

Pressmeddelande från Klockmaster & Stjärnurmakarna 2004-03-03

Från urmakeri till "modehus"

Urbranschen har många gånger ansetts som en teknisk bransch, vilket också till stora delar är riktigt.

Klockan har under hela 1900-talet varit en typisk gåva – som present vid konfirmation, födelsedagspresent, jubileumpresent eller som avskedspresent. Klockan var i dessa sammanhang alltid vald med omsorg och omtanke.

När quartz-uret kom i slutet av 1960-talet förändrades branschen radikalt och det var också startskottet för de kommande årens produktutveckling. Klockans precision blev allt högre och den digitala tidvisningen allt mer populär.

Under 80-talet började armbandsuren massproduceras i Asien och priserna sjönk kraftigt. Det medförde att det såldes oerhörda stora mängder till teknologitörstande svenskar! Traditionellt hade armbandsuren kommit från Schweiz men nu blev den asiatiska influensen mycket stor.

Tekniska armbandsur med massor av andra funktioner än enbart tidvisning lanserades på bred front men även stilrena ur med visare kom från Asien.

Men Schweiz kontrade så småningom med designade och prisaggressiva plastklockor under märket Swatch och dessa klockor blev snart en klocka många konsumenter samlade på i stora antal. Moderiktiga och attraktiva utseenden blev något helt nytt på armbandsur. Branschen fick uppleva att kunderna bildligt talat köade till butikerna!

Klockor från Tissot i sten var en annan stor händelse och det förekom till och med klockor med en träboett på marknaden! I början av 90-talet kom svenska Gul med sina sportiga klockor med kardborreband och ännu en modetrend startade! Dykaruren hade också en stark period och oavsett om man dök eller inte skulle man ha ett dykarur kring sin handled.

Den senaste tiden kan vi se en annan trend och det är att klassiska modevarumärken blir allt mer populära på klockor. Diesel, D&G, DKNY, Calvin Klein och Gant är bara några av många exempel. Varumärken som har sitt ursprung i andra produktkategorier flyttar över sin målgrupp till urbranschen och vi hoppas naturligtvis att detta skall leda till att fler skaffar sig olika klockor för olika tillfällen och olika klädstilar.

Klockmaster med 64 butiker och Stjärnurmakarna med 155 butiker är de enda renodlade fackhandelskedjorna för klockor i Sverige. Båda kedjorna har en lång historia bakom sig, men framför allt en intressant framtid.

Klockan är en modeaccessoar – för många män den enda accessoaren – och inte enbart en tidvisare. Detta är ett faktum som idag genomsyrar våra respektive verksamheter. Kunskap om styling, mode, trender och teknik är lika självklart idag som urmakarkunskapen alltid varit.