Jetzt sollen die Schweizer Uhren kaufen

Die Luzerner Uhrenbranche erleidet dramatische Umsatzeinbussen. Nun braucht es rasch Alternativen zu chinesischen Reisegruppen.

Robert Knobel

Gähnende Leere am Luzerner Schwanenplatz: Einer der grössten Uhrenumschlagplätze der Welt hat dichtgemacht. Wo früher Massen von Touristen durch die Gassen hetzten, sind jetzt die einbruchsicheren Rollläden der Bijouterien heruntergelassen.

Die Luzerner Uhren- und Schmuckbranche ist ein wirtschaftlicher Gigant. Der weltweite Jahresumsatz allein von Bucherer und Gübelin wird auf 2 Milliarden Franken geschätzt. Und was die Läden am Schwanenplatz betrifft, so wird 90 Prozent des Umsatzes mit Gruppentouristen gemacht, wie eine Studie 2018 zeigte. Entsprechend dramatisch sind nun die Einbussen.

Bucherer-Angestellte müssen Handschuhe tragen

Am 11. Mai werden zwar auch die Luzerner Bijouterien wieder öffnen. Doch von Normalbetrieb wird man noch weit entfernt sein. Bei Bucherer wird die Wiedereröffnung durch diverse Sicherheitsmassnahmen begleitet – so tragen die Angestellten bei körperlicher Nähe zu Kunden, etwa bei einer Anprobe, Handschuhe. Ausserdem bleibt die Zahl der Personen im Laden limitiert. Die Öffnungszeiten werden gegenüber früher reduziert, insbesondere am Wochenende. Auch der Mitarbeiterpool wird nicht vollständig wieder hochgefahren. Etliche bleiben auch nach dem 11. Mai in Kurzarbeit. Über die Frage, wann das Geschäft wieder richtig zum Laufen kommt, will Bucherer-Marketingchef Jörg Baumann nicht spekulieren. «Das hängt auch davon ab, wie schnell es einen Corona-Impfstoff gibt.» Auch bei Gübelin schlägt sich die Krise «enorm in unseren Büchern nieder», wie es PR-Manager Patrick Pfannkuche ausdrückt. Eine Normalisierung des internationalen Tourismus sei nicht vor 2021 zu erwarten. Da stellt sich die Frage: Was geschieht bis dahin mit der Luzerner Uhrenbranche? Die Firmen verfolgen nun drei wesentliche Strategien:

— **Konzentration auf den Schweizer Markt:** Schweizer zählten schon vor der Krise zum Kundensegment von Bucherer – obschon sie in Luzern natürlich nur einen kleinen Teil des Umsatzes ausmachten. Doch jetzt ruhen auf ihnen die ganzen Hoffnungen, wie Jörg Baumann sagt. «Zum Glück kennen wir die Bedürfnisse der Schweizer Kundschaft sehr genau.» Auf dieses Wissen könne man nun aufbauen, um die nächsten Monate zu überstehen. Doch steht den Schweizern momentan wirklich der Sinn nach Schmuck und Luxusuhren? Ein gewisser Grundbedarf sei immer da, sagt Jörg Baumann. «Wenn jemand zum 50. Geburtstag eine Uhr schenken will, dann tut er das jetzt – und nicht erst nächstes Jahr.» Ermutigend seien auch die Erfahrungen der Bucherer-Geschäfte in Deutschland und Österreich, die seit Kurzem wieder offen sind. «Während der ersten Tage waren die Leute zurückhaltend. Aber inzwischen haben die Kundenfrequenzen schon deutlich zugenommen.»

Auch die Uhrenfirma Chronoswiss am Luzerner Löwenplatz hat Schweizer Kunden – und die würden sich derzeit besonders treu zeigen, wie Inhaber Oliver Ebstein sagt. In den vergangenen Wochen habe es stets eine Nachfrage nach Uhren gegeben. «Auch wenn wir keine offiziellen Öffnungszeiten hatten, so war doch immer jemand in der Manufaktur anwesend und konnte Interessenten beraten.» Ob die Uhrenfirmen auch von einem gewissen Nachholbedarf profitieren werden, bleibt offen: «In den Gartencentern zeigte sich in den ersten Tagen nach der Wiedereröffnung, dass die Nachfrage enorm ist. Ob dies für den Luxusmarkt ebenso gilt, ist eine andere Frage», sagt Oliver Ebstein. Judith Hess vom Familienunternehmen Hess Uhren bei der Hofkirche sieht in der Krise auch eine Chance für eine Neuausrichtung des Tourismus. Vom bisherigen Massentourismus habe man ohnehin kaum profitiert. «Vielleicht geht es jetzt wieder mehr in Richtung eines verweilenden Tourismus.» Das würde bedeuten, dass die Leute wieder länger und bewusster in Luzern bleiben. «Dann würden sie auch lokales Handwerk entdecken können.»

> «Vielleicht geht es jetzt wieder mehr in Richtung eines ‹verweilenden› Tourismus.»

Judith Hess
Hess Uhren Luzern

— **Verlagerung ins Internet:** Alle befragten Uhrenfirmen geben an, dass die Bedeutung des Onlineverkaufs seit der Krise deutlich zugenommen hat. Schon bisher hätten sich die meisten Kunden jeweils umfassend im Internet informiert, bevor sie den Laden betraten, sagt Judith Hess. «Dieser Effekt wird sich sicher noch verstärken. Es wird vermehrt Kunden geben, die bereit sind, den ganzen Verkaufsprozess online abzuwickeln.» Eine Luxusuhr im Internet bestellen, ohne sie jemals in den Händen gehalten zu haben? Dies war bis vor Kurzem unvorstellbar. Oliver Ebstein bringt es auf den Punkt: «Wie betreut man einen Kunden, dem man nicht in die Augen schauen kann? Wie erklärt man auf einer Website die Details einer handgefertigten Uhr?» Dies stelle ganz neue Anforderungen an Verkaufstaktiken und Produkte-Präsentation.

— **Uhren in China verkaufen:** Wenn die Chinesen nicht mehr nach Luzern reisen, muss eben die Uhr zu ihnen kommen. Doch das ist gar nicht so einfach. In Luzern profitierten die Uhrengeschäfte von eingespielten Abläufen: Reiseführer lotsten ihre Gruppen zuverlässig zu den Hotspots. Und chinesische Fachjournalisten, die man etwa an der Messe Baselworld traf, sorgten dafür, dass die Luzerner Uhrenfirmen in China bekannt wurden. Das fällt nun alles weg. «Für eine kleine Firma wie uns stellt sich die praktische Frage, wie wir in China an die Einzelkunden herankommen», sagt Oliver Ebstein. Und selbst Jörg Baumann von Bucherer sagt, die Vermarktung vor Ort sei «logistisch unglaublich anspruchsvoll, und es gibt Distributionsabmachungen zu respektieren». Gübelin dagegen betreibt schon seit 2013 eine Filiale in Hongkong. Nach dem dortigen Lockdown konnte das Geschäft vor zwei Wochen wieder öffnen.

Branche hat schon andere Krisen überstanden

Bleibt die Frage, was die Coronakrise langfristig für den Uhrenplatz Luzern bedeutet. Wird er jemals wieder zu seiner einstigen Blüte zurückfinden, oder ist mit einem Stellenabbau zu rechnen? Patrick Pfannkuche von Gübelin sagt: «Unsere Mitarbeitenden sind unser wertvollstes Gut, daher entwickeln wir Strategien und Massnahmen, um gute Lösungen zu finden.» Jörg Baumann von Gübelin meint schon fast stoisch: «Uns gibt es seit über 150 Jahren. Es ist nicht die erste Krise, die Bucherer erlebt.»

Politiker wollen Tourismus auf Luzerner Landschaft fördern

Die Kommission Wirtschaft und Abgaben (WAK) hat im Luzerner Kantonsrat ein dringliches Postulat eingereicht. Darin werden kurzfristige Stützmassnahmen für die Luzerner Tourismusbranche gefordert. Dabei soll insbesondere die Luzerner Landschaft berücksichtigt werden. «Die ländliche Region unseres Kantons soll als nachhaltige Ferien- und Erholungsdestination im Sommer 2020 für die Schweizer Bevölkerung vermarktet werden», heisst es in einer Mitteilung der WAK. Es gehe darum, dass sich die Tourismusbranche «schnellstmöglich» erhole – was auch positive Effekte auf diverse Zuliefererbetriebe habe. Das dringliche Postulat der WAK woll an der nächsten Kantonsrats-Sitzung vom 18. Mai behandelt werden. *(rk)*

Sogar die Uhrmacher arbeiten nun im «Homeoffice»

Luzern Was viele nicht wissen: In Luzern werden Uhren und Schmuck nicht nur verkauft, sondern auch hergestellt. Im Gegensatz zu den Verkaufsgeschäften lief die Produktion auch während des Lockdown weiter. «Unsere Goldschmiede, Juwelenfasser und Polisseure fertigen weiterhin, allerdings in geringerem Umfang», sagt Patrick Pfannkuche von Gübelin. Auch die Designer würden weiter neue Kreationen entwerfen. Dasselbe gilt für den Uhrenhersteller Chronoswiss. Dieser hat die Produktion kurzerhand ins «Homeoffice» verlagert: Die vier Uhrmacher von Chronoswiss arbeiten nun zu Hause. Dazu wurden alle nötigen Instrumente, Apparate und sogar die Uhrmachertische an den jeweiligen Wohnort verfrachtet. «Einmal täglich unterhalten sich alle per Whatsapp-Konferenz», sagt Chronoswiss-Inhaber Oliver Ebstein.

Einer der Uhrmacher ist Michi Setz, der seine Uhrwerke nun in Hergiswil am Napf zusammenbaut. Diese Produktionsverlagerung sei eine «spannende Erfahrung», sagt Setz – und fügt hinzu: «Ausserdem spare ich eine Stunde Arbeitsweg.» Auch bei Hess Uhren steht die Produktion nicht still. «Mein Mann und ich hatten nun Zeit, bereits vorhandene Ideen umzusetzen», sagt Judith Hess. Dazu gehört etwa eine Uhr mit einem neuen Diamantstaub-Ziffernblatt, die es schon bald bei Hess zu kaufen gibt. *(rk)*

Uhrmacher Michi Setz ist bei Chronoswiss angestellt, arbeitet derzeit aber bei sich zu Hause. Bild: Boris Bürgisser (Hergiswil bei Willisau, 5. Mai 2020)