

Was ist da schiefgelaufen?

Gestern hätte Chronext an die Börse gehen sollen. Dazu kam's nicht. Nun schweigt die Firma.



Der Onlinehandel mit neuen und gebrauchten Luxusuhren boomt. Davon will auch die Zuger Firma Chronext profitieren.

Bild: PD

Gregory Remez

Was Fielmann heute für Brillen ist, sollte die Chronext dereinst für Luxusuhren werden. So fasste Philipp Man, Mitgründer und CEO des Zuger Unternehmens, seine Ambitionen vor wenigen Wochen zusammen. Da war bereits bekannt, was in der Branche seit längerem gemunkelt wurde: Der 2013 gegründete Onlinehändler für neue und gebrauchte Uhren will an die Schweizer Börse, und zwar bald.

Gestern hätte Chronext schliesslich sein Debüt an der SIX geben sollen. Mit dem IPO (Initial Public Offering) wollte das Unternehmen zwischen 150 und 230 Millionen Franken einnehmen und damit das weitere Wachstum finanzieren. Dazu kam es allerdings nicht. Am Mittwoch, zwei Tage vor dem offiziellen Termin, blies Chronext den Börsengang kurzerhand ab. Bereits im Vorfeld hatten sich die Anzeichen gemehrt, dass das IPO kein Spaziergang werden

würde. Investmentbanken zweifelten daran, ob die Zuger die bereits im Vorfeld gesenkte Preisspanne von 16 bis 21 Franken pro Aktie würden halten können. Laut Insidern war das Orderbuch Anfang dieser Woche noch weitgehend leer gewesen.

Offenbar war es unter den aktuellen Bedingungen schwieriger als gedacht, Investoren für die Uhrenhandelsplattform zu finden. Angesichts der drohenden Inflation und der möglicherweise strafferen Geldpolitik war die Nervosität unter Anlegern zuletzt gestiegen – was sich in der jüngsten Korrektur an den Aktienmärkten widerspiegelt.

Den Rückzieher begründete das Unternehmen am Mittwoch denn auch mit den «derzeit ungünstigen Marktbedingungen für Wachstumsunternehmen». Man sei aber weiterhin entschlossen, einen Börsengang durchzuführen, «sobald sich die Marktbedingungen stabilisieren». Seither hüllt sich Chronext in Schweigen. Auf wiederholte

Anfragen dieser Zeitung wollte sich das Management nicht weiter zur Situation äussern. Die Enttäuschung scheint tief zu sitzen. Dabei kann den Verantwortlichen kein grosser Vorwurf gemacht werden, ausser wohl, die Publikumsöffnung zu früh angestrebt zu haben.

Gründe für Rückzieher sind vielfältig

Seit der Gründung verzeichnete Chronext ein Umsatzwachstum von jährlich 104 Prozent. Und während die Uhrenindustrie gesamthaft 2020 aufgrund der Pandemie Umsatzeinbussen von 25 bis 30 Prozent verzeichnete, legte Chronext um 18 Prozent zu und knackte zum ersten Mal in der Firmengeschichte die 100-Millionen-Franken-Grenze. Die Tatsache, dass das Unternehmen noch nie in der Gewinnzone war, lässt sich darauf zurückführen, dass Gewinne stets in weiteres Wachstum reinvestiert werden. Die Wachstumsaussichten sind mittel- bis langfristig her-

vorragend. Der Onlinehandel mit neuen und gebrauchten Luxusuhren boomt. Jüngere, digital affine Generationen rücken als potenzielle Kunden nach. Das spielt Chronext und konkurrierenden Onlineplattformen wie Chrono 24 oder Watchbox direkt in die Karten.

«Langfristig könnte das Geschäftsmodell funktionieren», glaubt auch Timo Dainese vom Vermögensverwalter Zugerberg Finanz. Der Zeitpunkt für einen Börsengang sei im Fall von Chronext jedoch denkbar schlecht gewesen. Einerseits aufgrund der gerade schlechten Stimmung auf dem Uhrenmarkt, die sich etwa an den sinkenden Aktienkursen von Swatch und Richemont zeige. Andererseits aufgrund der Vorstellungen des Unternehmens: «Es war schon sportlich, bei einem Umsatz von 100 Millionen Franken das Doppelte an Kapital einholen zu wollen.» Komme hinzu, dass Konkurrenzangebote wie jenes von Chrono 24 inzwischen profitabler seien.