

Genfer Luxusuhrenmesse SIHH startet letztmals im Januar

Am Montag öffnet in Genf zum 29. Mal der Salon International de la Haute Horlogerie (SIHH). Dies geschieht in einer Zeit, in der sich die Messelandschaft im Umbruch befindet und geopolitische wie auch konjunkturelle Sorgen die Aussichten der Schweizer Uhrenbranche eintrüben.



Bild: Bruno van der Kraan / Unsplash

In Genf präsentieren vom 14. bis am 17. Januar wie im Vorjahr 35 Luxusuhrenmarken auf dem Palexpo-Gelände ihre Kollektionen und Neuheiten den Händlern, Journalisten und Kunden. Und die dürften wiederum in Scharen nach Genf reisen. Die Messe rechnet erneut mit rund 20'000 Besuchern. Das war 2018 Rekord.

Doch fragt sich, wie lange das noch so bleibt. Das weniger luxuriöse aber grössere Pendant in Basel, die Baselworld, muss bereits bei der nächsten Ausgabe Ende März wichtige Abgänge hinnehmen. Abgesagt hat der grösste Aussteller Swatch Group mit Marken wie Omega, Longines oder Bréguet. Auch Raymond Weil oder Corum werden nicht mehr teilnehmen. Swatch-Chef Nick Hayek hatte sich in den Medien unter anderem darüber geärgert, dass die Messe die Aussteller bei der Erarbeitung des neuen Konzepts zu wenig miteinbezogen hatte. Er plant nun «auf Wunsch vieler Kunden» die Durchführung eines Treffens in Zürich.

Richard Mille und Audemars Piguet verabschieden sich

In Genf ist die Lage noch nicht derart angespannt und die Zahl der Aussteller bleibt vorerst noch gleich. Zwar ist das Schmuckhaus Van Cleef&Arpels nicht mehr dabei, dafür werden die Besucher erstmals die Uhren der Traditionsfirma Bovet bestaunen können. Die im Val-de-Travers beheimatete Manufaktur wurde im Jahr 1822 gegründet und ist bekannt für exklusive Komplikationen und Taschenuhren.

Für zwei andere unabhängige Uhrenhersteller ist das diesjährige Treffen hingegen die Darniere. Richard Mille und Audemars Piguet haben angekündigt, dass sie 2019 letztmals teilnehmen werden. Sie beschreiten andere Wege, um den Kontakt mit Händlern und den Medien zu pflegen. Audemars Piguet arbeite mit immer weniger Händlern zusammen, erklärte der Chef François-Henry Bennahmias im Interview mit der NZZ (Ausgabe, 10.01.). «Und jene, mit denen wir weiterhin kooperieren, sind die, mit denen wir zusammen Audemars-Piguet-Boutiquen führen. Die brauchen keinen Salon, um sich über unsere Neuheiten zu informieren.»

In Zukunft im April

Um die Messen attraktiver zu gestalten, unternehmen die Messebetreiber einiges. Ab 2020 finden die Anlässe unmittelbar hintereinander statt; in Genf Ende April und gleich anschliessend in Basel. Das hat den Vorteil, dass die Besucher nicht mehr wie bis anhin zweimal in die Schweiz reisen müssen. Der Uhrensalon in Genf geht somit letztmals im Januar über die Bühne.

Der SIHH bietet zudem neue Attraktionen. Eine davon ist das LAB. Dort stehen die neusten Technologien im Fokus, die die Aussteller mit Forschern entwickelt haben. Es geht um Themen wie Virtual Reality, künstliche Intelligenz, digitale Funktionen oder innovative Materialien. Auf der LIVE-Bühne haben die Uhrenhäuser zudem die Gelegenheit, sich und ihre Produkte zeitnah über Social Media der Öffentlichkeit zu präsentieren.

Sowieso gibt sich die Genfer Messe seit zwei Ausgaben zugänglicher. Auch diesmal können für den letzten Ausstellungstag, dem Donnerstag (von 15 bis 22 Uhr), Tickets zum Preis von 70 Franken gekauft werden. Vor einem Jahr nutzten rund 2'500 Interessierte diese Möglichkeit. An den restlichen Tagen darf man die Messehalle nur auf Einladung betreten.

Ungewisse Zukunft

An den Weltmärkten dürfte den Uhrenmarken in Zukunft wohl ein etwas rauherer Wind entgegenwehen. Die Resonanz an der Genfer und später an der Basler Uhrenmesse ziehen Experten gerne als Gradmesser heran, um einzuschätzen, wie es der Uhrenindustrie geht. Seit Monaten sorgen sich nämlich die Analysten vor einer Abkühlung der Weltkonjunktur und einer Abschwächung der Wachstumsdynamik an den Luxusgütermärkten.

Entscheidend wird sein, wie sich der chinesische Absatzmarkt entwickelt und ob die Chinesen mit den aufziehenden Wolken rund um den Handelsstreit mit den USA die Lust am Geldausgeben verlieren. Weltweit werden Schätzungen zufolge heute rund ein Drittel der Luxusgüter an Chinesen verkauft und dieser Anteil dürfte laut einer Studie des Wirtschaftsberaters Bain bis 2025 auf 45 Prozent ansteigen.

Noch sind Schweizer Uhren am Weltmarkt gefragt: In den Monaten Januar bis November des zu Ende gegangenen Jahres haben die Schweizer Uhrenexporte um 7,1 Prozent auf 19,5 Milliarden Franken zugelegt. Das Wachstum hat sich allerdings zuletzt abgeschwächt. Die Zahlen zum Gesamtjahr veröffentlicht der Schweizerische Uhrenverband (FH) Ende Januar. (awp sda)

Publiziert am Freitag, 11. Januar 2019