



«FÜHRENDE ADRESSE»
Patrik Hoffmann, Schweiz-Chef von WatchBox, will den Handel mit gebrauchten Uhren vorantreiben.

Neue Zeitrechnung

«Certified pre-owned» heisst das Zauberwort in der Uhrenbranche. Aufstrebende Online-Marktplätze stellen mit dem Handel von zertifizierten Uhren aus zweiter Hand die ganze Branche auf den Kopf.

von CORINNE AMACHER



STATUSSYMBOL
Gewisse Sportmodelle von Rolex gibt es nur noch auf Online-Marktplätzen.



SCHWEIZER HAUTPSITZ
Seit Oktober 2018 hat WatchBox Büro- und Handelsräume am Ufer des Neuenburgersees.



«NEUE SPIELREGELN»
WatchBox-CEO Danny Govberg verzeichnet mit gebrauchten Uhren Umsatzzuwächse von 30 Prozent.

Fotos: Vorname Name / Agentur

Patrik Hoffmann trägt die Uhr am Handgelenk, an der sich die Tücken des Luxusuhrenmarkts trefflich ablesen lassen: eine Rolex Daytona in der Edelhautausführung, um die sich die Männerwelt reisst, als ob morgen die Zeit abgeschafft würde. Die Auflage ist so gering und die Nachfrage so gross, dass Interessenten mitunter jahrelang auf das Objekt der Begierde warten müssen. Wer das Glück hat, im Fachgeschäft eine Daytona zu erwerben, zahlt dafür den Listenpreis von 11800 Franken. Wer Verstand hat, verkauft sie umgehend im Internet zum doppelten Preis. Hier sind die Bieter bereit, 23 000 Franken auszugeben.

Zum Beispiel beim amerikanischen Onlinehändler WatchBox, der 2018 auch in

der Schweiz Fuss gefasst hat. Länderchef Patrik Hoffmann, der zuletzt den Uhrenhersteller Ulysse Nardin geleitet hat, will WatchBox «als führende Adresse für Schweizer und europäische Uhrenliebhaber etablieren». Nicht nur online, sondern auch offline: Die Kunden werden in der Uhrenstadt Neuenburg in einer repräsentativen Immobilie direkt am Seeufer empfangen. «Viele Luxusuhren, speziell aus limitierten Editionen, existieren praktisch nur noch im Sekundärmarkt», sagt Hoffmann.

Dazu gehören neben der Daytona andere Sportmodelle, die neben der Zeit auch noch Status anzeigen wie etwa eine Patek Philippe Nautilus: Der Hersteller empfiehlt den Preis von 26280 Franken, aber im Internet geht sie für 55000 Franken weg.

EDELUHREN ZUM BILLIGTARIF
Die Beispiele zeigen, dass es Onlinehändlern wie WatchBox gelungen ist, die eingefahrenen Marktmechanismen auszuhebeln mit einem transparenten Angebot, das keine Wartelisten kennt. Das betrifft nicht nur die raren Sportklassiker mit fünfstelligen Preisschildern, sondern auch die Zeitmesser, von denen zu viele im Umlauf sind. Im Internet wimmelt es von Nobeluhren zu Discountpreisen: Eine Cartier Santos 100 XL kostet online die Hälfte des Listenpreises von 9000 Franken. Eine Breguet Type XX Chronograph 3800 ST, im Fachhandel für 12000 Franken angeschrieben, ist online für 4500 Franken zu haben. Oft handelt es sich um überschüssige Ware von Herstellern und Händlern, oft aber auch um gebrauchte Modelle, von denen sich die Besitzer trennen wollen. Früher mussten diese dazu auf den Souk von Dubai oder ins Auktionshaus, nun bietet ihnen das Internet neue Wege.

«Heute kann eine Uhr von Millionen Interessenten zugleich gesehen werden», sagt WatchBox-Gründer Danny Govberg, «das hat die Spielregeln grundlegend verändert.» Die Zauberformel zum boomenden Onlinegeschäft heisst «CPO», Kürzel für «certified pre-owned»: Mit dem ►

Click and buy

Tipps für den Kauf oder Verkauf einer gebrauchten Uhr übers Internet.

Wer eine Uhr kaufen oder verkaufen will, kann das auf vielen Wegen tun. Nicht alle sind vertrauenswürdig. Im Internet haben sich in jüngster Zeit Online-Marktplätze etabliert, die so seriös sind wie die Uhrengeschäfte an der Zürcher Bahnhofstrasse (siehe Tabelle auf Seite 147). Trotzdem gilt es, einige Punkte zu beachten:

1. Kaufen Sie nur Uhren, die Ihnen wirklich gefallen. Betrachten Sie die Uhren auch als Wertobjekt, sollten Sie auf Rolex und Patek Philippe setzen und hier auf limitierte Modelle.

2. Vergleichen Sie die Preise im Internet, und achten Sie genau auf die Modellbezeichnung. Informieren Sie sich nur auf seriösen Marktplätzen, die Zertifizierungsservice, Garantieleistungen und Rückgaberecht anbieten.

3. Egal ob per Telefon, Mail oder Chat: Holen Sie mehrere Offerten ein, denn die Preisunterschiede können je nach Händler gross sein. In der Regel erhalten Sie schon innerhalb von 24 Stunden ein Angebot mit einem Kaufpreis, abhängig vom Zustand der Uhr.

4. Stellen Sie Unterlagen zusammen, damit der Händler die Geschichte der Uhr nachvollziehen kann. Zertifikat, Quittung, Garantieschein oder Originalverpackung erhöhen den Wert. Es empfiehlt sich nicht, eine Uhr vor dem Verkauf revidieren zu lassen. Seriöse Onlinehändler bieten einen Revisions- und Zertifizierungsservice an.

5. Achten Sie speziell bei reinen Vermittlungsplattformen wie Chrono24, die keinen eigenen Bestand haben, auf Kundenbewertungen und Provisionen. Informieren Sie sich bei einer Transaktion über die Landesgrenzen über Zollgebühren und Portokosten.



LOUNGE IN ZUG
Chronext führt rund 11 000 neue und gebrauchte Uhrenmodelle im Angebot.

► Label bieten auch nicht autorisierte Händler Gewähr dafür, dass die ausgeschriebenen Uhren wirklich funktionieren und echt sind. Die Zeitmesser werden von hauseigenen Uhrmachern geprüft, gewartet, zertifiziert und mit Rückgaberecht und Garantie versehen. So konnten die Portale die - oft berechtigte - Sorge vor Betrug und Fälschungen beim Onlinehandel mit edlen mechanischen Uhren aus der Welt schaffen. Laut Danny Govberg sind CPO-Uhren mitunter sogar in einem besseren Zustand als neue: «Wir haben mit gebrauchten Uhren weniger Probleme als mit neuen.»

Govberg, der aus einer Schmuckhändlerdynastie aus Philadelphia stammt, stieg vor sieben Jahren in den Onlinehandel ein, als immer mehr Uhrenbesitzer beim Kauf einer neuen Uhr ihr gebrauchtes Modell in Zahlung geben wollten. Er bezeichnet das Geschäft mit gebrauchten Uhren als «grösste Veränderung in der Uhrenindustrie in den letzten 20 Jahren». Im Unterschied etwa zu Chrono24, die eine reine Vermittlungsplattform ist, basiert das Geschäftsmodell von WatchBox auf Eigenbestand. «Nur wenn wir die Uhr besitzen, können wir garantieren, dass sie in einem einwandfreien Zustand ist», sagt Danny Govberg, «so hat das ganze Sortiment den gleichen Standard.» Wer eine Uhr kaufen



«FREUND DER INDUSTRIE»
Chronext-CEO Philipp Man stellt eine Verschiebung von neuen zu gebrauchten Uhren fest.

oder verkaufen will, muss also nicht warten, bis sich irgendwo ein Endkunde dafür interessiert. Er kann sie telefonisch, per Mail oder in der App bewerten lassen - und WatchBox kümmert sich um den ganzen Prozess von der Logistik und der Wartung bis zur Zahlung.

WACHSTUM AUF TIEFEM NIVEAU
Das Unternehmen hat 6000 bis 7000 Uhren mit einem Wert von rund 70 Millionen Dollar im Angebot. Eine Marginalie, verglichen mit dem globalen Bestand an gebrauchten Uhren, der auf rund 500 Milliarden Dollar geschätzt wird. Das zeigt, dass das Onlinegeschäft noch immer eine Nische ist. Die Beratungsfirma Bain & Company schätzt den Markt für Secondhand-



QUALITÄTSKONTROLLE
Die Second-Uhren werden in der Chronext-Werkstatt geprüft, gewartet und zertifiziert.

2018 betrug das Marktvolumen für Secondhand-Uhren geschätzte 17 Milliarden Dollar.

Uhren auf rund 17 Milliarden Dollar fürs Jahr 2018, wovon rund ein Viertel des Volumens über Plattformen wie WatchBox, Chronext, Watchfinder oder Chrono24 abgewickelt wird (siehe Tabelle unten). Die Verkäufe von WatchBox erreichten 2018 rund 200 Millionen Dollar. Das Geschäft mit gebrauchten Uhren wächst laut Govberg jährlich um 30 Prozent, während die Verkäufe von neuen Uhren lediglich um drei bis fünf Prozent zunehmen.

Eine deutliche Verschiebung von neuen zu gebrauchten Uhren stellt auch Philipp Man fest, Mitgründer und CEO der Uhrenplattform Chronext mit Sitz in Köln und Zug. Von den rund 11000 Modellen, die Chronext anbietet, sind die meisten neu, aber der Hauptfokus liegt auf Second-

hand. Die Zeitmesser werden je nach Wunsch des Kunden in Kommission oder in Besitz genommen und dann in der eigenen Werkstatt gewartet und zertifiziert, bevor sie zum Verkauf ausgeschrieben werden. «Um den Standard zu gewährleisten, ist es ganz wichtig, die ganze Wertschöpfungskette zu kontrollieren», sagt Man. Auch seien beim Verkauf von Uhren aus Eigenbestand die Margen «signifikant höher» als bei reiner Vermittlung.

FREUND NICHT FEIND

Mit ihrem Geschäftsmodell ziehen die Onlinehändler immer mehr Risse in die über Jahrzehnte gewachsenen Beziehungen zwischen Herstellern und lizenzierten Händlern, zumal sie die Kunden nicht nur

auf kuratierten Plattformen, sondern auch in gestylten Verkaufsräumen empfangen, um Nähe und Vertrauen zu erzeugen. Chronext führt rund um den Globus 15 Lounges, in denen die Kunden online bestellte Stücke abholen können, eine davon in Zug. Doch der forsche Newcomer macht nicht auf Konfrontation, sondern streckt die Hand aus: «Unsere grösste Herausforderung ist es, die Uhrenhersteller davon zu überzeugen, dass wir ein Freund der Uhrenindustrie sind», sagt Man. Er versteht Chronext als Marktplatz, auf dem nicht nur Endkunden ihre Stücke verkaufen können, sondern auch Händler und Hersteller. Mit 15 Produzenten, auch solchen aus der Schweiz, arbeitet Chronext laut Man zusammen - Namen nennt er allerdings keine mehr. Letztes Jahr ver setzte er die Branche durch eine bekannt gewordene Kooperation mit der deutschen Uhrenmarke Nomos in Aufregung, die in der Zwischenzeit aber beendet wurde.

Trotz boomender Internetkonkurrenz öffnen sich die Luxusmarken dem Onlinehandel nur zaghaft. Mit der Übernahme der britischen Uhrenplattform Watchfinder hat der Luxusgüterkonzern Richemont letztes Jahr ein Zeichen gesetzt, auch Konkurrent LVMH möchte das Onlinegeschäft in die eigenen Hände nehmen. Andere wie Rolex schauen immer noch zu, wie im Internet ein neuer Milliardenmarkt entsteht. Es braucht einen Youngster wie Chronext-Chef Philipp Man, welcher der Industrie die Unterschiede zwischen alter und neuer Welt vor Augen führt: «Viele Hersteller verknappen gewisse Modelle in der Hoffnung, dass sie nicht online gehandelt werden. Aber je knapper diese sind, desto grösser ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie online erhältlich sind.»

Luxusuhren per Mausclick

Die bedeutendsten Online-Marktplätze für edle Zeitmesser

Chronext	Chrono24	Montredo	WatchBox	Watchfinder	Watchmaster
www.chronext.com	www.chrono24.com	www.montredo.com	www.thewatchbox.com	www.watchfinder.com	www.watchmaster.com
Gründungsjahr: 2013	Gründungsjahr: 2003	Gründungsjahr: 2012	Gründungsjahr: 2012	Gründungsjahr: 2002	Gründungsjahr: 2015
Ursprungsland: D/CH	Ursprungsland: D	Ursprungsland: D	Ursprungsland: USA	Ursprungsland: GB	Ursprungsland: D
Marktplatz mit über 10 000 neuen und gebrauchten Uhren für Händler, Hersteller und Endkunden. Wickelt die ganze Wertschöpfungskette vom Ankauf über die Logistik bis zur Zahlung ab. Gebrauchte Uhren werden geprüft, gewartet und zertifiziert. Neun Lounges, eine davon in Zug. 24 Monate Garantie.	Weltweit grösste Vermittlungsplattform für Luxusuhren mit einem Angebot von über 400 000 Modellen. Bringt Käufer und Verkäufer zusammen, hat keinen eigenen Bestand. Die Ausschreibung ist kostenlos, bei Verkauf fliesst eine Provision. Die Zahlung erfolgt via ein Treuhandkonto.	Ursprünglich als Plattform für gebrauchte und neue Luxusuhren gegründet, bietet Montredo heute ausschliesslich neue und ungetragene Uhren an, die von Herstellern oder konzessionierten Händlern stammen. Durchschnittlich 8000 Uhren im Angebot. Kein Ladengeschäft. 24 Monate Garantie.	Marktplatz für gebrauchte Luxusuhren mit persönlichem Service. Tritt als Käufer und Verkäufer auf. Der Lagerbestand beträgt 6000 bis 7000 Modelle. Die US-Firma hat globale Ambitionen und seit 2018 einen Sitz in Neuenburg. Die Uhren werden von Spezialisten geprüft, gewartet und zertifiziert. Garantie 15 Monate.	Traditionsreicher Marktplatz für gebrauchte Luxusuhren. Rund 5000 Modelle sind durchschnittlich im Angebot, ausschliesslich aus eigenem Bestand. Führt Servicecenter und sieben Boutiquen. 24 Monate Garantie. Seit 2018 im Besitz des Luxusgüterkonzerns Richemont.	Die Onlineplattform mit Schwerpunkt Deutschland bietet gebrauchte und neue Uhren an. Gekauft werden Uhren von Händlern und Endkunden, um sie weiterzuverkaufen. Durchschnittlich sind 2500 Uhren ausgeschrieben. Bietet Wartungs-, Reparatur- und Zertifizierungsservices an. 24 Monate Garantie

Fotos: Vorname Name / Agentur