

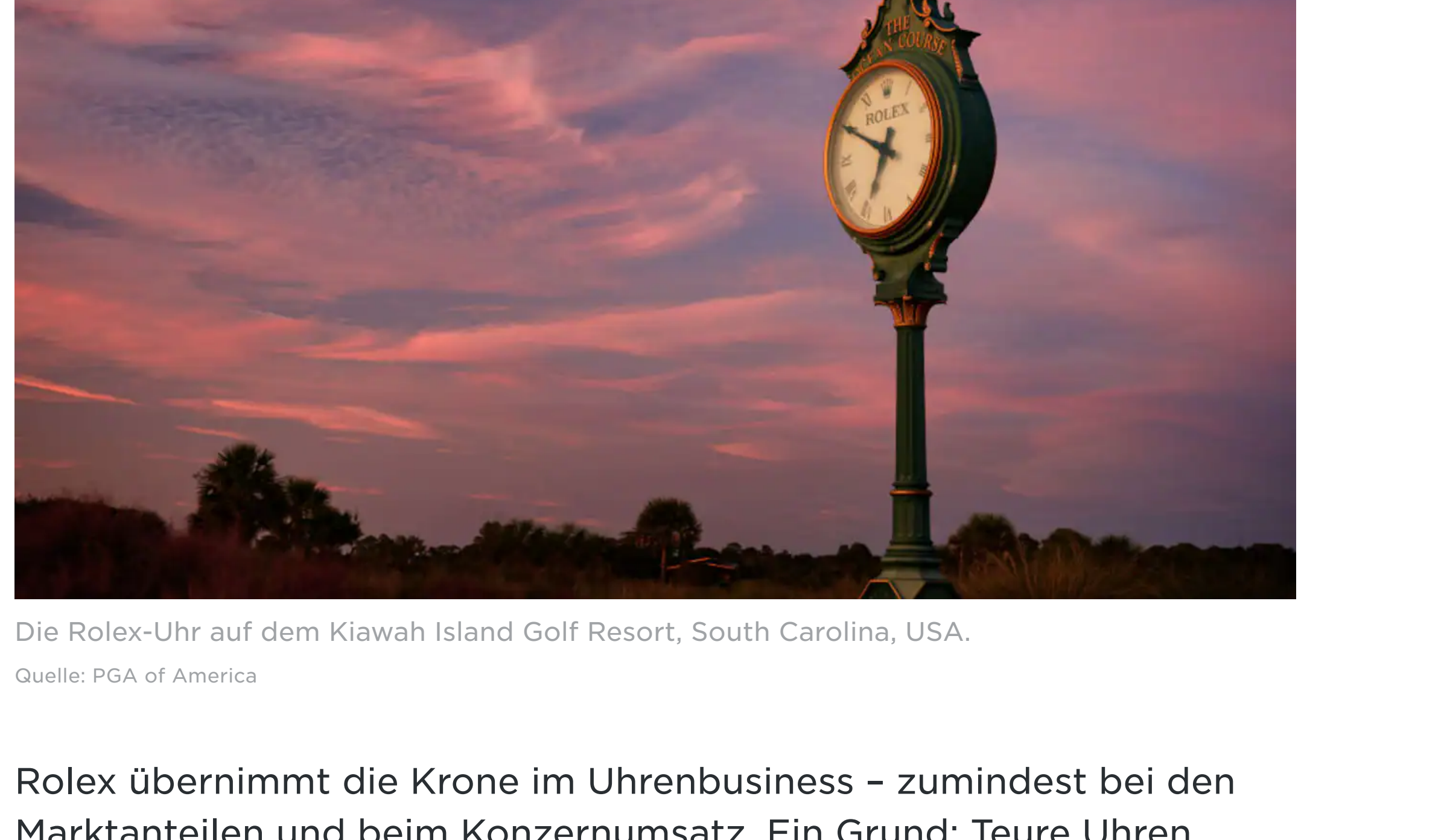
Home > Unternehmen > Marktanteile von Schweizer Uhren: Rolex überholt Swatch

UNTERNEHMEN

Marktanteile: Rolex überholt Swatch Group

Lesezeit: 2 Minuten

Tellen | Merken | Drucken | Kommentare



Die Rolex-Uhr auf dem Kiawah Island Golf Resort, South Carolina, USA. Quelle: PGA of America

Rolex übernimmt die Krone im Uhrenbusiness – zumindest bei den Marktanteilen und beim Konzernumsatz. Ein Grund: Teure Uhren laufen besser.

Veröffentlicht am 09.03.2021 - 11:50 Uhr

Bislang galt Swatch als der führende Schweizer Uhrenkonzern, auch wenn die Strahlkraft von Rolex, dem anderen Uhrenriesen, schon immer sehr gross war. Nun hat der Genfer Uhrenhersteller das Hayek-Haus aus Biel überholt: Der weltweite Marktanteil von Rolex (zu dem auch die Marke Tudor gehört) war im vergangenen Jahr erstmals grösser als jener von Swatch (mit Marken wie Omega, Longines, Tissot und Swatch).

AUCH INTERESSANT

- UHREN** **Uhrenmarkt: Rolex sorgt für die Hälfte des Wachstums**
- BrandReport** **«Die Yuzu-Frucht war meine Offenbarung»**
- NATIVE ADVERTISING** **Mit Lombard Odier in glaubwürdige Nachhaltigkeit investieren**

Offizielle Zahlen gibt es zwar nicht, Rolex ist bekanntlich legendär verschwiegen. Doch den Wachwechsel verkündet ein Research-Paper zur Schweizer Uhrenindustrie, das die US-Investmentbank Morgan Stanley mit dem Beratungsunternehmen Luxeconsult erarbeitet hat.

Die Studie thematisiert die Top 50 der Schweizer Uhrenmarken und beruht stark auf Aussagen von Experten; die Angaben zu Umsatz oder Stückzahlen sind Schätzungen.

Rund 20 Marken machen fast den ganzen Markt aus

Laut dem Paper hat Rolex zusammen mit Tudor nun weltweit einen Marktanteil von 26,8 Prozent. Die Swatch Group erreicht indes nur noch von 25,2 Prozent.

Danach folgt Richemont mit Brands wie Cartier, IWC, Jaeger-LeCoultre: Der Marktanteil erreicht hier 18,2 Prozent. Die nächsten grossen Player sind LVMH (TAG Heuer, Hublot, Bulgari, Zenith) mit 7,1 Prozent sowie 1,2 Prozent für Kering (Ulysse Nardin, Girard-Perregaux).

Bei den unabhängigen Herstellern liegt Patek Philippe mit 5,8 Prozent Marktanteil vorne, gefolgt von Audemars Piguet.

Group	Brand	Sales in CHFm	Implied Retail value CHF m
Rolex	Rolex	4,420	7,956
Swatch	Omega	1,758	2,813
Richemont	Cartier Watches	1,630	2,152
-	Patek Philippe	1,160	1,865
Swatch	Longines	1,145	1,969
-	Audemars Piguet	1,125	1,377

Source: Morgan Stanley Research estimates

Umsatz nach Marken. Quelle: Morgan Stanley Research

Beim Marktanteil der Uhren hat die Swatch Group zwar verloren, allerdings: Geht es um den gesamten Konzernumsatz, so liegt sie mit 5,6 Milliarden Franken noch vor Rolex, das rund 4,4 Milliarden umsetzt. Aber eben: Swatch verkauft nicht nur Uhren, sondern auch ein Batterien und Uhrwerke.

ANZEIGE

Auch der Uhrenhersteller mit der Krone verzeichnete im Corona-Jahr einen Rückgang: Er lag bei rund 14 Prozent. Laut den Schätzungen der Studie setzte Rolex im vergangenen Jahr rund 810'000 Uhren ab.

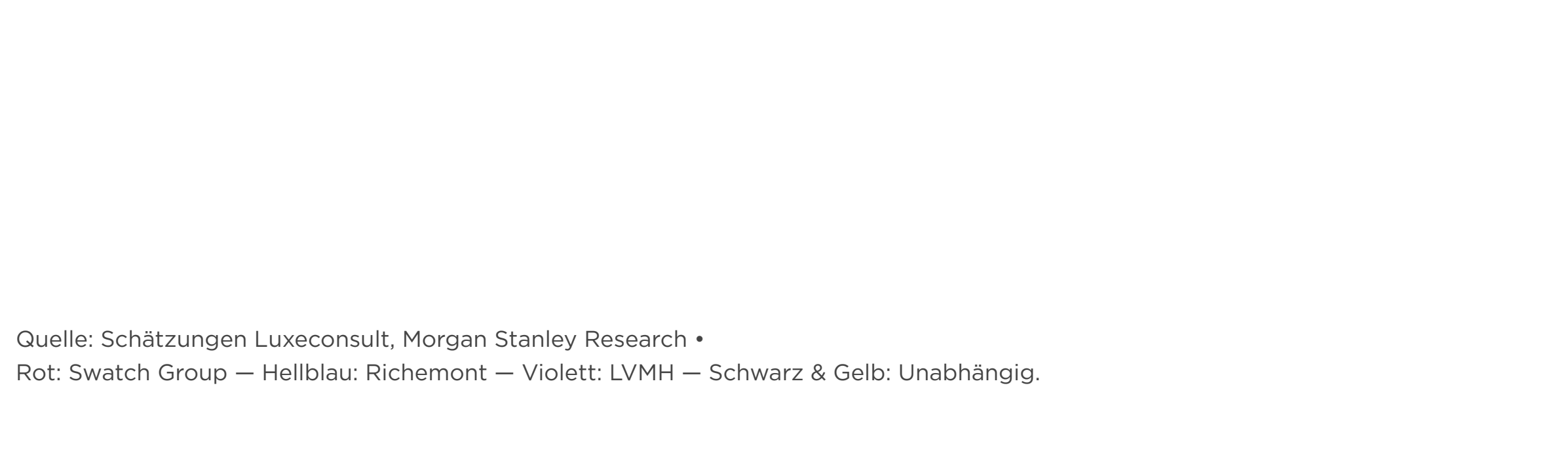
Nicht die Menge, sondern der Preis zählt

Morgan Stanley und Luxeconsult zeigen damit eine klare Tendenz auf, die durch die Corona-Pandemie noch verstärkt wurde: Vor allem die Uhren im höheren Preissegment – zu denen insbesondere Rolex zählt – legten weiter zu.

Uhren, deren Preis über 3000 Franken lag, machten im vergangenen Jahr rund 70 Prozent der Schweizer Uhrenexporte aus. Vor rund zwanzig Jahren betrug deren Anteil gerade mal 35 Prozent.

Marktanteil der Schweizer Uhrenmarken 2020

Einzelhandels-Umsätze in Prozent.



Quelle: Schätzungen Luxeconsult, Morgan Stanley Research • Rot: Swatch Group — Hellblau: Richemont — Violett: LVMH — Schwarz & Gelb: Unabhängig.

Dabei ist der Unterschied zu der Menge aber frappant: Bei der verkauften Stückzahl machen diese Hochpreis-Uhren gerade mal zehn Prozent aus.

Dass die Swatch Group nun ihren Stellung als Nummer Eins im Markt verloren hat, ist das Resultat ihrer Strategie: «Der Hauptgrund für die Performance der Swatch Group ist ihr Engagement in den unteren Preissegmenten», besagt die Studie. Im unteren Preissegment wurden 2020 weltweit rund 75 Millionen Uhren verkauft, davon stammen aber nur 14 Millionen aus der Schweiz.

Erfolgsgeheimnis Rolex

Die Studie zeigt auch auf, weshalb Rolex so erfolgreich ist: «Der Fokus auf Knappheit und Exklusivität ist eine wichtige Säule des Erfolgs von Rolex», so die Autoren. Dazu sei aber auch die Kommunikation der Werte von Rolex klar sowie auch das «einfache, aber sehr kohärente Produktangebot».

Auch linke Politiker dürfen Rolex tragen
Joe Biden trug bei der Inauguration eine Rolex Datejust. Das brachte ihm Kritik ein. Warum denn? Rolex steht für eine eigene Art der Wirtschaft.

THEMEN PER E-MAIL FOLGEN

- #Rolex Folgen
 - #Swatch Folgen
 - #Schweiz Folgen
 - #Corona-Pan... Folgen
 - #Uhren Folgen
 - #Rolex Holdi... Folgen
- Mehr anzeigen

IHR KOMMENTAR

Melden Sie sich an und diskutieren Sie mit.

AUCH INTERESSANT

- UHREN** **Uhrenmarkt: Rolex sorgt für die Hälfte des Wachstums**
Nicht alle Uhrenmarken sind wieder dort, wo sie vor der Pandemie waren. Zu den Verdienern der letzten zwei Jahre gehören prominente Namen. Mehr...
- UHREN** **Rolex bleibt einsame Spitze, Cartier wird die Nummer zwei**
Das Jahr 2021 hat im Uhrenmarkt eine Reihe von bemerkenswerten Verschiebungen gebracht. Eine Analyse in sechs Punkten. Mehr...
- UHREN** **Nicht nur bei Rolex herrscht Knappheit, auch bei Cartier und Tudor**
Das Knappheitsproblem der Uhrenbranche weitet sich aus, mehr Marken neben Rolex oder Patek sind betroffen. Die Folgen sind potenziell dramatisch. Mehr...
- PUBLIREPORTAGE** **Neu: Executive Master HSG Insurance and Financial Services**
Das Institut für Versicherungswirtschaft (LVW-HSG) bietet ab 2023 eine internationale Weiterbildung mit einem flexiblen Studienkonzept an. Mehr...
- STUDIE** **Top-10-Luxusgüterfirmen: Swatch fliegt raus, Richemont bleibt**
Zwölf Prozent der globalen Umsätze mit exklusiven Produkten gehen auf die Rechnung von Schweizer Firmen. Nur noch eine ist unter den Top 10. Mehr...
- UHREN-BEGRIFFE** **Diesen Rolex-Slang müssen Sie kennen**
Rolex-Fans nutzen eine eigene und eigentümliche Sprache. Das sind die Begriffe, die Sie kennen müssen, wenn Sie mitreden wollen. Mehr...
- UHREN** **Bernard Arnault ist der neue Uhrenkaiser**
LVMH-Mastermind Bernard Arnault zeigt allen, wer der wahre Luxuskaiser ist. Mit einer einzigartigen Nautilus in Tiffany-Blau von Patek Philippe. Mehr...
- NATIVE ADVERTISING** **Mit Lombard Odier in glaubwürdige Nachhaltigkeit investieren**
In der Vermögensverwaltung ist das Zeitalter von Nachhaltigkeit 2.0 angebrochen. Ein Pionier dieser Revolution ist die traditionsreiche Privatbank Mehr...
- UHREN** **Das Machtnetz von Rolex-CEO Jean-Frédéric Dufour**
Jean-Frédéric Dufour, der CEO der Nummer 1 im Uhrenmarkt, hält die Marke mit der Krone stilsicher auf ihrem Thron. Mehr...
- NEUE MARKTFÜHRERIN** **China überholt Schweiz im Schmuck- und Uhrensektor**
China ist neu die Nummer Eins im Uhren- und Schmucksektor. Die Schweiz schafft es nur noch auf Platz zwei. Mehr...
- WATCHES** **Endlich: Luxus-Uhrenmarken entdecken die Einsteiger**
Teuer, teurer und noch teurer: Zum Uhren-Megatrend der letzten Jahre zeichnet sich jetzt ein Gegenrend ab. Tiefpreis-Marken und Günstigmodelle Mehr...
- BrandReport** **«Die Yuzu-Frucht war meine Offenbarung»**