

Sightseeing und Shopping

# Interlaken – Watchtown Switzerland

*Der Kauf eines neuen Schmuckstücks fürs Handgelenk gehört für viele ausländische Gäste genauso zum touristischen Programm wie eine Fahrt aufs Jungfrauojoch, ein Käse-Fondue oder Schweizer Schokolade. Jürg Kirchofer war bei den Ersten mit dabei, als vor rund 30 Jahren der asiatische Markt touristisch bearbeitet wurde. Er erkannte die Bedürfnisse der Asiaten und baute sein Uhrenimperium systematisch aus. Heute ist die Marke Kirchofer in Interlaken omnipräsent.*



## Der richtige Rahmen für die schönsten Uhren der Welt

Der Interlakner Höheweg ist in den vergangenen Jahren zur Uhrenmeile gewachsen. Nicht weniger als 18 Uhrengeschäfte bieten exklusive Chronometer und Markenaccessoires an. Sechs davon gehören zur Kirchofer AG, die damit der absolute Branchenleader am Platz ist. Die Kirchofer-Geschäfte bieten eine unverwechselbare Uhrenlandschaft mit einer luxuriösen ruhigen Atmosphäre, wozu auch private Verkaufsräume gehören. Die Kunden können in 29 Sprachen bedient werden. Auf Wunsch werden sie mit einer Limousine im Hotel abgeholt. «Ein Kunde, der bereit ist, eine hohe Summe zu zahlen, um eine schöne Uhr zu kaufen, soll eine unvergessliche Erinnerung an den Ort haben, an dem er sie gekauft hat», sagt Jürg Kirchofer. Seine Firma führt das weltweit

grösste Sortiment an Schweizer Markenuhren und kann daher auch sehr neutral beraten und auf die meisten Kundenwünsche eingehen. Etwa 120 Marken, unzählige Modelle zu 99% «Swiss made» gehören zum Angebot. Die Kirchofer AG ist damit der zweitgrösste Uhrenverkäufer in der Schweiz, und Interlaken gehört zu den «Topfive» der Verkaufsorte von Chronometern in Europa und steht damit gleich hinter Paris und London, aber noch vor Berlin und Madrid!

## Markenaccessoires und Souvenirartikel

Die Kirchofer AG führt auch ein Shop-in-Shop-Konzept. Da gibt es Platz für Markenaccessoires wie Ledertaschen, Foulards oder starke Schweizer Markenprodukte wie etwa Taschenmesser oder Unterwäsche. Kirchofer wirkt damit bewusst der Uhren-Monokultur entgegen und will den Gästen

ein ganzheitliches Shoppingangebot bieten. Dazu gehört auch die Rekrutierung des Personals. Dieses besteht zu einem grossen Teil ebenfalls aus Asiaten, weil Einheimische kaum der chinesischen oder koreanischen Sprache mächtig sind, und auch wenig Bereitschaft mitbringen, etwa am Abend oder am Wochenende zu arbeiten.

## Kundschaft vorwiegend aus Asien

Interlaken verzeichnet derzeit ein Gästeaufkommen, das zu etwa 70 Prozent aus dem asiatischen Raum stammt. Dazu bewirbt sich Jürg Kirchofer bei den Märkten in Russland und Südamerika. Er verhält sich dabei antizyklisch und hofft, dass die Reisebereitschaft in diesen Ländern steigt. Europa sei zur Zeit vernachlässigbar, da insbesondere der Mittelstand zu sehr ausgeblutet werde, und Reisen bei vielen ausserhalb der Möglichkeiten stehe. Kirchofer wendet seit gut dreissig Jahren über einen Drittel seiner Arbeitszeit für die Akquisition von Neukunden auf, – und dies auf der ganzen Welt.

## Weitsicht zahlt sich aus

Von Anfang an hat Jürg Kirchofer zusammen mit den Jungfrauabahn namhafte unternehmerische Risiken und Investitionen auf sich genommen, ohne mit Bestimmtheit zu wissen, ob und wie sich das später rechnen würde. Die beiden Unternehmen haben damals als Branchenerste aus der Schweiz angefangen, den chinesischen Markt zu bearbeiten, lange vor ihren Mitbewerbern, und noch viel länger vor irgendwelchen Tourismusorganisationen. Relativ lange hat man sie dafür allseits belächelt. Heute zahlen sich die eingegangenen Risiken glücklicherweise aus und kommen einer Vielzahl an Unternehmen und Arbeitnehmern in der Region zugute. Er hoffe, dass dies so bleibe, sagt Kirchofer und wünscht sich, dass gerade auch die Politik begreife, dass dem Tourismus, wie er heute eben funktioniert, gute Rahmenbedingungen zur Verfügung gestellt und nicht Barrieren in den Weg gelegt werden sollten. (AD)

## Zur Person

Jürg Kirchofer (66) übernahm 1982 von seinem Vater Fritz, dem Gründer des Unternehmens, die Uhrengeschäfte. Er hat am Uhrmachertechnikum in La Chaux-de-Fonds studiert und in verschiedenen renommierten Juweliersgeschäften in der Schweiz sowie in Europa gearbeitet. Kirchofer hat auch einen Abschluss in Gemmologie, der Edelsteinkunde. Jürg Kirchofer ist seit 1972 verheiratet, seine Frau Cecilia hat kolumbianisch-spanische Wurzeln. Sie haben zusammen zwei Kinder, Stefan und Alexandra, sowie vier Enkelkinder. Jürg Kirchofers Hobbys sind Golf, moderner Jazz, die Familie, seine Uhrensammlung und die Gemmologie. Kirchofer hat Bürgerrecht in Auenstein im Kanton Aargau und lebt mit seiner Familie seit fünf Jahren in Sachseln im Kanton Obwalden. Er will sich in nicht allzu ferner Zukunft in Thailand zur Ruhe setzen und verbringt jetzt schon einige Monate des Jahres dort.



## Sightseeing and shopping Interlaken – Watchtown Switzerland

*For many visitors from abroad, purchasing a new piece of jewellery to adorn the wrist is as an integral part of their itinerary as a trip to the Jungfrauojoch, cheese fondue or Swiss chocolate. Jürg Kirchofer was at the forefront of cultivating the Asian market some 30 years ago. He identified the requirements of Asian customers and systematically expanded his watch empire. Today, the Kirchofer brand is omnipresent in Interlaken.*

