



O T T A W A

Handelsabteilung
EVD3003 B e r n

an	TE	HS	DIS			a/a
Datum	17.5.					
Visa	76					
EPD	17.05.77	15				
Ref.	S.C.H. Ca. 111.0					

511.21 sd - WE/si den 13. Mai 1977

Zur Lage der Schweizeruhr in Kanada

Anfangs dieser Woche trafen sich in Toronto zwei Vertreter der schweizerischen Uhrenindustrie, Herr René Retornaz von der Fédération Horlogère und Herr Roger Anker, ASUAG, mit einer Gruppe von neun kanadischen Uhrenimporteuren. An der von Herrn Generalkonsul Neeser organisierten Zusammenkunft nahm auch mein erster Mitarbeiter teil. Im folgenden seien einige seiner Eindrücke und Folgerungen aufgezeichnet, welche sich aus den Gesprächen sowohl mit den Schweizer Uhrenvertretern als auch den kanadischen Händlern ergaben. Zum Teil stützen sie sich auch auf die allgemeine Marktbeobachtung.

Der Rückgang der schweizerischen Uhrenverkäufe nach Kanada ist bedenklich, vor allem weil er ununterbrochen anhält. In den guten Jahren 1973 und 1974 exportierte die Schweiz durchschnittlich für 59 Mio Franken Uhren nach Kanada. Im Jahre 1975 waren es 43,5 Mio Franken, also 30,3 % weniger als im Vorjahr. Im darauffolgenden Jahr, 1976, wurden noch Uhren im Werte von 37,1 Mio Franken hierher exportiert; der Rückgang betrug 14,8 %. Die neuesten Zahlen für das erste Quartal 1977 zeigen erneut einen verstärkten Rückgang an, indem die Ver-

./.

- Finanz- und Wirtschaftsdienst, EPD, 3003 Bern
- Schweizerische Generalkonsulate
T o r o n t o M o n t r e a l
- Schweizerisches Konsulat
V a n c o u v e r

Fichtu



käufe um 21,8 % unter der entsprechenden Vorjahresperiode liegen. Wenn es so weiter geht, müssen wir damit rechnen, dass die Uhrenexporte nach Kanada dieses Jahr nicht mehr viel mehr als einen Drittel der durchschnittlichen Verkäufe der Jahre 1973 und 1974 ausmachen werden. Dabei ist die Gesamtnachfrage nach Uhren in Kanada über diese Jahre hinweg verhältnismässig stabil geblieben.

Das Problem ist jetzt nicht mehr (wie 1975) die amerikanische LED- sondern die japanische Quarzuhr. Seiko gewinnt mit der Analog-Quarzuhr fortlaufend neue Marktanteile, die der mechanischen Schweizeruhr verloren gehen. Nach Ansicht der Importeure ist die japanische Firmengruppe in der Formgebung (modisch und flach), im Service und auch im Preis den Schweizerprodukten ebenbürtig.

Das Debakel mit den amerikanischen LED-Uhren, bei welchen z.B. die bekannte Juwelierfirma Birks die Hälfte der verkauften Stücke wegen Fabrikationsfehlern zurücknehmen musste, hat die Hersteller aus den USA ziemlich diskreditiert.

Die teuren Schweizeruhren werden immer noch sehr gut verkauft. So konnte z.B. der Rolex-Vertreter letztes Jahr seinen Absatz sogar leicht steigern.

Uhren muss man heute in Kanada verkaufen und nicht in der Schweiz. Die Japaner bemühen die Einkäufer auch nicht zu sich, sondern gehen selbst den Kunden nach. Dies bedeutet natürlich ein Umdenken bei den schweizerischen Herstellern, welche bis 1974 gewöhnt waren, dass die Kunden zu ihnen kamen.

Eine Wiedereröffnung des Uhreninformationszentrums in Toronto hätte wenig Sinn. Es wäre rentabler, wenn stattdessen eine gute Werbeagentur mit den Public Relations

beauftragt würde. Die Japaner werben dauernd (und auf sehr gekonnte Art) am Fernsehen. Ueber die Schweizeruhren hingegen erfährt der Konsument praktisch nichts. Die wirkungsvolle Einblendung des "Swiss Timing" anlässlich der Fernsehübertragungen aus den olympischen Spielen in Montreal droht ohne Folgewerbung ihren Effekt zu verlieren. Herr Retornaz und Herr Anker sind sich dieser Tatsache durchaus bewusst. Sie sind allerdings der Ansicht, dass man die Markenwerbung mit der allgemeinen Werbung für die Schweizeruhr verbinden sollte. Falls dies gut gemacht wird, könnte ein solches Vorgehen durchaus erfolgreich sein. Aber Werbung ersetzt effizientes Verkaufen nicht.

Der kanadische Markt ist m.E. noch nicht verloren. Gerade für die ältere Generation ist die Schweizeruhr nach wie vor das bevorzugte Produkt. Es ist zu hoffen, dass diese stabile (wenn auch nicht sehr aufregende) Absatzregion nicht durch Apathie noch mehr verloren geht.

DER SCHWEIZERISCHE BOTSCHAFTER

(Pictet)