



Wer heute den virtuellen Messestand von IWC besuchen möchte, benötigt einen exklusiven NFT.

IWC



Virtuelle Uhr: Traditionshandwerk trifft auf das Metaversum.

BEYER

Tradition trifft Zukunft: Die Uhrenbranche im Metaversum

Dem Ruf von NFTs und virtuellen Räumen kann auch die Uhrenbranche nicht widerstehen. Die ersten Experimente mit der Zukunftstechnologie sind zögerlich und von Neugier geprägt.

PHILIPP GOLLMER

Seit einiger Zeit geistert ein neuer Begriff durch die Firmenwelt: das Metaversum. Eine genaue Idee, was alles unter das Dach dieses Begriffes fällt, hat sich noch nicht klar herauskristallisiert. Grob umrissen handelt es sich um den nächsten Schritt in der Entwicklung des Internets. Verwandt, aber nicht deckungsgleich, steht auch der Begriff Web3 für diesen Schritt (Siehe Box). Die Nutzerinnen und Nutzer haben die Möglichkeit, als Avatare in einem dreidimensionalen Raum zu interagieren und sich mit virtuellen Besitztümern zu umgeben. Diese digitalen Werte werden als NFT – Non-Fungible Tokens – auf einer Blockchain hinterlegt, die als Besitzzertifikate für die Objekte dienen.

Auch vor der Uhrenbranche hat das Metaversum nicht Halt gemacht. Einige Schweizer Vertreter haben bereits erste Gehversuche unternommen. So hat etwa TAG Heuer im Sommer die Möglichkeit lanciert, auf dem Display ihrer Connected Watches die NFTs der Träger darzustellen. Dabei müssen die Besitzer der Uhr ihr Kryptowallet – der Ort, auf dem Kryptowährungen und NFTs hinterlegt sind – mit der App verbinden. Wer eine Uhr der Marke kauft, kann die Rechnung zudem gleich in Kryptowährung begleichen, zumindest in den USA.

Eigene NFT-Kollektionen

Andere Branchenvertreter haben gleich eine eigene NFT-Kollektion lanciert. So etwa das Uhrenfachgeschäft Beyer mit der Time-Warp-Kollektion. Die rein virtuellen Uhren haben teilweise mit dem herkömmlichen Konzept einer Uhr wenig zu tun: So fungiert auch ein Reptil als NFT-Zeitanzeige. «Wir wollten keine normale Uhr kopieren, sondern das Konzept komplett neu und ohne Grenzen denken», sagt Philippe Meyer, Head of Marketing bei Beyer.

Die Idee dazu sei relativ spontan entstanden, führt er im Gespräch mit der NZZ weiter aus. «Es ergab sich eine Möglichkeit, das NFT-Projekt umzuset-

zen, und wir dachten uns: «Warum probieren wir es nicht?» Dabei sei es auch darum gegangen, Erfahrungen zu sammeln mit Blick auf zukünftige Möglichkeiten in diesem Bereich. Das Uhrenfachgeschäft, das als ältester Uhrenladen der Welt gilt, habe sich auch in der Vergangenheit permanent erneuert.

Mit dem Launch der Kollektion sei man sehr zufrieden. «Nie hätten wir erwartet, dass bei Beyer solch überraschende Modelle zum Verkauf stehen könnten», sagt Meyer. Man habe etwas gewagt, und das sei gut angekommen.

Den Schritt ins Metaverse gewagt hat auch IWC Schaffhausen. Die Uhrenmanufaktur hat zur diesjährigen Uhrenmesse Watches and Wonders den Messestand virtuell nachgebaut. Dieser besteht auch weiterhin: Zugang erhält,

Das Metaversum ist für die Unternehmen ein Weg, die Marke am Puls der Zeit zu positionieren.

wer einen entsprechenden NFT besitzt und dadurch Mitglied im IWC Diamond Hands Club wird. Zum Start im Frühling 2022 wurden davon 1868 – das Gründungsjahr von IWC – Stück erstellt. Weitere NFTs können Kunden über den Kauf einer Uhr oder spezielle Promotionen erhalten.

«Es war uns wichtig, Erfahrungen zu bieten, die man in der physischen Welt nicht bieten kann, ohne dabei die physischen Details zu vernachlässigen», sagt Katharina Döpke-Schelling, Associate Director Digital Strategy & Transformation bei IWC Schaffhausen. In der 3D-Welt können die Uhren in Übergrösse dargestellt und die Feinheiten des Designs aus nächster Nähe und aus einem neuen Blickwinkel erkundet werden. Für spezielle Launches habe man zudem

Farbwelten kreiert, in die man mit seinem Avatar reisen kann. Auch bei IWC ist man mit den gemachten Erfahrungen zufrieden. «Das Feedback war sehr positiv», sagt Döpke-Schelling. Neben den Kunden hätten sich auch Bewerber erfreut dahingehend geäußert, dass die Manufaktur als Teil einer traditionellen Industrie bei der relativ neuen Web3-Technologie etwas ausprobiert.

Exklusive Events und mehr

Neben dem Kennenlernen ist der Schritt ins Metaversum ein Weg, die Marke am Puls der Zeit zu positionieren und eine Community aufzubauen. Wer Teil des IWC Diamond Hands Club ist, erhält beispielsweise Zugang zu exklusiven Events oder Vorschauen auf neue Uhren in der digitalen oder physischen Welt. In einem extra dafür eingerichteten Kanal tauschen sich die Mitglieder über Uhren und Web3 aus. Dort werden auch die sogenannten Utilities veröffentlicht. «Web3 und das Metaversum sind für uns eine zusätzliche Ebene, wie wir mit den Kunden kommunizieren können», sagt Döpke-Schelling.

Dank dem IWC-Auftritt im Metaversum können Kunden zudem an Events teilnehmen, ohne dafür an eine Messe reisen zu müssen. Das sei auch über den Nachhaltigkeitsaspekt hinaus interessant. Döpke-Schelling sagt: «Wir können mehr Interessenten und Kunden ansprechen und dabei einen exklusiven Rahmen beibehalten, ohne auf eine 3D-Umgebung verzichten zu müssen.»

Auch für Beyer ist der Aspekt des Community-Building wichtig. Wer eine Uhr aus der NFT-Kollektion kauft, wird gleichzeitig Teil des Owners Circle. Hier erhalten die Mitglieder Zugang zu exklusiven Events, zum Beispiel einer Manufakturbesichtigung. Auf einem entsprechenden Kanal können sie sich mit Gleichgesinnten austauschen. «Mit der Time-Warp-Kollektion haben wir die Möglichkeit, eine neue Zielgruppe anzusprechen», sagt Philippe Meyer. Unter NFT-Freunden gebe es Uhrenfans, die sonst kaum auf Beyer gestossen wären.



Ein Reptil als Zeitanzeiger: ein Objekt aus der Beyer-Time-Warp-Kollektion.

BEYER

Meyer sieht dabei eine Gemeinsamkeit zwischen den beiden Gruppen: «Der Sammleraspekt ist sowohl bei den Uhren als auch bei NFTs da.» Eine solche Schnittmenge sieht auch Katharina Döpke-Schelling von IWC: «Echte Krypto-Believers und Uhrenliebhaber halten eine Uhr oder eine Kryptowährung nicht nur für kurze Zeit.»

Für beide Unternehmen ist es wichtig, sich von den unschönen Auswüchsen rund um die Themen Web3 und NFT abzugrenzen. Nach einem Boom Ende 2021 nahmen Berichte über Betrug und Sicherheitsprobleme zu. Um sich vor einem Reputationsschaden zu schützen, hat IWC beispielsweise entschieden, seine IWC Diamond Club-Tokens nicht zu verkaufen oder zu handeln. «Der NFT-Bereich ist neu. Daher verzichten wir auf Kryptowährungen und handeln auch nicht damit», sagt Döpke-Schelling. «Aber IWC war schon immer ein Pionier, was neue Plattformen angeht. Wir wollen dort sein, wo unsere (zukünftigen) Kunden sind. Web3 war der logische nächste Schritt, da wir glauben, dass Web3 bleiben wird. Man muss in diesem Bereich lernen und mit der Technik in Kontakt kommen.»

«Nur die seriösen Projekte haben Zukunft», ist auch Philippe Meyer überzeugt. Der Nutzen-Aspekt werde sehr wichtig sein. Die NFT-Besitzer würden mehr erwarten als einfach eine digitale Uhr. Für Meyer ist auch klar: «Wir stehen noch ganz am Anfang.»

Mehr Klarheit im Begriffdschungel

Unter **Metaversum** versteht man einen oder mehrere beständige digitale dreidimensionale Räume, die aus der Verknüpfung von realer und virtueller Welt entstehen und von verschiedenen Personen gleichzeitig genutzt werden. In Zukunft soll es möglich sein, mit einem Avatar – unserem Abbild im digitalen Raum – von einer 3D-Welt zur anderen zu reisen.

Der Begriff **Web3** steht für die Weiterentwicklung des World Wide Web, das auf Blockchains basiert und für eine Dezentralisierung der Internet-Infrastruktur steht.

Eine **Blockchain** ermöglicht es, Informationen auf einer dezentralen, von allen gemeinsam genutzten Datenbank fälschungssicher zu übermitteln.

Tokens sind digitale Werteinheiten, die als Registrierungseinträge in Blockchains existieren und den Zugang zu einer Dienstleistung gewährleisten oder als Tauschmittel innerhalb eines Ökosystems fungieren können.

Ein **Non-Fungible Token (NFT)** ist ein eindeutiger, unteilbarer, unersetzbarer und überprüfbarer Token, der für einen digitalen oder physischen Gegenstand in einer Blockchain steht.