

Die Rache der Schweizer Plastikuhr

Die fünfte Staffel von «Zeitsprung» widmet sich den Eroberungen – damals und heute. Damit sind auch Markteroberungen gemeint, wie die Geschichte der Schweizer Uhren zeigt.

Schweiz Wer heute von Eroberungen spricht, meint meist Märkte, nicht Territorien. Zwar erinnert der russische Angriff auf die Ukraine daran, dass der Kampf um Land nicht verschwunden ist. In den Dienstleistungsgesellschaften der Gegenwart zählen aber vor allem Markteroberungen. Auch sie haben eine räumliche Dimension, denn Märkte erstrecken sich in



Raum und Zeit. Doch sie werden nicht mit militärischer Gewalt erobert, sondern mit ökonomischer Wucht. Folglich sprechen wir vom Marktdurchbruch und vom Siegeszug, vom Senkrechstart, vom Boom und von Erfolgswellen. Wie schnell Märkte verloren gehen und wieder zurückgewonnen werden können, zeigen die Westschweizer Uhrenindustrie – und die Geschichte der Swatch.

Bis in die 1970er-Jahre war die Schweizer Uhrenindustrie im gehobenen Segment führend. Nach Stückzahl hielt sie 40 bis 50 Prozent des Weltmarkts, bei

«Den Umschwung brachte die Massenfertigung in Japan, möglich geworden durch den Siegeszug der Elektronik.»



Schweizer Plastikuhren eroberten den Uhrenmarkt.

Bild: Keystone

mechanischen Uhren besass sie das Qualitätsmonopol. Zugleich war sie eine wichtige Arbeitgeberin. Die Branche war und ist kleinteilig organisiert: Im Établissage-System arbeiteten Hunderte Zulieferer und Montagefirmen zusammen. Gestützt wurde ihre Stellung durch das Uhrenstatut («Statut horloger»), ein staatlich abgesichertes Kartell, das die Branche von den 1930er-Jahren bis Ende 1971 regulierte. Es verband private Absprachen mit bundesrechtlichen Vorschriften und war damit ein Sonderfall in der liberalen Schweizer Wirtschaftsordnung. Das Statut hielt Strukturen am Leben, die im Wettbewerb nicht bestanden hätten, und bremste die Modernisierung.

Dann kam die Quarzkrise. Bereits 1967 hatte das Centre Electronique Horloger in Neuen-

burg mit dem Prototyp Beta 1 ein Quarzwerk für Armbanduhren entwickelt, das am Observatorium Neuenburg Rekorde aufstellte. Die Branche hielt Quarz jedoch für ein Nischenprodukt und setzte weiter auf die Mechanik. Zunächst galt die Quarzuhr ja auch als exklusive Kuriosität: Die «Seiko Astron» kostete 1969 so viel wie ein Kleinwagen.

Den Umschwung brachte die Massenfertigung in Japan, möglich geworden durch den Siegeszug der Elektronik. Mit digitalen LED- und LCD-Uhren wurde die Uhr zum billigen Elektronikartikel – das Gegenteil des Schweizer Geschäftsmodells. Japanische Hersteller eroberten den Markt, die Schweizer Anteile brachen ein. Nach Stückzahl fiel der Weltmarktanteil auf etwa 15 Prozent. Die Beschäftigung sank von rund 90'000

auf gut 30'000 Stellen, die Zahl der Firmen schrumpfte um etwa zwei Drittel. Der Jurabogen wurde zur Krisenregion. Die beiden grossen Konzerne, die Allgemeine Schweizerische Uhrenindustrie AG (ASUAG) und die Société Suisse pour l'Industrie Horlogère (SSIH), standen vor dem Konkurs; die Banken mussten eingreifen. Entwickelt hatte die Quarzuhr die Schweiz, profitiert hatte Japan.

Doch dann kam die Swatch und zeigte, dass verlorene Märkte nicht für immer verloren sein müssen. Sie war eine analoge Quarzuhr mit nur 51 statt über 90 Einzelteilen. Ihr Kunststoffgehäuse wurde mit Ultraschall verschweisst. Deshalb liess sie sich nicht reparieren. Dafür wurde sie vollautomatisch gefertigt, was die Produktionskosten stark senkte. Am 1. März 1983

kam die «Second Watch» für 50 Franken auf den Markt und wurde ein durchschlagender Erfolg. Die Swatch avancierte zum Mode-Accessoire, es folgten Kollektionen und Künstlereditionen, Sammler jagten nach seltenen Modellen. Die Schweiz eroberte den Markt nicht über den Preis zurück, sondern über Design, Emotion und Marke. 1994 lag der Weltmarktanteil Schweizer Uhren wieder bei 53 Prozent – ein Wert, den Anfang der 1980er-Jahre kaum jemand für möglich gehalten hätte und der ohne die Swatch wohl nicht erreichbar gewesen wäre.

Was ist die Pointe dieser Rückerobertung? Ab den späten 1980er-Jahren erlebte die mechanische Uhr eine Renaissance als Luxus- und Statusobjekt. Beim Umsatz dominierte die Schweiz klar, bei den Stückzah-

«Dann kam die Swatch und zeigte, dass verlorene Märkte nicht für immer verloren sein müssen.»

len nicht. Der Markt wurde neu definiert: Die Uhr wandelte sich vom Zeitmesser zum Schmuck- und Prestigeobjekt. Doch die Geschichte ging weiter. Seit etwa 2019 verkauft Apple mehr Smartwatches als die gesamte Schweizer Uhrenindustrie Uhren. Offen ist, ob Luxus und Status diesmal als Schutzmauer ausreichen.

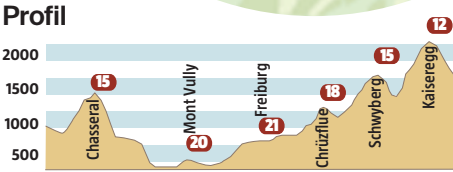
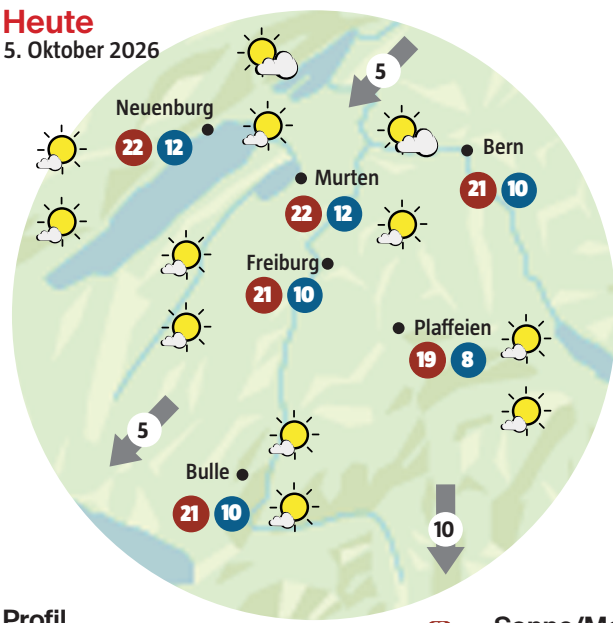


Siegfried Weichlein
Siegfried Weichlein ist Professor für europäische und schweizerische Zeitgeschichte an der Universität Freiburg.

Zur Serie

Viele aktuelle Fragen sind gar nicht so neu. In der Serie «Zeitsprung» zeigen Historikerinnen und Historiker unserer Universität, wie sich gesellschaftliche Themen im Lauf der Zeit entwickelt haben – und was wir daraus für die Gegenwart lernen können. Die fünfte Staffel widmet sich dem Thema Eroberungen und erscheint alle 14 Tage. (vau)

Heute 5. Oktober 2026



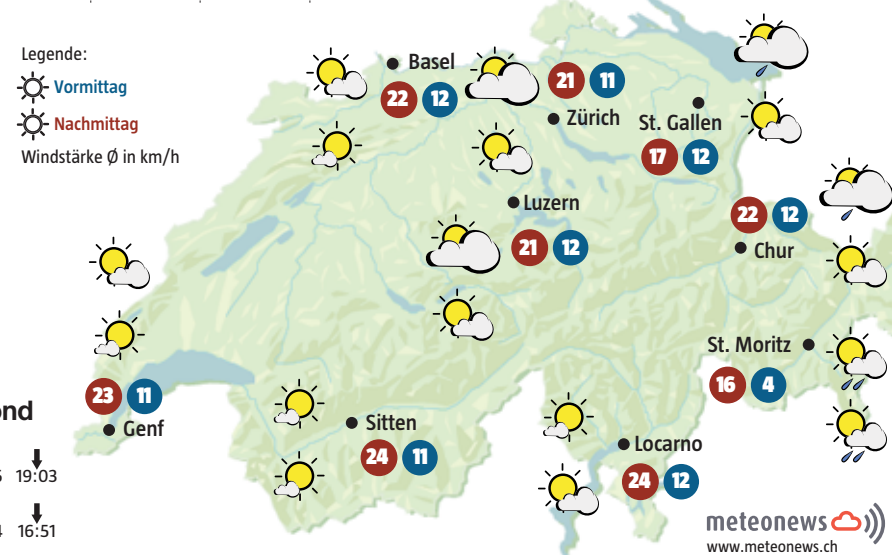
Aussichten

Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
20 10	21 11	14 12	12 6

Legende:
 Vormittag
 Nachmittag
Windstärke Ø in km/h

Wetterlage

Die neue Woche startet mit einem Mix aus Sonnenschein, Nebel- und hohen Wolkenfeldern. Im Lauf des Montags wird die Luft trocken, die Sonne hat dann klar das Sagen. Bei leichter Bise werden am Nachmittag 21 bis 22 Grad erreicht. Morgen Dienstag liegt im Seeland zuerst Nebel, sonst lacht die Sonne von einem blauen Himmel.



Weltwetter

Heute		
Amsterdam	freundlich	20°
Athen	sonnig	25°
Bangkok	gewitterhaft	32°
Barcelona	kaum Regen	24°
Belgrad	schön	23°
Berlin	freundlich	21°
Brüssel	hohe Wolken	21°
Budapest	schön	25°
Buenos Aires	teils bewölkt	22°
Dublin	teils bewölkt	19°
Genf	schön	23°
Helsinki	wenig Regen	13°
Istanbul	freundlich	20°
Johannesburg	freundlich	21°
Kairo	hohe Wolken	30°
Kopenhagen	teils bewölkt	18°
Lissabon	freundlich	25°
London	freundlich	22°
Los Angeles	sonnig	35°
Madrid	kaum Regen	22°
Mexico City	gewitterhaft	21°
Moskau	wenig Regen	13°
Nairobi	teilw. Regen	28°
New York	schön	21°
Oslo	freundlich	17°
Paris	schön	24°
Peking	sonnig	23°
Rio de Janeiro	gewitterhaft	29°
Rom	hohe Wolken	25°
Stockholm	Hochnebel	17°
Sydney	teils bewölkt	23°
Wien	freundlich	23°
Zagreb	hohe Wolken	22°

Impressum Freiburger Nachrichten
Auflage: 16'045 Exemplare, davon verkaufte Auflage 13'613 Exemplare; Grossauflage Donnerstag: verbreitete Auflage 44'117 Exemplare (WEMF-beglaubigt)
Hauptredaktion Freiburg: Avenue de Tivoli 3, 1701 Freiburg, Tel. 026 505 34 34, redaktion@wirfreiburg.ch
Redaktionsbüro Murten: Irisweg 12, 3280 Murten, Tel. 026 672 34 41, see@freiburger-nachrichten.ch, www.wirfreiburg.ch
Herausgeberin und Verlag: Freiburger Nachrichten AG, Avenue de Tivoli 3, Postfach 256, 1701 Freiburg, Tel. 026 347 30 00, werbung@freiburger-nachrichten.ch, abo@freiburger-nachrichten.ch
Direktor: Christoph Nussbaumer
Publizistischer Leiter: Marc Lehmann (leh)
Redaktionsleitung: Fahrettin Calislar (lca, Produktion); Sarah Polson-Neuhaus (san, Digital); Imelda Ruffieux (im, Themen)
Druck: DZB Druckzentrum Bern AG
Urheberrechte: Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwendung der redaktionellen Inhalte (insbesondere deren Vervielfältigung, Verbreitung, Speicherung und Bearbeitung) bedarf der schriftlichen Zustimmung durch die Herausgeberin. Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder anderweitig verwertet werden. Insbesondere ist es untersagt, Inserate – auch in bearbeiteter Form – in Online-Dienste einzuspeisen. Jeder Verstoß wird von der Herausgeberin rechtlich verfolgt.
Die in dieser Zeitung enthaltenen überregionalen Seiten Schweiz, Wirtschaft, Mobilität und Ausland werden bei CH Media eingekauft.