

Erschwingliche **Qualität** von Roskopf bis Oris



MIH – Musée International d'Horlogerie, La Chaux-de-Fonds

Eine Roskopf-Uhr von 1867, von Georges-Frédéric Roskopf selber «La Prolétaire» genannt.

Jean-Philippe Arm

Eine bemerkenswerte Ausstellung im Internationalen Uhrenmuseum von La Chaux-de-Fonds (MIH) erzählt die erstaunliche Roskopf-Saga. Diese beliebte Uhr, über die die edlen Marken und auch die Uhrmacher selbst vor allem in der Westschweiz die Nase rümpften, war von Ende des 19. Jahrhunderts bis in die 1970er Jahre hinein ein wichtiges und bedeutsames Produkt der Schweizer Uhrmacherei. Basierend auf einer raffinierten Vereinfachung der Mechanik, nahm sie die interessante und höchst lobenswerte Herausforderung an, die große Mehrheit mit einer Uhr am Handgelenk zu beglücken.

Das gelang mit weltweitem Erfolg, was die Konkurrenz ins Schwitzen brachte, zum Beispiel in den USA, wo Timex ihrem Beispiel folgte, in Japan und dann auch in Hongkong. Doch seltsamerweise ist diese Leistung, von der im Jurabogen, vor allem zwischen La Chaux-de-Fonds und Basel, Tausende von Familien lebten, im kollektiven Gedächtnis der Schweizer verblasst. Wer weiss heute noch, dass Roskopf-Uhren Anfang der 1970er Jahre mit gegen 40 Millionen Stück die Hälfte der weltweiten Schweizer Uhrenexporte ausmachten?

Kleine Auffrischung. So ist die Ausstellung am MIH nicht nur eine Würdigung an einen von seinesgleichen nie gebührend anerkannten Uhrmacher, sondern auch eine willkommene Auffrischung des Gedächtnisses, eine Rehabilitierung der soliden Qualitäten der damals gelegentlich zu Unrecht verschrienen Uhren, und vor allem weitet sie beträchtlich unsern Blick, indem sie ihre Bedeutung an den vielen Roskopf-Fabriken aufzeigt, die heute verschwunden sind. Wer erinnert sich zum Beispiel noch an die Firma Baumgartner in Granges? Dabei war diese Firma 1974 mit 1700 Beschäftigten und einer Produktion von 20 Millionen Rohwerken schlicht einer der grössten Uhrenbetriebe weltweit. 1982 musste Baumgartner schliessen.

Wer die lange Liste der Fabrikanten von Roskopf-Uhren studiert, findet darauf tatsächlich nur eine Marke, die es heute noch gibt, nämlich Oris. In den 1970er Jahren beschäftigte sie 900 Personen und produzierte über eine Million Uhren. Sie hatte die Chronometer-Qualitäten der Stiftankerhemmung markant verbessert und errang 1945 gar das erste Ganggenauigkeits-Zertifikat der Kontrollstelle in Le Locle für eine Roskopf-Uhr. In späteren Jahren

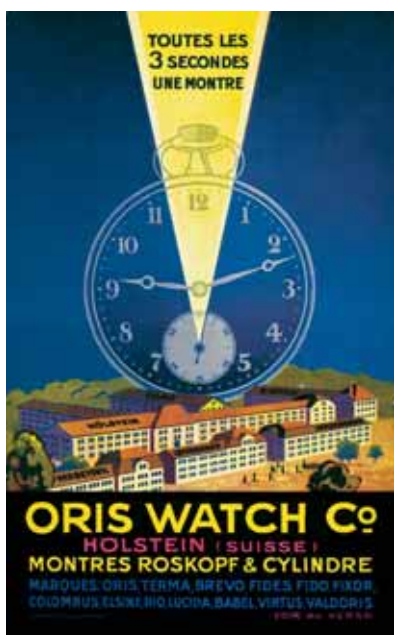
erhielt sie noch gegen 200 ähnliche Auszeichnungen. 1970 wurde Oris von der General Watch Company übernommen und gehörte damit wie Longines, Mido, Eterna oder Rado zur Galaxie ASUAG-SSIH. Auf dem Höhepunkt der grossen Uhrenkrise, der vielen Betriebsschliessungen und Restrukturierungen, hätte auch sie 1982 verschwinden können, wie Baumgartner... Doch die Firma wurde damals von ihren Kaderangestellten gekauft und konnte ihre bodenständige Ausrichtung auf ihre Weise fortsetzen – mit seitdem anhaltendem Erfolg.

Ein abgeschütteltes Joch. Was war das Rezept der Ausnahme Oris? Wir erkundigten uns in Hölstein bei Ulrich W. Herzog, der damals schon CEO der Firma war und ihr heute noch vorsteht: «Warum es uns noch gibt? Das verdanken wir vor allem Rolf Portmann, der damals Direktor von Oris war und den Management Buy-Out zustande brachte, indem er persönlich den grössten Teil investierte. Er war es auch, der jahrelang für die Abschaffung des Uhrenstatuts gekämpft hatte, das

die Fabrikanten von Roskopf-Uhren daran hinderte, genauere Werke mit Ankerhemmung zu produzieren. Als das Statut 1966 fiel, begannen wir sofort auch Ankerwerke zu produzieren, um unsere Produktpalette zu erweitern, und schon zwei Jahre später bekam das erste Ankerwerk von Oris das Chronometerzertifikat des Observatoriums Neuenburg. Als die Quarz-Welle die Roskopf-Uhr wegschwemmte, konnten wir uns trotzdem erholen, denn die Basis stimmte.»

Es war fünf vor zwölf, und beinahe hätte es Oris erwischt... Ulrich Herzog war 1978 in die Firma in Hölstein eingetreten, die die Werke und Gehäuse herstellte, aber noch da und dort weitere Ateliers und Fabriken betrieb: eine Zifferblatt-Fabrik in Biel, eine Werkstatt für Triebe in Malleray, Finissage-Ateliers in Sissach und Holderbank. Herzog erlebte, wie die Roskopf-Bestände schwanden, die Quarz-Uhren mit Macht kamen und die Herstellung mechanischer Werke aufgegeben wurde: «Der Befehl kam von der GWC: wir sollten uns ab sofort bei der ETA eindecken. Wenn die Bundesbehörden uns via

Als einzige Überlebende unter den Roskopf-Fabrikanten verbesserte Oris die Chronometer-Qualitäten der Stiftankerhemmung markant.



AKTUELLAKTUEL



Dank eines Management *Buy-Out* konnten Ulrich W. Herzog und Rolf Portmann Oris 1982 retten und die Leitung der Firma übernehmen. Modell Worldtimer von 1997.

WEKO heute fragen, warum wir unsere Basis- kaliber nicht selber herstellen, müssen wir ihnen auf die Sprünge helfen: weil ihr unsere Werkfabrik zuge- macht habt!»

Kampfansage für die Mechanik. 1982 übernehmen die Oris-Kader die Marke, die Lagerbestände und den Kundenservice und richten sich mit 30 Angestellten in einem Teil der Fabrikgebäude in Hölstein ein. Sie brauchen drei Jahre, um den Kauf und die Umstellung zu verdauen und eine neue Strategie zu entwickeln, ohne dass die Produktion und Auslieferung der mehrheitlich mechanischen Uhren aufhört. Schon 1985 schwimmt die Firma gegen den Strom, indem sie schlicht und ergreifend die Herstellung von Quarz- Uhren aufgibt. Die Kampfansage der Marke ist klar: *«Wir wollten von Anfang an Marktführer für mechani- sche Uhren mit speziellen Werken sein, aber zu erschwinglichem Preis.»*

Der Roskopf-Geist ist geblieben, so wie ihn die Marke aufgenommen und lange verbreitet hatte, mit diesem hauseigenen «Extra»: qualitativ und technisch hochwertige Produkte zu volkstümlichen Preisen. Ulrich Herzog macht keine Umschweife:

« Wir hatten gar keine Wahl, denn wir galten als günstige Marke. »

Und diese Politik wird nun schon seit fünfzig Jahren betrieben, auch wenn die Preise mit dem Prestige der Marke allmählich stiegen, das heute grösser ist als das einer ganzen Reihe von Konkurrentinnen, die einst von oben auf sie herab sahen. Dass die Firma nie aufgehört hat, mechanische Uhren zu entwickeln und sie systematisch mit eigenen kleinen Spezialitäten bestückt hat, erklärt diesen stetigen Fortschritt.

Oris hat das Beste aus einer Situation gemacht, die ihr einst aufgezwungen worden war: *«Um erschwinglich zu bleiben, durften wir nicht wieder in die eigene Werkherstellung einsteigen. Wir haben aber von Anfang an Zusatzelemente entwickelt und die ausgezeichneten Basiskaliber von ETA modifiziert, die uns übrigens bald einmal riet, direkt mit Sellita zu arbeiten, ihrer führenden und flexibleren Firma für die Endmontage der Werke.»*

Respekt und Sympathie. Die Marke unterstreicht sogleich ihre Ambitionen, indem sie eine Uhr mit Weckerfunktion lanciert und brilliert dann mit ihrer Datumsanzeige über zentralen Zeiger mit Halbmond,

AKTUELLAKTUEL



der zu einem Markenzeichen ihrer klassischen Kollektion wird. Sie bringt sehr bald ein Regulator-Modell heraus und dann einen Worldtimer mit in beide Richtungen über Knopfdruck verstellbarer Stundenanzeige der zweiten Zeitzone. So erwirbt man sich den Respekt der Kenner.

Doch die Marke kann nicht nur ihre tadellose ununterbrochene Treue zu den mechanischen Uhren vorweisen, sondern legt auch eine eindruckliche Dynamik an den Tag. Als regelrechte Trendsetterin mit uhrmacherischem Mehrwert wagte sie sich früh in die Welt der Taucher, Flieger oder der Formel 1 vor und lancierte oft als erste Neuheiten, die man später auch anderswo fand. Diese präsentierte sie in diversen Kollektionen, zu einem ziemlich menschenfreundlichen Preis, was ihr die Sympathie der Käuferschaft eintrug, bis ihr jene Randgruppe, für die nur ein höher Preis für Qualität bürgt und die Beachtung wert ist.

Oben: eine legendäre Oris Pointer Date mit zentralem Zeiger.



Oris

LAKTUELLAKTUE

Beglückwünscht man Ulrich Herzog dazu, dass ihm der Erfolg nicht zu Kopf gestiegen und er dem Geist der Marke mit erschwinglichen Preisen treu geblieben sei, schüttelt er den Kopf: «*Erschwinglich, ja, aber für wen? Alles ist relativ. Mit einem durchschnittlichen Preis von 2000 Franken sind unsere Uhren Luxusprodukte.*» Ja, das musste richtiggestellt werden: eine mittlere Preislage ist dies für Schweizer Uhren. Nach weltweiten Massstäben ist dieses Segment für eine breite Bevölkerung völlig unerschwinglich, zielt aber trotzdem, wie viele Produkte, auf einen riesigen Markt mit enormem Potential.

Als Oris 2010 einen neuen Werbeslogan, illustriert von einem chinesischen Künstler, lancierte, nahmen ihn gleich alle ernst: «*Real watches for real people!*» Genau dieses Paar hatte sich Roskopf im 19. Jahrhundert gewünscht. ●



Markante Werbekampagne mit dem chinesischen Künstler Liu Bolin, dem Unsichtbaren.

