

24.03.2011 – 06:00 Uhr

BaselWorld: WorldWatchReport entschlüsselt Trends der Uhrenindustrie

Schweiz (ots) -

Die auf das digitale Luxussegment spezialisierte Marketingfirma IC-Agency hat anlässlich der BaselWorld im siebten Jahr in Folge die Ergebnisse des WorldWatchReport vorgestellt. Bei dem Bericht handelt es sich um eine exklusive Marktstudie, in der die Nachfrage nach 25 Luxusuhrenmarken(1) von Kunden aus zehn Absatzmärkten(2) entschlüsselt wird.

Die wichtigsten Erkenntnisse, die in diesem Jahr durch die Analyse von Suchanfragen in dreistelliger Millionenhöhe (3) sowie des offiziellen Markenauftritts auf Facebook und Youtube erlangt wurden, lauten:

- Die dominierende Position der BRIC-Märkte

Knapp 1 von 3 Suchanfragen für Luxusuhrenmarken stammen aus den BRIC-Märkten, wobei China (20%) in puncto Marktgröße hinter den USA (32%) an zweiter Stelle rangiert.

- Die zunehmende Bedeutung der Social Media

1,5 Millionen Uhrenliebhaber sind mittlerweile auf Facebook mit Luxusmarken verbunden, ein überwältigender Anstieg von +450% gegenüber dem Vorjahr, wobei Bulgari und TAG Heuer das Feld in Sachen Brand Engagement anführen. Rolex und Patek Philippe sind die einzigen Marken, die in dem 600 Millionen Mitglieder zählenden sozialen Netzwerk nicht offiziell vertreten sind.

Hublot, Rolex, Breitling und Omega sind die beliebtesten Marken auf Youtube, das sich zur wichtigsten Quelle für Uhrenrezensionen im Netz entwickelt. Von Nutzern eingestellte Videos machen 44% der am häufigsten angesehenen Clips über Uhrenmarken aus.

- Ein globalisierter Wirtschaftszweig mit ausgeprägten Präferenzunterschieden bei den Kunden aus unterschiedlichen Gegenden

- Die Beliebtheit der Marken: Rolex hat seinen Share of Voice in Europa und den Vereinigten Staaten im Vergleich zum Vorjahr verstärkt, aber im Rennen um China hinkt die Marke mit der Krone Longines (19,3%), Omega (16,3%), Rado (11,7%) und Cartier (10,1%) hinterher. Swatch-Marken, insbesondere Rado und Longines, erfreuen sich in den BRIC-Ländern großer Beliebtheit. So stammen 75% der Nachfrage nach diesen beiden Marken aus diesen Ländern. China ist ein äußerst wichtiger Markt für die "Haute Horlogerie"-Marken Vacheron Constantin (39%), IWC (32%) und Patek Philippe (27%), ein Beleg dafür, dass chinesische Verbraucher zunehmend nach noblen und exklusiven Chronometern verlangen.

- Modelle und Kollektionen: Klassische und bekannte Modelle im mittleren Preissegment sind am stärksten nachgefragt. Die Omega Seamaster (5,6%) konnte das dritte Jahr in Folge ihre Poleposition behaupten, während die Rolex Submariner (4,7%) und die Daytona (4,2%) einen Platz nach oben gesprungen sind und jetzt den 2. bzw. 3. Platz belegen. Neben diesen beiden führenden Marken sind die meisten Plätze in den Top 30 von TAG Heuer, Cartier und Breitling besetzt, und zwar jeweils mit ihren beliebtesten Modellen Carrera (6. Platz, 2,9%), Tank (7. Platz, 2,5%) und Navitimer (12. Platz, 1,7%).

- Markenbotschafter: Die Stars mit den meisten Suchanfragen im Netz sind so international wie die Industrie. Die Spitzenreiter aus dem vergangenen Jahr Tiger Woods (TAG Heuer, 1. Platz, 16,2%) und Aishwarya Rai (Longines, 2. Platz, 9%) werden nun gefolgt von Jet Li (neu bei Hublot, 3. Platz, 6,7%), der die Vorjahresplatzierung von Nicole Kidman übernimmt (Omega, 8. Platz, 3,3%).

(1) 25 Marken abgedeckt: Audemars Piguet, Baume & Mercier, Blancpain, Breguet, Breitling, Bulgari, Cartier, Chopard, Ebel, Frank Muller, Girard-Perregaux, Hublot, IWC, Jaeger-LeCoultre, Longines, Montblanc, Omega, Patek Philippe, Piaget, Rado, Raymond Weil, Rolex, Tag Heuer, Vacheron Constantin und Zenith

(2) 10 Absatzmärkte abgedeckt: Brasilien, China, Frankreich, Deutschland, Indien, Italien, Japan, Russland, die Vereinigten Staaten und das Vereinigte Königreich

(3) Der auf Google sowie auf Yandex in Russland und Baidu in China basierende WorldWatchReport deckt

durchschnittlich 85% der Suchmaschinen-Marktanteile weltweit ab.

Informationen über den WorldWatchReport

Den WorldWatchReport gibt es seit 2004. Er wird von der Marketingfirma IC-Agency, die sich auf das digitale Luxussegment spezialisiert hat, erstellt und herausgegeben. Partner des von der Fondation de la Haute Horlogerie unterstützten Berichts ist Europa Star (www.europastar.com), "das einflussreichste Uhrenmagazin".

Die vollständige Studie ist ab 1. April 2011 offiziell erhältlich und online bestellbar unter:
www.worldwatchreport.com

Kontakt:

Marc-Olivier Peyer, IC-Agency
Tel.: +41/22/702'07'65
E-Mail: pr@ic-agency.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100007306/100621519> abgerufen werden.