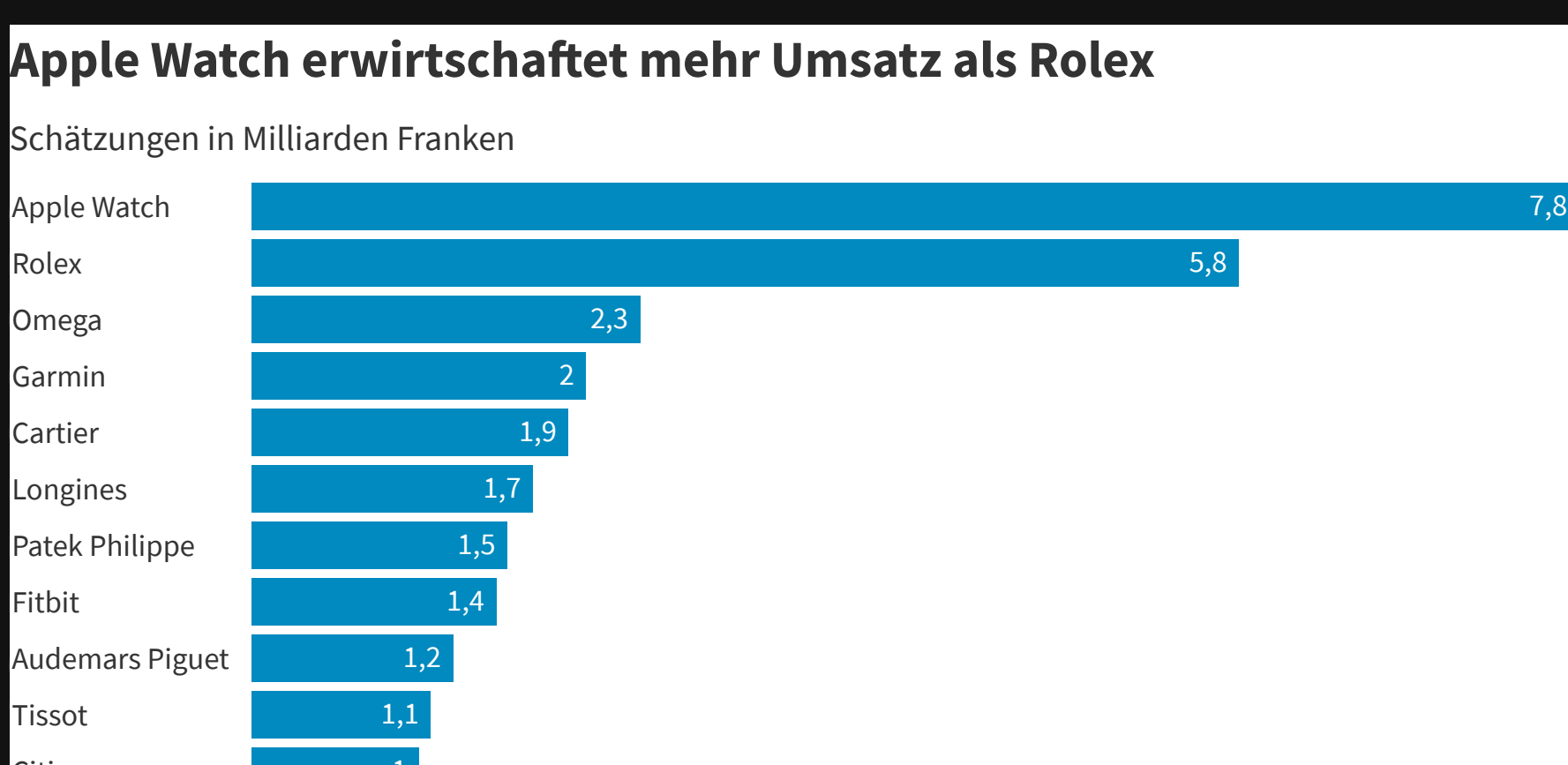
Tissot-Chef Sylvain Dolla zeigt sich auf Anfrage zufrieden mit den ersten Wochen: «Die Verkäufe laufen gut, vor allem via Onlinehandel. Daraus schliesse ich, dass das Interesse der Schweizer Konsumenten vorhanden ist.» Das stimme ihn zuversichtlich, wenn die neue Smartwatch von Tissot Ende Jahr europaweit lanciert werde.



Nicht alle teilen die Euphorie. Kritiker sagen, dass die Schweizer Uhrenindustrie zu spät reagiert habe. Sie meinen damit vor allem den weltweiten Marktführer Swatch Group mit Sitz in Biel um Konzernchef Nick Hayek.

So gehen Schätzungen des US-Marktforschungsinstituts Strategy Analytics davon aus, dass Apple im vergangenen Jahr weltweit 31 Millionen Smartwatches abgesetzt hat. Im Vergleich dazu hat die Schweizer Uhrenindustrie 21 Millionen Uhren exportiert.

Ist die Zeit der klassischen Armbanduhr also bald abgelaufen? Werden wir in Zukunft nur noch schrille Hinweistöne am Armgelenk hören anstatt ein vertrautes Ticken?



Branchenkennner Oliver Müller sagt dem klassischen Zeitmesser noch ein langes Leben voraus. «Die klassische Armbanduhr wird ihren Wert als Statussymbol behalten», sagt der Inhaber der Waadtländer Firma Luxeconsult, welche die Luxusgüterindustrie berät.

Die Branche werde aber Antworten finden müssen auf sich ändernde Gewohnheiten bei den jüngeren Konsumenten. Dazu gehöre, dass jüngere Generationen die Zeit vermehrt vom Smartphone ablösen oder Uhren als Erweiterung des Smartphones am Handgelenk verstehen. «Die Frage ist, ob heranwachsende Käufer «Swiss made» immer noch als Mehrwert betrachten werden», sagt Müller.

Tragen Sie eine Smartwatch?

Ja.

Nein.

Ich überlege es mir noch.

[Login](#)

Sie müssen eingeloggt sein, um teilnehmen zu können.

«Zugegeben, Apple verkauft mehr Uhren als die gesamte Schweizer Uhrenindustrie», sagt der Wirtschaftsprofessor Pierre-Yves Donzé von der Universität Kyoto in Japan. «Wenn man aber bedenkt, dass jedes Jahr weltweit mehr als eine Milliarde Uhren produziert werden, hat Apple mengenmässig nur einen kleinen Anteil», so der gebürtige Neuenburger, der zur Geschichte der Schweizer Uhrenindustrie forsch.

Donzé hält fest, dass die branchenfremden Hersteller von Smartwatches vor allem mit ihrer Preispolitik der Schweizer Uhrenindustrie zusetzen. Sie bieten ihre kleinen Computer fürs Handgelenk zu erschwinglichen Preisen an.

Luxusuhren als Rückversicherung

Damit gerät die Schweizer Uhrenindustrie vor allem im Einstiegssegment unter Druck, wo Marken wie Swatch, Montaine, Victorinox oder eben Tissot angesiedelt sind. «Im Luxussegment bleibt die Branche aber sehr stark», sagt Donzé. «Die Armbanduhr ist also nicht am Ende, denn sie bleibt ein Modeartikel und ein Luxuszubehör».

Es ist deshalb kein Zufall, dass die neue Smartwatch von Tissot wie eine klassische Armbanduhr mit drei Zeigern und nur einem kleinen Bildschirm daherkommt. Und noch in einem weiteren Punkt unterscheidet sich die T-Touch Connect Solarzelle in Apple: Einmal aufgeladen, funktioniert die Uhr dank Solarzellen im Zifferblatt etwa ein halbes Jahr. Die Apple Watch muss etwa jeden zweiten Tag aufgeladen werden.

Tissot hat ehrgeizige Ziele

Die Swatch Group investierte 35 Millionen Franken und meldete 35 Patente an, um die Tissot T-Touch Connect Solar zur Marktreife zu bringen. Damit will der Uhrenkonzern das verlorene vergangene Terrain gegenüber Apple wieder aufholen.

Tissot-Chef Dolla hat sich viel vorgenommen. Dereinst sollen die eigenen Smartwatches zehn Prozent am Umsatz der Marke ausmachen. Das sind geschätzte 100 Millionen Franken.

Fehler gefunden? [Jetzt melden](#).

8 Kommentare

MEHR ZUM THEMA

Abo Tissot-Smartwatch im Test
So gut ist die Schweizer Antwort auf die Apple Watch

02.01.2021 67

Abo Swatch fällt aus der Zeit
Der Abstieg einer Kultmarke

22.08.2020 39

Abo «Ich sehe keine Krise für die Schweizer Uhrenindustrie»

08.03.2020 0

JETZT AKTUELL

Abo Überwachung durch Amazon und Co.
Wer sein Handy selten lädt, ist nicht vertrauenswürdig

vor 1 Stunde 1

Abo Zum Tod von Jacob Stickeberger
Der Troubadour, der auch schon mal Drohanrufe bekam

vor 4 Stunden 4

Abo Gedanken zum Stephanstag
Wieso Weihnachten ohne das Sterben nicht denkbar ist

vor 2 Stunden 1

Abo Analyse zur Pandemie in China
Wie Pekings Regime mit Menschenleben spielt – nicht nur im eigenen Land

Christina Berndt
vor 4 Stunden 33