



15. Ausgabe

14. BIS 17. JUNI 2016  
PALEXPO GENÈVE

## Pressemitteilung

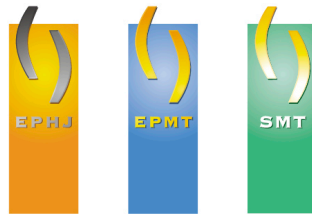
### EXKLUSIVE UMFRAGE

## Junge Schweizer bleiben traditionellen Uhren treu

Aus Anlass seines 15-jährigen Bestehens hat der Salon EPHJ-EPMT-SMT beschlossen, einen Beitrag zum besseren Verständnis der Entwicklung des Uhrenmarkts zu leisten, und eine wichtige Umfrage unter jungen Schweizerinnen und Schweizern durchgeführt. Ziel war es, ihr Verhältnis zu Uhren sowie ihre Gewohnheiten und Präferenzen rund um die Uhren besser kennenzulernen. Die zum Teil sehr überraschenden Ergebnisse wurden heute im Genfer Palexpo bei der Eröffnung des Salons vorgestellt.

**Genf, 14. Juni 2016.** Die Studie wurde in diesem Jahr durch Befragung einer grossen repräsentativen Auswahl der Schweizer Bevölkerung zwischen 16 und 25 Jahren durchgeführt und zeigt uns, dass die **klassischen Uhren** bei diesen jungen Schweizern nach wie vor **sehr im Trend** sind. Sie verzeichnen sogar **einen grossen Zulauf**. Dieses Interesse und die Verbundenheit mit schönen Uhren ist allerdings **in der Westschweiz etwas stärker ausgeprägt** als in der Deutschschweiz – eine Tendenz, die bei allen untersuchten Parametern zu beobachten war.

- Die meisten jungen Schweizer besitzen mehr als eine Uhr (**2,5 im Durchschnitt**, gleichmässig verteilt auf Käufe und Geschenke). Ihr Wert schwankt stark, je nach Profil der Befragten: Im Durchschnitt liegt der Wert bei **750 CHF** (dieser Durchschnittswert ist allerdings von einigen sehr hochpreisigen Uhren beeinflusst). **Männer** besitzen jedoch Uhren mit einem **deutlich höheren Wert** als Frauen, sodass letztendlich die **Mehrheit** der Befragten Uhren mit einem Wert von **unter 500 CHF** besitzt.
- Was die **künftigen Kaufabsichten** betrifft, sind vor allem Uhren im Wert von **mehreren Hundert Franken** begehrt. Eine kleine Minderheit beabsichtigt aktuell, ein oder mehrere Tausend Franken auszugeben. Hingeben bleiben Uhren **das bevorzugte Geschenk** der jungen Schweizer zu Weihnachten.
- Für diese jungen Menschen ist eine schöne Uhr in erster Linie Ausdruck **eines bestimmten Stils, einer bestimmten Modrichtung**. Dagegen **weist** eine deutliche Mehrheit die Vorstellung **zurück**, dass eine schöne Uhr **einen bestimmten Sozialstatus, eine Form des Erfolgs oder eine Art der Selbstbestätigung** darstellt.



INTERNATIONALE FACHMESSE  
FÜHREND IN DER PRÄZISIONSMECHANIK  
UHREN- UND SCHMUCKINDUSTRIE – MIKROTECHNOLOGIEN – MEDTECH

15. Ausgabe

14. BIS 17. JUNI 2016  
PALEXPO GENÈVE

- Im Allgemeinen bevorzugen sie Uhren **mit Chic** und einer gewissen Nüchternheit, die aber vor allem **nicht protzig** sind.
- Die wichtigsten Kriterien bei ihrer Auswahl sind vor allem **die Farbe und die Form**, aber auch **die Grösse und das Material**. Dabei **bevorzugen die Frauen Silber** und **die Männer Stahl**. Ebenfalls von **Bedeutung** sind **die Funktionen, das «Swiss made» und die Marke**, jedoch in geringerem Umfang. Dagegen legen die jungen Schweizer nur **wenig Wert** auf **die Schatulle und auf Verzierungen mit Edelsteinen**.
- Der Einfluss des Markenimage stammt bei den jungen Schweizern eindeutig von der **Werbung** sowie von **Prominenten**, die diese Marken verkörpern, so beispielsweise **Roger Federer**, der die anderen Persönlichkeiten, die als Partner der Uhrenhersteller auftreten, deutlich dominiert. Einer von zwei jungen Menschen gibt dies offen zu. Darüber hinaus ist die Werbung das bevorzugte Medium der jungen Schweizer, um **sich** über Uhren zu **informieren**.
- Was die Marken angeht, sei es mit Blick auf den Bekanntheitsgrad oder die Präferenzen, so stehen folgende Marken ganz oben auf dem Treppchen: **Swatch, Rolex und Tissot** – in dieser Reihenfolge. Bei den Marken, die diese jungen Menschen am Handgelenk tragen, ist Swatch weiterhin führend. Den zweiten Platz nimmt jedoch **Fossil** ein, knapp vor **Rolex und Tissot**. Insgesamt sind die Männer stärker an den Uhrenmarken selbst interessiert, während die Uhren von Modedesignern den jungen Frauen etwas besser gefallen.
- Im Hinblick auf **Smartwatches** hat die Studie ergeben – und das ist durchaus überraschend –, dass bei der jungen Generation nur ein **sehr geringes Interesse** besteht. In allen Fällen scheint die **neue Technologie der Smartwatches** derzeit die **klassischen Uhren** nicht wirklich in den Schatten zu stellen, sowohl was die **allgemeine Attraktivität** als auch die **künftigen Kaufabsichten** angeht.
- Das **Bekenntnis zum Uhrmacherhandwerk** ist recht gross und zeigt sich vor allem in dem Wunsch, **ein Uhrmacheratelier zu besuchen**, aber auch in der Tatsache, dass ein nicht unerheblicher Teil der jungen Leute die Absicht hat, **diesen beruflichen Weg einzuschlagen**.

**Nebengebäude:** Gesamte Studie des MIS Trend durchgeführt für den Salon EPHJ-EPMT-SMT

---

### Ansprechpartner für die Medien

Dynamics Group +41 22 308 62 20  
Stephan Post +41 79 702 00 40  
Christophe Lamps +41 79 476 26 87

[www.dynamicsgroup.ch](http://www.dynamicsgroup.ch)