

UHRENINDUSTRIE

Rolex vs. Omega: Battle of the Brands

Rolex oder Omega? Für Uhren-Liebhaber ist das die Frage aller Fragen. Nun zeigt eine neue Analyse: Die Marke Rolex ist deutlich stärker.

Von **Marcel Speiser**
vor 5 Stunden

In der Welt der Luxusuhren ist [Rolex](#) – die Marke mit der Krone als Logo – die unbestrittene Königin. Sie kommt auf die höchsten Marktanteile, den höchsten Markenwert, den grössten Umsatz. Kurz: Rolex ist das Mass aller Dinge, wenn es um Schweizer Uhren geht. «Diese Stellung kommt nicht von ungefähr», kommentiert Philipp Zutt, Chef der Zürcher Neuromarketing-Unternehmensberatung Zutt & Partner.

«Im Vergleich mit dem Konkurrenten Omega zeigt sich deutlich, wie raffiniert Rolex die Marke mit der Krone emotionalisiert», so [Zutt](#) weiter. Das sei entscheidend. Denn: «Kunden kaufen keine Luxusuhr, um die Zeit abzulesen, sondern um ein bestimmtes Gefühl vermittelt zu bekommen.»

Rolex schlägt Omega

Zutt hat im Vorfeld der Uhrenmesse [Baselworld](#), welche am Donnerstag beginnt, [in einer detaillierten Markenstudie](#) untersucht, wie gut sich Rolex im Vergleich zu Omega – der klaren Nummer 2 unter den Schweizer Uhrenmarken – schlägt. Immer geht es dabei um die Emotionen, welche die Marke auslöst: in der Werbung, in den Läden, mit ihren Botschaftern, mit den Werten, für welche die Marke steht. Das Resultat ist eindeutig: «Rolex verdient die Krone wirklich», resümiert Zutt.

Zufrieden zurücklehnen dürfe sich aber auch die Nummer 1 nicht, so der Experte weiter: «Die Verkaufspunkte von Rolex decken ihre Markenemotionen – namentlich Sicherheit und Status – nur ungenügend ab», sagt Zutt. Dies ist für ein Unternehmen, das einen

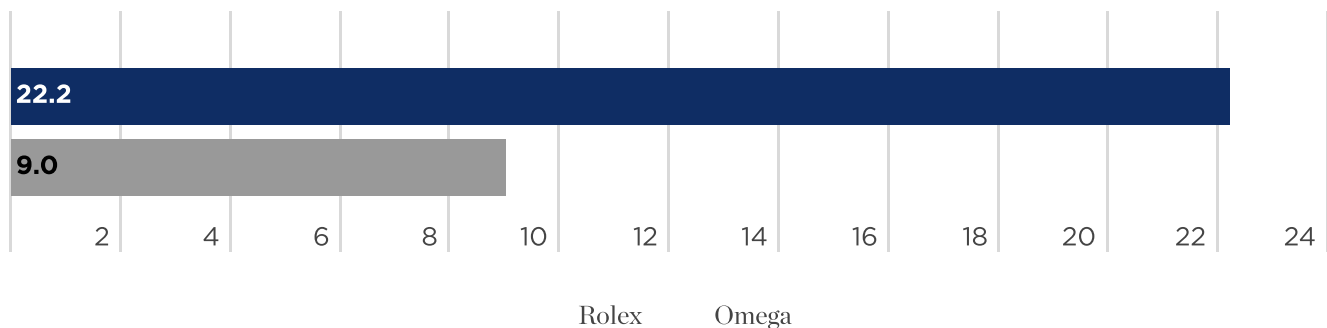
weiten Bogen um das Internet macht und seine Produkte zu 99 Prozent über Dritte – insbesondere über den weltgrössten Uhrenhändler [Bucherer](#) – verkauft, ein Manko.

Noch schwerer wiegt für Zutt allerdings, dass die Werbekampagnen von Rolex kaum Emotionen auslösen. Er sieht es positiv: «Nicht nur Omega hat viel zu tun, auch der Marktführer könnte sein Emotionalisierungspotenzial weiter ausschöpfen.»

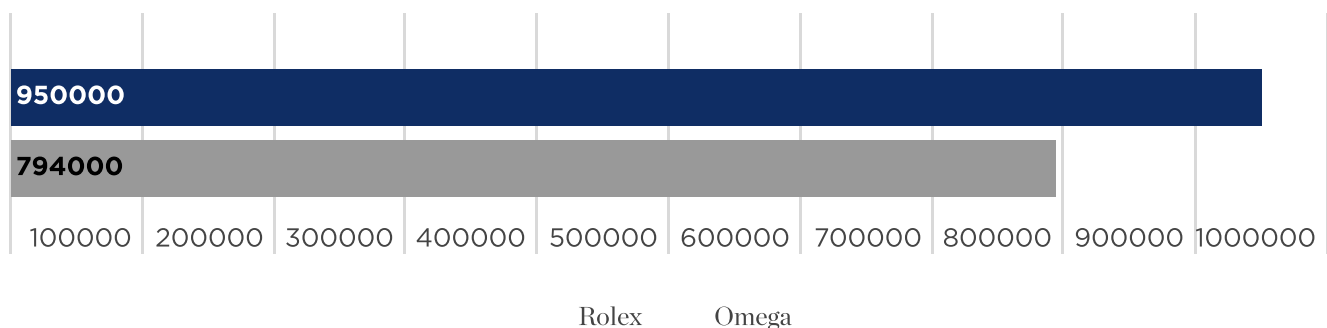
Auch die harten wirtschaftlichen Fakten – wie Verkaufszahlen, Durchschnittspreise und Markenwert – sprechen im [Brand Battle](#) zwischen Rolex und Omega klar für die Genfer (siehe Grafik) unten. Immerhin: Der Abstand zwischen Omega und der Nummer 3 im Markt – Longines – ist abgesehen vom Umsatz ebenfalls sehr ausgeprägt.

Grosser Markenvergleich: Rolex vs. Omega

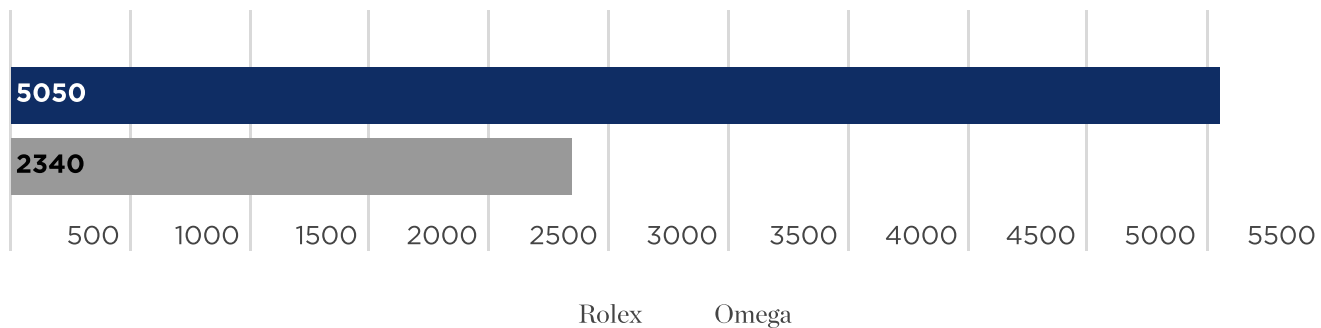
Marktanteile (in Prozent)



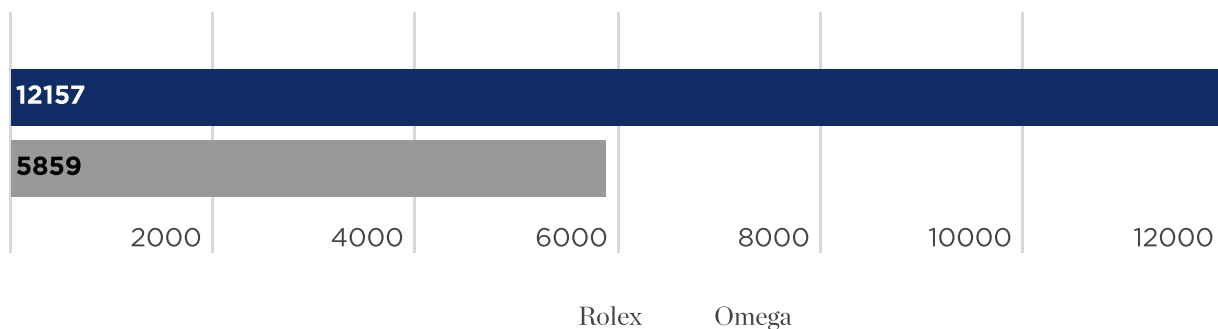
Verkaufte Uhren (Stück)



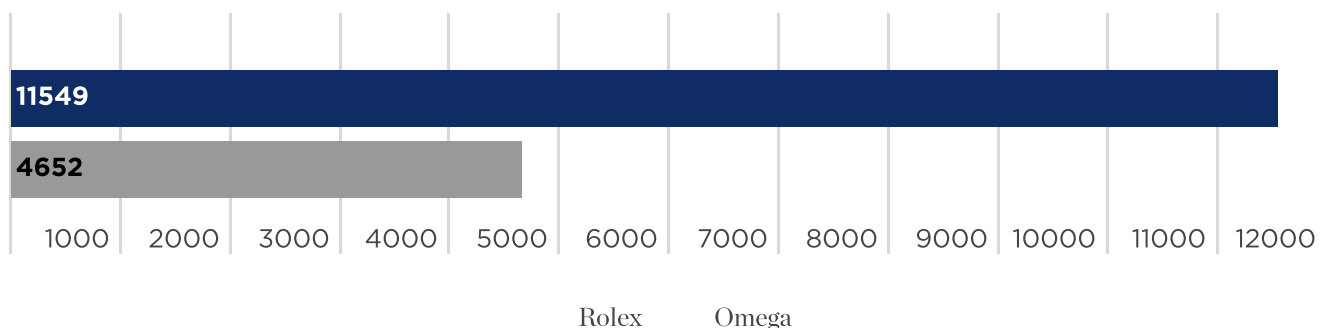
Umsatz (in Millionen Franken)



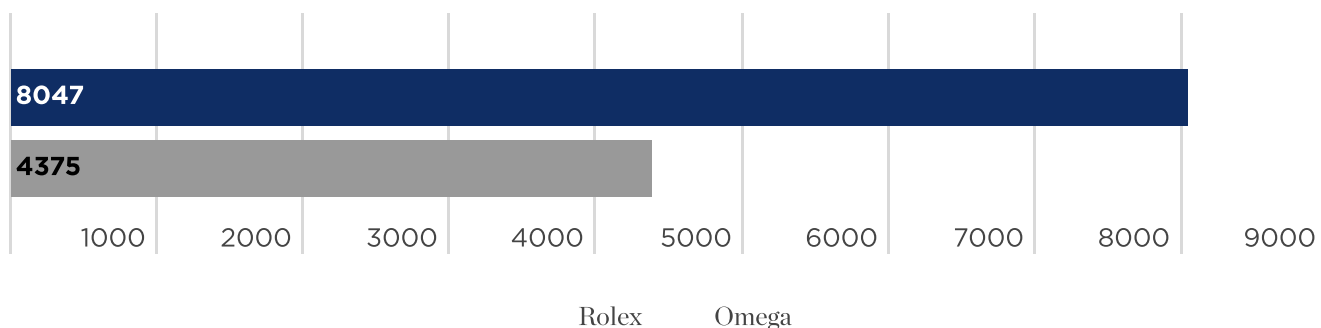
Durchschnittspreis (je Uhr, in Franken)



Handelswert der Uhren (in Mio. Fr.)



Markenwert (in Millionen Dollar)



Quellen: Luxeconsult/Morgan Stanley/Zutt & Partner/Brand Finance