

Er mischt den globalen Uhrenhandel auf

Der Zuger Luxusuhrenhändler Chronext geht an die Schweizer Börse. Dahinter stehen nicht nur monetäre Überlegungen.

Maurizio Minetti

Pünktlich wie ein Schweizer Uhrwerk erscheint Philipp Man zum Gespräch. Der 30-Jährige stammt aus Köln und hat in London studiert, wohnt aber seit neun Jahren in Zug. «Ich fühle mich hier wohl und möchte, sobald es geht, die Schweizer Staatsbürgerschaft beantragen», sagt Man.

Die Schweizer Tugenden hat er verinnerlicht. Neben der Pünktlichkeit auch die Liebe zu Luxusuhren. Philipp Man besitzt eine Menge davon – vor allem aber handelt er mit Tausenden Exemplaren. Auf der Handelsplattform Chronext, die er 2013 mit seinem Studienfreund Ludwig Wurlitzer in Zug gegründet hat, kostet keine Uhr unter tausend Franken. Die teuerste ist eine Patek Philippe Grand Complications für 385 000 Franken.

Umkämpfter Markt, der stark wächst

Chronext, so würde man auf Schweizerdeutsch sagen, ist ein Onlineshop für Occasionsuhren im Luxussegment. Das war die Geschäftsidee von Man und Wurlitzer, als sich die beiden Uhrenliebhaber in der Küche ihrer Londoner Wohnung erste Gedanken über eine eigene Firma machten. In der Branche spricht freilich niemand von Occasion oder Secondhand, sondern von «Certified Pre-Owned». Die Bezeichnung soll ausdrücken, dass der Verkäufer die Echtheit der Uhr garantiert.

Als Chronext anfang, steckte der Markt für gebrauchte Luxusuhren noch in den Kinderschuhen, mittlerweile gibt es global viele Konkurrenten und sogar alteingesessene Händler wie Bucherer verkaufen «Certified Pre-Owned»-Uhren. Glaubt



Philipp Man, Mitgründer und CEO von Chronext.

Bild: Chronext

man Marktprognosen, wird sich das Geschäft zunehmend ins Internet verlagern. Während laut dem Beratungsunternehmen McKinsey 2019 rund 12 Prozent der Verkäufe von Premium- und Luxusuhren in Internet stattfanden, dürften es 2025 bereits 23 Prozent sein.

Chronext glaubt, durch den Verkauf von gebrauchten, aber auch neuen Uhren sowie durch die Verzahnung von Online und physischer Präsenz Vorteile zu haben in diesem stark umkämpften Markt. Sorgte Chronext zu Beginn noch für Spott traditioneller Händler, vertreibt das Unternehmen mittlerweile Ware von fast 1500 Händlern, deren Namen aber geheim bleiben sol-

len. Bekannte Topmarken wie Rolex, Omega oder IWC haben die Möglichkeit, ihre Ware bei Chronext zu platzieren. Dieses Plattformgeschäft macht zwei Drittel des Umsatzes aus, den Rest erwirtschaftet Chronext mit eigenem Handel.

Firmenwert dürfte rund eine Milliarde erreichen

109 Millionen Franken Umsatz hat das Unternehmen 2020 mit rund 120 Angestellten erwirtschaftet. Damit ist Chronext ein kleiner Fisch im globalen Luxusuhrenhandel. Zum Vergleich: Der weltweit grösste Uhren- und Schmuckhändler Bucherer machte vor der Pandemie schätzungsweise rund 1,6 Milliarden

Umsatz. Doch die jährlichen Wachstumsraten von Chronext sind enorm. Dieses Jahr peilt man ein Wachstum von 40 Prozent an, sagt Man. 2020 machte der Handel mit neuen Uhren 76 Prozent des Umsatzes aus, künftig möchte Man den Anteil der gebrauchten Uhren steigern, denn diese versprechen eine höhere Gewinnmarge. Seit der Gründung haben Investoren über 100 Millionen Franken in das Unternehmen gesteckt, ohne dass Chronext je Gewinn erwirtschaftet hätte. Doch CEO Philipp Man stellt klar: «Wenn wir wollten, könnten wir heute schon einen Gewinn ausweisen, aber wir reinvestieren die Gewinne in Technologie und Mar-

kenaufbau.» Schon bald werden die Investoren aber Gewinne erwarten, denn Chronext geht jetzt an die Börse – in der Schweiz, versteht sich. «Wir sind ein Schweizer Unternehmen und als solches war immer klar, dass wir an die Schweizer Börse wollen», sagt Man.

Der für das vierte Quartal 2021 angepeilte Börsengang soll eine Kapitalerhöhung von rund 250 Millionen Franken umfassen. Der Marktwert dürfte Insider zufolge rund eine Milliarde Franken erreichen. Die Kotierung an der SIX Swiss Exchange sei der «natürliche nächste Schritt», um «die Sichtbarkeit und das Vertrauen in die Marke sowie das internationale Profil des Unter-

nehmens» zu stärken, sagt Man, der an der Cambridge Judge Business School eine Abschlussarbeit über den Luxusuhrenmarkt verfasst hat. Die Aktien werden privaten und institutionellen Anlegern in der Schweiz sowie institutionellen Anlegern in bestimmten anderen Ländern angeboten.

Zug bleibt auch zukünftig Hauptsitz

Mit dem frischen Geld möchte das Unternehmen sein Wachstum vorantreiben. Heute ist Chronext vor allem im deutschsprachigen Raum aktiv. «Wir möchten in Europa weiterwachsen und in den USA Fuss fassen», sagt Man. Die Mittel aus dem Börsengang könne Chronext zum Beispiel für Zukäufe nutzen.

Obschon das operative Geschäft grösstenteils aus Köln betrieben wird, soll Zug der Hauptsitz bleiben, bekräftigt Man. Vor fünf Jahren sagte er dieser Zeitung, Wurlitzer und er hätten sich für Zug entschieden, weil die Miete in Zürich zu teuer war. In Zug habe man über Bekannte ein sehr gutes Angebot gefunden. Nach mehreren Umzügen residiert Chronext heute am Feldpark 9 in Zug. Hier betreibt das Unternehmen auch eine «Lounge», sprich eine Art Showroom. Interessierte können nach einer Terminvereinbarung Uhren anprobieren, die sie online gesehen haben. Zehn weitere solche Läden hat Chronext. Die «Lounges» betreibe man aber nicht, um die Verkäufe anzukurbeln, betont Man: «Sie bringen Vertrauen. Die Kunden sehen so, dass wir wirklich existieren. Das ist für ein Technologieunternehmen wichtig.» Sichtbarkeit soll auch der Börsengang bringen. Das wird im Kampf gegen die Grossen der Branche sicher helfen.

Aussichten

Anleger sind keine dumme Schafherde

In der Schweiz wird das Mittelmass gehegt und gepflegt. Mathematisch ausgedrückt handelt es sich um das 50. Perzentil. Das beginnt schon gleich nach der Geburt. Das Kleinkind wird gewogen, vermessen und mit dem Mittelmass verglichen. Der Perzentilenrechner gibt je nach Geschlecht an, ob das jeweilige Kind grösser oder kleiner, schwerer oder leichter ist als andere Kinder im jeweiligen Alter. Das bekannteste Perzentil, das die untere Hälfte aller Werte von der oberen trennt, ist das 50-Prozent-Perzentil, der «Median». Weitere häufig verwendete Werte sind das 25- und 75-Prozent-Perzentil, die das untere und das obere Viertel der Verteilung abschneiden.

Inzwischen weiss man allerdings, dass es genetische Vorbedingungen gibt. Es wird wohl niemandem Sorgen bereiten, wenn das Kind von überdurch-

schnittlich grossen Eltern selbst auch wieder überdurchschnittlich gross ist. Genauso wenig sind wir überrascht, wenn nach einem langen Wettbewerbsverfahren herausragende Fussballer die Champions League gewinnen werden und nicht die Berner Young Boys. Aber um wenigstens diese winzig kleine Chance aufrechtzuerhalten, wird dessen Trainer wohl die besten Stürmer aufstellen und nicht einfach das Mittelmass aus dem breiten Kader.

Der Medianwert mag interessant sein, aber als Zielgrösse halte ich ihn nicht für erstrebenswert. Wenn ich hundert verschiedene Aktien und Anleihen in einen Korb lege, dann erfreut es mich nicht, mich am 50. Perzentil zu orientieren. Aber genau das will uns die Finanzindustrie der passiven Anlagefässer wahr machen. Wir sollten die Augen vor der Wirklichkeit verschliessen:

Wir sollten nicht zuhören und nicht zusehen, was auf der Welt geschieht, sondern einfach blindlings dem 50. Perzentil folgen und demzufolge in alle hundert Aktien respektive in den Aktienkorb als Ganzes (sogenannte «ETF») investieren. Die Blackrocks dieser Welt behandeln uns Anleger wie eine dumme Schafherde. Man betrachtet die Investoren als unfähig, zwischen kranken und kerngesunden Unternehmen zu unterscheiden. In jeder Berufskategorie gehört dies jedoch zur beruflichen Alltagsleistung. Von einer Zahnärztin erwarte ich, dass sie das Röntgenbild richtig interpretiert, und von einem Automechaniker erwarte ich, dass er den Motor richtig zu analysieren vermag. Inzwischen weiss man dank ausgiebiger Kapitalmarktforschung längst, was unternehmerisch gut geführte Firmen auszeichnet. Die Diagnostik ist weit fortgeschritten und hochsensibil-

le Szenarioinstrumente stehen ausreichend zur Verfügung – für das Fremdkapital (Anleihen) genauso wie für das Eigenkapital (Aktien) von Unternehmen. Ebenso weiss man, wie wichtig beispielsweise solide Bilanzen in einer Wirtschaftskrise sind.

Sich am Mittelmass zu orientieren heisst, dass man zwischen Gewinnern und Verlierern, zwischen resilienten und krisenanfälligen Branchen und Geschäftsmodellen nicht mehr unterscheiden kann. Ob man innovativ und kreativ ist oder in Forschung und Entwicklung hinterherhinkt, ob man Marktanteile gewinnt oder verliert – das alles soll einerlei sein. Wenn man hundert Unternehmen aufführt und danach analysiert, wie sie beispielsweise die globale Finanzkrise von 2008/09 und die Coronapandemie von 2020/21 bewältigt haben, kann man diese dem Erfolg entsprechend einem Per-

zentil zuordnen. Mir gefallen natürlich diejenigen Unternehmen, die sich im 75. Perzentil und höher befinden. Sie haben mir massgeblich geholfen, die Rendite des Portfolios zu steigern. Es braucht schon eine gewisse Hartnäckigkeit und Engstirnigkeit, zu glauben, dass die Verlierer von gestern und heute die Gewinner von morgen sein werden. Ein Beispiel für den Schweizer Markt mit einem konkreten Beispiel: Wenn man seit 15 Jahren konsequent die beiden Grossbanken UBS und Credit Suisse aus dem Schweizer Aktienkorb ausgeschlossen hat, vermochte man den passiven Index mit Leichtigkeit zu übertreffen.

Die Verlierer können sich vielfach gar nicht rasch wandeln. Sie haben meistens schwere Einbussen im Markenvertrauen erlitten. Wer trägt heute noch Abercrombie & Fitch mit Stolz auf sich? Wer fotografiert

noch mit Kodak und telefoniert mit einem Nokia-Handy? Diejenigen zehn Prozent der Unternehmen, welche die letzten beiden grossen wirtschaftlichen Herausforderungen schlecht bewältigt haben, werden mit einer erhöhten Wahrscheinlichkeit auch in der nächsten Krise nicht zu den herausragenden Topgewinnern zählen. Aber vielleicht sollte ich mich der Schafherde anschliessen. In der Gruppe fühlt sich wohl, wer nichts überlegen und nicht entscheiden will.



Maurice Pedergnana
Professor für Banking und Finance an der Hochschule Luzern und Studienleiter am Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ).