



## DIE EUPHORIE, DER WERMUTSTROPFEN UND DIE BAUSTELLE ...

Die Schweizer Uhrenindustrie gibt sich euphorisch, dennoch bleibt ein Wermutstropfen: die Liefertermine folgen derselben Kurve wie die Exportzahlen. Um die Nachfrage zu befriedigen, sind die Produktionskapazitäten ungenügend. Und mit einem Schlag verwandeln sich die angesichts der vergangenen Uhrensalons strahlenden Mienen hie und da in leidende Grimassen.

War das vorauszusehen? Einzelne hatten es geahnt. Diejenigen, die sich entschlossen, ihre Produktion zu vertikalisieren, können sich beglückwünschen, doch diejenigen, die ihre Autarkie-Pläne zu Ende führen konnten, sind rar. Die grosse Mehrheit der Akteure ist von einem völlig ausgelasteten Netz von Zulieferern abhängig. Und ein einziges fehlendes Glied genügt . . .

Am grausamsten trifft es einen sicher, wenn man wichtige asiatische oder amerikanische Kunden mit einem vielversprechenden Prototyp oder einer Traumvorserie verführt hat, und nun unfähig ist, den Bestellungen nachzukommen, weil die Lieferanten am Limit sind und die Termine nochmals hinausschieben. Bei den einen spricht man von ein paar Monaten, bei anderen hinter vorgehaltener Hand von bedeutend mehr. . . In der Gerüchteküche brodelt es und mancher macht sich vorsichtig über die vorfrüh verkündeten Umsatzzahlen lustig, weil sie doch bloss Wunschdenken sind, das sich auf die vollen Bestellbücher abstützt. Allerdings

wird weniger aggressiv über einander hergefallen als sonst, ein untrügliches Zeichen dafür, dass eben doch alle im selben Boot sitzen, welches, das sei nebenbei gesagt, eher einem Dampfer gleicht, als einem Kahn. Ein Zeichen auch dafür, dass alle von der eventuellen Gnade einer ausserordentlich grossen Bestellung betroffen wären. Und alle kreuzen sie die Finger und hoffen, dass der Endkunde sich in Geduld übt.

Und die Frage, die allen auf der Zunge liegt: wird das Hoch sich halten? Viele sehen bereits, ohne viel Phantasie zu beweisen, das Rückschwingen des Pendels voraus. Das würde auch die scheinbare Zurückhaltung der Investoren erklären, die lieber die Arme verschränken, als sich morgen mit brandneuer Infrastruktur und einer Krise vor der Tür wiederzufinden.

All dies ist nicht wirklich ernsthaft. Es liegt auf der Hand, dass auch diese Industrie der Realität von Zyklen ausgeliefert ist, die sie bereits bestens kennt, und nichts erlaubt uns, auszuschliessen, dass eine grössere internationale Krise die Weltwirtschaft beeinflussen könnte. Nachdem dies gesagt ist, wäre es falsch, anzunehmen, dass die Uhrenindustrie sich passiv verhält. Im Gegenteil, wenn es einen Sektor gibt, der viel investiert hat und fortfährt, das im Vertrauen auf die Zukunft zu tun, ist es die Uhrenindustrie. Eine Reise durch den Jura beweist, dass die Uhrmacherregion eine riesige Baustelle ist.

Jean-Philippe Arm

5

# 08 AKTUELLAKTUE

## Bill Clinton und AP mit einem Ziel



Jean-Philippe Arm

Audemars Piguet ist eine der ersten Uhrenmarken, die sich für soziale, bürgerliche, nachhaltige und karitative Zwecke einsetzt. Mit diesem Ziel hat sie eine eigene Stiftung ins Leben gerufen, deren Logo symbolischer nicht sein könnte: ein Baum, eine Eiche, an Oak, nobler als jegliche uhrmacherische Ikone. Das war 1992. Und wenn das lange her scheint, kommt es daher, dass viele andere denselben Weg eingeschlagen haben. Die angelsächsische Welt ist in dieser Domäne seit langem besonders aktiv, mit Schwerpunkt auf die Gründung von Stiftungen, welche die Grosszügigkeit der Menschen ausdrücken soll. Das Steuerwesen ist dem nicht hinderlich und das schlechte Gewissen derjenigen, die Vermögen angehäuft haben, tut den Rest in der Form einer Umverteilung zugunsten der Gemeinschaft, des Seelenfriedens und der Garantie für den Stifter, dem jüngsten Gericht mit Gelassenheit entgegen zu sehen. Selbst wenn der Esprit und die Motivationen bei den Eidgenossen betont werden müssen, überrascht es nicht, dass der Strom zwischen Stiftungen beidseits des Atlantiks leicht fließt. Nichts erscheint natürlicher als wenn AP sich als Partnerin einer amerikanischen

Stiftung präsentiert, über die in letzter Zeit viel gesprochen wird, nämlich derjenigen des Ex-Präsidenten Bill Clinton. Offiziell besiegelt wurde die Zusammenarbeit Mitte Oktober in der 57. Strasse zwischen einem prestigeträchtigen Hotel und der AP-Boutique gegenüber, mit der Übergabe eines Schecks im Wert von drei Millionen Dollar für den umweltschützerischen Teil der Stiftung, gegen den auch Al Gore nichts einzuwenden hätte, mit der Lancierung einer Uhrenkollektion zu deren Gunsten und mit der Versteigerung des ersten Exemplars des Modells Equation du Temps Fondation Clinton in Platin. Einmal mehr ist das Zustandekommen dieser Begegnung auf eine Folge besonderer Umstände und menschlicher Beziehungen zwischen dem spontanen Kauf einer Offshore und einer Partie Golf zurückzuführen. Kürzlich trug Clinton eine Millenary am Handgelenk, um nach seiner Tour durch Europa die Konferenzen in New York für die Promotion seines Büchleins für die Stiftung in Angriff zu nehmen. Er führt ein sehr aktives Leben, der 42. Präsident der Vereinigten Staaten, und er genießt eine Popularität, die sein Nachfolger gut gebrauchen könnte. ●

# 10 AKTUELL AKTUE

## Gut **gepokert** bei Concord

Bernadette Richard Sie war gertenschlank, jetzt ist sie richtig fett ... und wird doch den Kerls und wohl auch den Mädels gefallen! Vincent Perriard, der Präsident von Concord, schwört darauf und hat ein tolles Blatt auf den grünen Tisch gelegt. Ein seltener – oder gar einmaliger Coup? Erstaunlich war es jedenfalls schon, dass eine Uhrenmarke, die sich einst mit superdünnen Modellen einen Namen machte, für ihre Wiedergeburt nun frech auf das Kolossale setzt. Denn die gute alte Tradition ist aus den Köpfen der Uhrmacher schliesslich nie ganz verschwunden: Veränderung ja, aber schön langsam, und die Grossmutter nicht erschrecken, während man mit den Enkelinnen flirtet!

**Nie zu früh und nie zu spät!** Mit Jahrgang 1908 und Tochter in New York seit 1909 führte die Bielerin Concord eine unauffällig solide Existenz bis 1979, als die berühmte Delirium herauskam. Ein Delirium war es tatsächlich, und die Fachpresse verfiel weltweit in einen Begeisterungstaumel über eine Analoguhr, die kaum 2mm dick war! Die Anerkennung half, und so wurden die Kinder der Delirium ständig noch dünner als sie... Doch die Mode ist launisch, alles verliert seinen Reiz, nur die Models hängen immer noch Twiggy nach, dem Knochengestell aus den Sixties. In der Uhrenwelt hingegen legte man allmählich an Gewicht und Grösse zu... bis man am Handgelenk gerne gut gepolstert war. Dieses fast schon gigantische XXL wollte Vincent Perriard auch der unscheinbaren Concord verpassen, die schon mehr als zehn Jahre lang zu verkümmern drohte. Von Ephraim Grinberg, dem Chef des Mutterhauses von Concord, beschworen, die Prinzessin aus dem Dornröschenschlaf zu wecken, zierte sich der Werbepinz der Marken zunächst und mochte die Schlafende



# AKTUELLAKTUELLI

nicht wach küssen. Als der Märchenprinz jedoch begriff, dass er nach Lust und Laune schalten und walten konnte, willigte er ein und beugte sich über die Schöne. Gut denn: womit hatte man einst zu den Zeiten Deliriums brilliert? Man war modern, erfahren, kühn, überraschend und pffiffig gewesen. „Das war perfekt, man musste es bloss auf das Konzept der neuen Uhr übertragen, und noch ein gewisses Etwas dazu.“ Also brüteten die Brüder Scarinzi aus Biel, zwischen Euphorie und Ironie hin und hergerissen, über dieser witzigen Aufgabe, zeichneten nächtelang, überarbeiteten ihre Entwürfe und brachten schliesslich die C1 zur Welt. In Basel zum ersten Mal präsentiert, kommt der Chronograph C1, inklusive Karbonfaserzifferblatt, ganz in Schwarz daher, er misst 44mm, ist 16.7mm dick und besteht aus 53 Elementen. Das Kautschukarmband ist über ein Titanelement mit zwei selbsthemmenden Schrauben am Gehäuse festgemacht. Die Käufer drängten sich am Stand, von solcher Unverfrorenheit ganz erschlagen. Mit dieser Uhr wird voll auf die Karte Macho gesetzt, und man macht dem schwachen Geschlecht schöne Augen.

Gut gepokert also, Monsieur Perriard? „Da muss man bis März oder April 2008 abwarten“, wird der redselige Ex-Radiomoderator plötzlich wortkarg, der sich seine Sporen bei Audemars Piguet und Swatch abverdiente und sich dann ein Intermezzo bei der Consulting Agentur Brand DNA gönnte, die er mit seinem Partner Carlo Giordanetti ins Leben rief. Vorläufig sind die Bestellbücher voll, aber das Produkt kann kaum mithalten, die Auslieferung verzögert sich: „Wir haben, wie alle anderen auch, unter dem Engpass bei den Werken zu leiden und müssen staffeln“, fügt Perriard hinzu, „weil noch Modelle in der Pipeline sind, alles mechanische Uhren.“ Und schon wird die C2 angekündigt...

Und die Saratoga, von der gemunkelt wird, dass Concord sie ausgraben wolle: Bekommt sie wohl auch ein mechanisches Werk, oder taucht der Quarz wieder auf? Vincent Perriard schwört ganz auf die schönen mechanischen Uhren. Und der Boom in der Uhrenbranche verleiht ihm Flügel. Wenn die Sonne bloss nicht zu erbarmungslos scheint! ●



DIE  
ANTI-  
TW  
IG  
GY



# 14 AKTUELL AKTUELL

## Produktionsmittel ausbauen



Jean-Philippe Arm

Die Produktionskapazität der Schweizer Uhrenindustrie vermag mit der immensen Nachfrage nicht Schritt zu halten. Als sich die Auftragsbücher füllten, war die Stimmung euphorisch, und heute können Bestellungen nicht mehr termingerecht ausgeführt werden. Das Phänomen ist zwar nicht neu, hat aber jetzt eine noch nie da gewesene Dimension erreicht und ist der Preis dafür, dass *Swiss made* Uhren weltweit hochbegehrt sind.

Während einige Uhrenproduzenten von dieser Entwicklung überrascht wurden, haben andere das Wachstum vorausgesehen, wenn auch nicht in diesem Ausmass. Aber wäre dies überhaupt möglich gewesen? Wie reagieren die Uhrenhersteller angesichts dieses Problems beziehungsweise wie steht es mit realisierten oder geplanten Investitionen in Produktionsanlagen? Diese Fragen, die wir allen Protagonisten der Uhrenbranche stellten, wurden von den meisten beantwortet. Jene, die uns eine Antwort schuldig geblieben sind, hatten möglicherweise nichts zu sagen oder waren zu sehr mit der verzweifelten Suche nach Lieferanten beschäftigt. Parallel dazu reisten wir durch die Täler und Plateaus des Juras, wo Baustellen, gewaltige Erdhaufen, immense Gruben, Kräne und Gerüste von hektischen Aktivitäten zeugen, wo Neubauten wie Pilze aus dem Boden schießen und wo Gebäude eingeweiht werden, in denen es noch nach frischer

# ELLAKTUELLAKTU

Farbe riecht. Hier eine Bestandesaufnahme einer Riesenbaustelle namens Uhrenindustrie.

**Die Referenz.** Es gibt eine Uhrenfirma, die sich von dieser Entwicklung nicht überraschen liess, weil sie nämlich in den vergangenen Jahren massiv in die Produktion investiert hat. Die Marke heisst, wie könnte es anders sein, Rolex. Um ihre Restrukturierungs-, Neugliederungs- und Redimensionierungspläne zu realisieren, lancierte das Haus gleichzeitig mehrere spektakuläre Bauvorhaben in Genf und zeigte damit, dass es ohne Zweifel das führende Unternehmen der Branche ist. Die gigantischen Baustellen vermittelten einen Eindruck der Grösse und der absoluten Souveränität. Der Komplex von Plan-les-Ouates zeugt von Solidität, Autarkie und Bereitschaft für die Zukunft. Sollten die Nachkommen von Arthur-C. Clark und Stanley Kubrick im nächsten Jahrtausend eine Odyssee im Weltraum planen, dürfte die graue Festung der Marke mit dem Krönchen die Rolle des schwarzen Monolithen spielen, als seltsamer Zeuge einer verschwundenen Gesellschaft und spannendes Rätsel für die neuen Bewohner des blauen Planeten.

Ein Symbol gefällig? Als vor zwei Jahren an einem Spätnachmittag im Januar der Blitz in ein 220 000 Volt- Kabel schlug und Genf sowie einen Teil des Genferseebogens in Dunkelheit stürzte und die

Menschen auf die Wiederherstellung des Stroms oder die Inbetriebnahme der Notgeneratoren warteten, blieb in Plan-les Ouates ein grosses Gebäude hell erleuchtet.

Hier werden Gehäuse und Armbänder produziert, vom Guss der Rohstoffe bis zum Finishing und der Montage. Der Komplex, erstellt in den Jahren 2001 und 2004, besteht aus drei jeweils 131 m langen Modulen, die durch eine zentrale Verkehrsachse miteinander verbunden sind. Das Volumen ist enorm, die lichten und geräumigen Räume modulierbar je nach neuen Arbeitsbereichen. Insgesamt stehen 42 000 m<sup>2</sup> Nutzfläche zur Verfügung, mit sechs sichtbaren Stockwerken für die Produktion und fünf unterirdischen Geschossen für Lager und Parking.

Zum Übergang ins neue Jahrtausend weihte **Rolex** in Chêne-Bourg die erste seiner neuen Fabrikationsstätten ein, wo auf 13 000 m<sup>2</sup> Zifferblätter und Schmuck produziert werden. Auch dieses Gebäude wird von einem Glasmantel umhüllt.

Als drittes Element des Triptychons wurde der Weltsitz im Acacias-Quartier um drei Etagen aufgestockt und mit einer doppelten Sicherheitsglashaut umgeben. Die beiden parallelen Türme werden nun von zwei neuen Gebäuden flankiert, wo die an verschiedenen Orten – vor allem in Biel – hergestellten Komponenten zur letzten Produktionsetappe eintreffen, dem Einschalen der Uhrwerke und der Endmontage. Dank diesen Erweiterungen verfügt das Haus über 20 500 m<sup>2</sup> mehr Nutzfläche.

Patrick Heiniger, Big Boss von Rolex, schreibt in einer Broschüre, welche Ziele mit der Strategie der vertikalen Integration der Lieferanten in der Schweiz und der Regruppierung der Aktivitäten in Genf verfolgt werden. «Unser Ziel ist es, die Kontrolle der wichtigsten Bausteine unserer Uhren zu garantieren und so unsere Autonomie zu sichern.» Viele unserer Ansprechpartner haben

# AKTUELLAKTUELLI



Audemars Piguet

Die Schmiede von Audemars Piguet in Le Brassus wird 2008 in Betrieb gehen.

über Vertikalisierung und Autonomie geschrieben und gesprochen. Schlüsselbegriffe, an deren Nützlichkeit jene Marken, die verzweifelt auf die Lieferung ihrer Teile warten und aus dieser Leidenszeit Lehren ziehen, jetzt gerne glauben.

**Im Zeichen der Schmiede.** Nach dem Ausflug zur unbestrittenen Referenz Schweizer Uhrmacherkunst reisten wir ins Vallée de Joux. Erster Halt Le Brassus, Hochburg des Hauses **Audemars Piguet**, das im Juni den Stein zur neuen «Manufacture des Forges» gelegt hat. Obwohl die letzten Erweiterungsbauten noch nicht lange zurückliegen, sah sich das Unternehmen wegen des rasanten Wachstums zu neuen Plänen gezwungen. Allerdings nicht am Gründungsort selbst, da dieser zur geschützten Zone erklärt wurde. Der Schutz des Torfs geht eben vor – ein kleines Schmunzeln sei erlaubt. Dem Stammort die Treue haltend, errichtet AP ein Bauwerk, das sich perfekt in die Umwelt einpasst, und gibt dem seit 160 Jahren im Kanal gefangenen Flüsschen sein vitales Bett zurück. Das Industriegebäude ist das erste der Schweiz, das dem Standard des neuen eidgenössischen Labels für Wirtschaft und Energie (Minergie-Eco) entspricht. Hier

sollen sämtliche Uhren des Hauses (jährlich 26 000 Stück), produziert werden. Audemars Piquet beschäftigt in der Schweiz 620 Mitarbeitende, wovon 440 im Vallée de Joux. Administration und Hauptsitz befinden sich in den aktuellen Gebäuden zwischen Museum und dem Hôtel des Horlogers. Ebenfalls in Le Brassus zuhause ist das Unternehmen Blancpain, das kürzlich seine Fabrik, einen ehemaligen Bauernhof renovierte, sich aber bereits etwas eingeeengt fühlt. Zwar ist die Rede von Bauprojekten, aber wann und wo, darüber ist nichts zu erfahren. Das Mutterhaus in Biel verweist auf den letzten Geschäftsbericht, wonach die Swatch Group 2006 Investitionen in Höhe von CHF 290 Mio. ausweist. Gemäss eines im August versandten Communiqués betragen im ersten Semester 2007 die Immobilieninvestitionen CHF 170 Mio. Allerdings steht darin zu lesen, dass «über die laufenden und geplanten Investitionen keine Informationen oder Details gegeben werden. Über Realisationen 2007 wird der nächste Jahresbericht informieren.» Dies gilt – wir haben die Botschaft verstanden – für **Omega, Longines, Jaquet-Droz** und Schwesterfirmen. Ganz anders klingt es bei **Breguet** in L'Orient, wo Zahlen erhältlich sind. Die Uhrenfirma ist seit der Übernahme durch die Swatch

# AKTUELLAKTUELL



Sellita wird die Ferien zu Jahresende für den Umzug in die neue Fabrik in Le Crêt-du-Loche nutzen.

Group im Jahr 1999 geradezu explodiert. Dies zeigt sich ganz klar an der Produktionsstätte und Brautgabe **La Nouvelle Lemania**, die Uhrwerke produziert. Nach drei im Eiltempo durchgeführten Metamorphosen firmiert sie als Manufaktur Breguet. Um die Produktion zu verzwanzigfachen, wurden CHF 45 Mio. eingeschossen. Wurden 1999 noch 1200 Stück produziert, waren es 2006 bereits 20 000, und dieses Jahr dürfte die 30 000-Stück-Marke erreicht werden. Die Entwicklung ist aber bei weitem noch nicht abgeschlossen. Wie der Präsident der Marke, Nicolas G. Hayek *himselb* bekanntgab, ist eine vierte, 35 Mio. Franken teure Etappe in Planung.

Weiter nördlich in Le Sentier, verfügt die Gruppe **Bulgari** mit der Manufaktur **Daniel Roth-Gérald Genta** über ein bescheideneres, aber qualitativ hochstehendes Instrument. Es ist schwierig zu erfahren, ob das Unternehmen über genügend Eigenkapazität verfügt, ob die Abhängigkeit von Lieferanten (zu) gross ist und ob eine Vitaminspritze in naher Zukunft geplant ist. Diesbezüglich keinerlei Zweifel bestehen bei **Jaeger-LeCoultre** am Ufer des Lac de Joux. Das bedeutende Haus der 1000 Zeitmesser, wovon übrigens 300 im attraktiven, im Oktober eingeweihten Museum zu bewundern sind, ist für seine langjährige Autonomie bekannt,

was es aber nicht daran hindert, weiter zu expandieren. Nachdem sich in den letzten drei Jahren der Personalbestand von 800 auf 1100 Mitarbeitende erhöht hatte, wurde es auf den 16 000 m<sup>2</sup> Nutzfläche etwas eng, weshalb 3000 m<sup>2</sup> hinzu gemietet werden. In Planung ist ein neues Gebäude mit weiteren 8600 m<sup>2</sup>.

Noch etwas Vertikalisierung gefällig? «Nicht nötig, meint Jérôme Lambert, Präsident von Jaeger. Wir sind seit jeher ein Modell der Integration. Die gegenseitige Abhängigkeit ist eine Konstante, basierend auf den Kompetenzen jedes einzelnen. Wir arbeiten mit einigen Lieferanten. Der Flux ist regelmässig, unser Betrieb basiert auf einem auf 10 Monate ausgefüllten Bestellbuch und sechs Wochen Lager. Weil wir auch Lieferanten sind, ist das gegenseitige Verständnis gross. Wohl zählen wir in unseren Ateliers 40 verschiedene Berufe, aber es ist ausgeschlossen, dass wir beispielsweise Zifferblätter herstellen würden.»

**Sorgenkind Zifferblatt.** Noch vor den Zeigern, deren Mangel so manchen Uhrmacher zur Verzweiflung bringen, sind Zifferblätter, eine äusserst gesuchte und begehrte Ware. Verschiedene Gruppen, die sich dieser Achillesferse sehr bewusst waren, haben sieben oder acht



Betriebe aufgekauft, denn unabhängige Cadraniers sind eine seltene Spezies. So die **Metalem** In Le Locle, ein überaus renommiertes und gesuchtes Unternehmen, das mit der Anpassung an die neuen Entwicklungen lange zugewartet hat. «Wir haben in der Tat schon vor fünf Jahren begonnen, unseren Produktionsapparat zu vergrössern, erklärt Alan Marietta, Generaldirektor. Wir haben einen weiteren Flügel gebaut und planen in den nächsten drei Jahren eine massive Vergrösserung unserer Produktionsräume durch den Erwerb eines Gebäudes neben einer unserer Fabriken. Heute beschäftigen wir 240 Mitarbeitende, 2003 waren es 190. Aber wir gedenken in dieser Grössenordnung zu bleiben.» Umgezogen oder gebaut wird auch in La Chaux-de-Fonds, wo **Natéber** nach dem Umzug die Betriebsfläche für seine 65 Mitarbeitenden verdoppeln konnte. **Montremo** hat eben die Bauarbeiten beendet, indem die Fabrik östlich und westlich angebaut und die Fabrikationsfläche von 1500 m<sup>2</sup> auf 3700 m<sup>2</sup> erhöht wurde. Das Unternehmen beschäftigt 150 Personen, dazu 25 Mitarbeitende in einem Gravierbetrieb, den es mit Metalem teilt. Generaldirektor Giuseppe Carrubba freut sich über die Diversifizierung seiner Kundschaft. «Wir arbeiten heute vorwiegend für unabhängige Marken, die nicht selber Zifferblätter

herstellen wollen, und die wie wir es vorziehen, auf Partnerschaft zu setzen. Was die Verknappung betrifft, so ernten manche, was sie gesät haben, als sie die Produktion nach Asien verlagerten. Heute möchten sie in die Schweiz zurück, weil Zifferblätter immer komplizierter sind und um den strengeren Anforderungen des *Swiss made* Labels zu genügen. Und sie staunen, dass ihnen manche Türen verschlossen bleiben...»

Von den Zifferblättern zu den Uhrwerken. Das wenige hundert Meter entfernte Werk **Sellita** wird das Quartier verlassen und eine neue Fabrik in Le Crêt-du-Loche beziehen, die sich nur wenige Schritte von der Bahnhaltestelle befindet. Diese bedient den von **Cartier** eingeweihten, aufstrebenden Industriepol. Dank der Erweiterung eines im Jahr 2000 für CHF 30 Mio. erstellten Gebäudes kann Cartier sämtliche Uhrmacheraktivitäten unter einem Dach zusammenfassen. Die Bauarbeiten (3000 m<sup>2</sup>) werden dieses Jahr abgeschlossen sein und CHF 10 Mio. kosten.

Sellita, ein ausserhalb des Serails nur wenig bekanntes Unternehmen, das Uhrwerke ab ETA-Rohwerken produzierte, geriet 2002 dank einem Warnschuss der Swatch Group in die Schlagzeilen. Das zunächst als gefährdet eingestufte Unternehmen ist heute auf Erfolgskurs. «Unsere Kunden spielten mit, und ein Netz von etwa 30 Lieferanten wurde aktiviert, erklärt der Patron Miguel Garcia. Sie haben uns bei unseren Anstrengungen, eigene Uhrwerke zu produzieren, unterstützt. Die Lieferanten haben viel Geld investiert, die 2003 umgesetzte Strategie stimmt». So konnte Sellita in jenem Jahr ein zweites Gebäude in La Chaux-de-Fonds erwerben und seine Produktionsfläche von 1000 m<sup>2</sup> auf 2000 m<sup>2</sup> erhöhen. Dieses Jahr steht der Bau eines 4000 m<sup>2</sup> grossen Komplexes auf dem Programm, in welchem die gesamte Produktion beheimatet sein wird. «Wir brauchten mehr Platz, um uns wohler zu fühlen und unsere Aktivitäten auszubauen». Die von der WEKO verabschiedeten Richtlinien sind bekannt: Bis 2011 wird Sellita Rohwerke von ETA montieren, die dann nur noch Werke liefern wird. Parallel dazu produziert Sellita fünf eigene Modelle, die den Basiswerken von ETA entsprechen. Auch hat das Unternehmen ein eigenes Kaliber entwickelt, das etwa in zwei Jahren

# AKTUELLAKTUELLI



Audemars Piguet

auf dem Markt sein wird. Alle diese Werke sind 100 %, beziehungsweise zu 98% *Swiss made*. Denn man sah sich gezwungen, eine kleine Firma im deutschen Glashütte zu gründen, wo 15 Personen Brücken und Platinen aus Messing herstellen. Der Bedarf von Sellita ist beträchtlich: Von den jährlich produzierten 3,5 bis 4 Millionen mechanischen Schweizer Werken beansprucht das Unternehmen in den Neuenburger Bergen allein eine Million.

Zurück in die Stadt zu **Corum**, wo gemäss CEO Antonio Calce das Gewicht auf die Eingliederung aller Berufszweige gelegt wird, die der Markenidentität entsprechen. «In der Vergangenheit beschäftigten wir intern vor allem Steinsetzer und Juweliere. Heute können wir es uns nicht mehr erlauben, identitätsprägende Arbeiten von Dritten ausführen zu lassen, zumal sich das Panel von unabhängigen Handwerkern gefährlich verkleinert. Wir müssen unser Knowhow sicherstellen. Dies geschieht durch Engagements, Beteiligungen. Übereinkommen und Investitionen in Ateliers sowie in der Forschung und Entwicklung.»

Seit der Übernahme von Movado schlägt bei **Ebel** das Pendel in die gute Richtung, indem neue Produkte entwickelt wurden und

die Uhrmacher in die Fabrik zurückkehrt sind. «Bis nächsten Frühling werden die Ateliers neu ausgestattet, erklärt Marc-Michel Amadry. Dadurch wird sich unsere Produktionskapazität von Uhrwerken erhöhen.» Um die Nachfrage zu befriedigen und das Wachstum zu gewährleisten, baut **Breitling** zurzeit eine Erweiterung der 2002 errichteten neuen Fabrik, wo die Produktion von Werken und die Assemblage der mechanischen Chronographen untergebracht sein werden.

Immer noch in Chaux-de-Fonds belegt die junge, 2004 lancierte Marke **Greubel Forsey** bereits fünf Produktionsstätten. Jetzt sollen die 32 Mitarbeitenden unter einem Dach vereint werden. Kostenpunkt der 2000 m<sup>2</sup> grossen, noch dieses Jahr bezugsbereiten Fabrik: 10 Mio. Franken.

Die junge, erst diesen Frühling ins Leben gerufene Gesellschaft **Rudis Sylva** setzt ganz auf die Karte der unabhängigen Zulieferer, deren Vorbild sie gewissermassen ist. «Mit unserem Uhrwerk aus 500 Teilen, so Jacky Epitoux, muss man sich auf die kompetentesten Automatendreher und Mechaniker, auf die besten Lieferanten verlassen können. Wir haben dieses Privileg, sie sind unsere Freunde, mehr herzlich als geschäftsmässig verbundene Partner, mit denen wir nicht nur den Alltag, sondern auch das gesellschaftliche

# LAKTUELLAKTUEL

Leben in unseren Bergen, von Le Locle bis nach Saignelégier teilen.»

In Le Noirmont ist die strategische Umkehr von **Louis Erard** die Antwort auf den Mangel an Uhrwerken. «Drei Jahre lang galt meine Hauptsorge der Erschliessung von neuen Märkten und damit der Verkäufe, erklärt Alain Spinedi, heute muss ich die Expansion bremsen und nicht strategische Märkte sogar schliessen, denn wir werden nicht genügend Produktionskapazität haben. Wie ist eine Weiterentwicklung dennoch möglich? Indem wir teurere Produkte anbieten, wie unsere Jubiläumsuhr zum 75. Geburtstag, und indem wir nächstes Jahr die Anzahl der Edelmetalluhren verdreifachen. Wir hoffen, dass die Krise der Uhrwerke 2009 mit dem Aufkommen neuer Akteure überwunden sein wird, denn wir werden unsere Positionierung, der wir unseren Erfolg verdanken, nicht aufgeben. Aus dem Frosch wird niemals ein Ochse. Aber wir werden weiterhin nachdenken – zusammen mit anderen...»

Die Marke in Saignelégier, **Maurice Lacroix**, will ihren Status als Manufaktur mit der Lancierung des hausgemachten Kalibers, Le Chronographe, weiter festigen. Unweit von den Ateliers entfernt, mietet das Unternehmen in Montfaucon ein Gebäude, wo Teile produziert werden sollen. Es

hat die feste Absicht, seine Unabhängigkeit auch in Zeiten starker Nachfrage zu wahren und den Produktionsprozess noch besser zu kontrollieren. In Les Breuleux vergrössert **Richard Mille** die Firma Horometrie SA um eine neue Fabrik von 1500m<sup>2</sup>. Der Jura ist auch die Heimat von **Rodolphe**, der zwar in Neuenburg an der Place Pury gebaut hat, seinen Sitz in Les Bois aber behalten will. Die Gruppe **Franck Muller** hat ein riesiges Immobilienprojekt lanciert. Auf dem Plan steht ein Industriebetrieb von variabler Architektur mit Ateliers, die auch von Dritten genutzt werden können, sowie mit Wohnungen. Die Gruppe wird ausserdem ihr Watchland in Genthod vergrössern und hat dafür das benachbarte Château Grand Malagny erworben. Auch **IWC** in Schaffhausen hat beträchtliche Summen investiert, die Fabrik von 8000 m<sup>2</sup> auf 12 000 m<sup>2</sup> vergrössert und den Maschinenpark erneuert. Nächstes Jahr soll ein Anbau eröffnet werden. Das Unternehmen hat das spektakuläre Wachstum vorausgesehen und die Produktionskapazität von Werkrohlingen und den Anteil von Manufaktur-Werken erhöht. Zurück in den Südjura, wo eine alte Manufaktur intensiv gehegt und mit viel Geld aufgepäppelt wird. Die Rede ist vom Unternehmen **Minerva**

# AKTUELLAKTUELLI



Nathalie Crocetti

in Villertet, das von **Montblanc**, König der Füllfederhalter, unter die Fittiche genommen worden ist. 2008 stehen massive Umbauarbeiten auf dem Programm, im Hinblick auf die Schaffung des «Institut Minerva de recherche en haute horlogerie». Die ehrwürdige Dame Minerva, die demnächst ihren 150. Geburtstag feiern wird, erhält somit eine neue Aufgabe.

Im Übrigen fühlt sich Montblanc in Le Locle äusserst wohl. Hier treibt **Zenith** die betriebliche Modernisierung weiter. Nächstes Jahr soll im Rahmen einer weiteren Etappe die historische Manufaktur, die zurzeit noch als Lager genutzt wird, wieder integriert werden. Um die Logistik zu optimieren, werden sämtliche Aktivitäten eingegliedert. Dieses Projekt ist jedoch keine Folge des Mangels an Uhrwerken, denn die Marke ist diesbezüglich unabhängig. Die Montage der Uhren erfolgt am gleichen Ort wie jene der Konkurrenten.

**Ulysse Nardin** betreibt im schnellen Rhythmus eine Baustelle nach der anderen. So jene, wo neue Mitarbeiter empfangen werden. Heute arbeiten zwischen Le Locle und La Chaux-de-Fonds 230 Personen für das Unternehmen. Ebenso viele sind es bei **TAG Heuer**, das von Marin auf 1000 m ü. M. gezogen ist und zwischen Dior und Louis Vuitton

eines der vier LVMH-Module belegt. Das fünfte Modul ist im Bau und wird zwei Schwestermarken beherbergen, erzählt Jean-Christophe Babin: «Da wir unsere Ressourcen vor allem auf unsere betrieblichen Bedürfnisse konzentriert haben, sind wir nicht Besitzer der Gebäude, sondern mieten die Objekte von einem Immobilienfachmann.»

Auch **La Montre Hermès** ist sich der immer längeren Lieferfristen und damit verbunden der Notwendigkeit, Bestellungen immer mehr zu antizipieren, bewusst. Damit stellt sich natürlich die Frage, ob es bei einer Jahresproduktion von 100 000 Stück nicht klüger wäre, eine bestimmte Anzahl Teile selber zu fertigen. «Die Investitionen in neue Gebäude und Maschinen wären enorm, erklärt Christophe Bolli. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt ziehen wir es vor, unsere Partnerschaft mit treuen Lieferanten zu stärken. Wie mit Vaucher Manufacture in Fleurier, an der wir zu 25% beteiligt sind. Falls die Konjunktur weiter anhält, sind wir allerdings mittelfristig gezwungen, unsere Ateliers in Biel zu vergrössern, wo es nach der Eingliederung des Lederateliers etwas eng geworden ist. Aber angesichts unserer Position im Bereich Lederarmbänder war dieser Entscheid gewiss sinnvoll. Auch bei **Vaucher Manufacture** in Fleurier fühlt man sich recht eingeengt. Einerseits

# AKTUELLAKTUELLI



Artn

werden die Bedürfnisse der Schwestergesellschaft **Parmigiani** immer grösser, andererseits hat sich die Manufaktur wie geplant ihre eigene Kundschaft aufgebaut, denn die Nachfrage nach hochwertigen Schweizer Uhrwerken ist gross. Es soll aber nicht triumphiert werden, das entspräche nicht dem Stil des Hauses. Auch will man Grosskunden nicht Tür und Tor öffnen, man gibt sich lieber selektiv. Dennoch wurde Anfang Jahr 40000 m<sup>2</sup> Land erworben, inklusive eines alten Stahlwerks. Die Entscheidung ist bereits gefallen, das industrielle Brachland soll genutzt werden. Vaucher hat die Zeichen der Zeit erkannt und wird verschiedene Aktivitäten unter einem Dach gruppieren, in einer ersten Phase auf einer Nutzfläche von 6000 m<sup>2</sup>. Keine Umzugspläne hingegen bestehen für die Zifferblattproduktion noch für die Filialen Moutier (Formdreherei) und Alle (Oszillatoren), wo die Anlagen jedoch vergrössert werden sollen. Ganz in der Nähe befindet sich das Unternehmen **Chopard**, das den 10-jährigen Geburtstag seiner weiterhin wachstumsfreudigen Manufaktur feiert. Ebenfalls auf Neuenburger Kantonsboden in Buttes stehen die Erweiterungsarbeiten der zur **Richemont-Gruppe** gehörenden Manufaktur **ValFleurier** vor dem Abschluss. Per Ende Jahr werden 5000 m<sup>2</sup> bezugsbereit sein. **Panerai** wird im Sommer 2009 in Neuenburg eine 8500 m<sup>2</sup> Fabrikationsanlage einweihen.

Auf dem Weg hinauf nach Sainte-Croix gelangt man zu **Carl-F. Bucherer**, der die Gesellschaft THA erworben hat. Diese Talentschule kann sich rühmen, viele neue Kaliber, darunter auch einige für den neuen Besitzer, entwickelt zu haben. THA wird Teil sein des Luzerner Unternehmens, das damit über drei Betriebe verfügen wird: Sainte-Croix für die Entwicklung und Produktion von Uhrwerken, Lengnau für das Zusammensetzen der Uhren und SAV Luzern für Administration und Verkauf.

Zurück nach Genf mit Zwischenhalt in Nyon, wo **Hublot** seine neue Fabrik bauen wird. Auf der 4000 m<sup>2</sup> grossen Parzelle ist eine Nutzungsfläche von 3500 m<sup>2</sup> geplant – und die Vergrösserung von 1500 m<sup>2</sup> schon heute Gewissheit. Jean-Claude Biver wird in den nächsten Jahren 6 bis 8 Mio. Franken in Anlagen und Werkzeug investieren.

Man wusste in Genf, dass die **Richemont-Gruppe** auf der Suche nach neuen Produktionsmitteln war. Die Akquisition der bedeutenden Industrieanlage, die **Roger Dubuis** im Laufe der letzten Jahre ausgebaut hatte, sorgte für frische Luft. Jetzt fühlt man sich in Bellevue wieder wohl.

Die Bau- oder Vergrösserungsprojekte von Manufakturen der Gruppe in der Schweiz bis Ende 2009 erreichen kumuliert total 32 390 m<sup>2</sup>. Die bedeutendsten sind, wie beschrieben, jene in Le Sentier, Neuenburg, Buttes und Schaffhausen. In Genf sind die Pläne etwas bescheidener. **Vacheron**



## Rolex fehlt

Ollivier Broto Bei Antiquorum wird der Verkauf der Rolex-Sammlung von David Blei auf 2008 verschoben. Damit bestärkt Christie's seinen Anspruch, wieder als führender Uhrenauktionator zu gelten, denn die Sammler werden wohl die für den Herbst vorgesehenen Summen auch ausgeben. Wer klug ist, behält zwar noch eine Reserve für die letzte Auktion des Jahres bei Sotheby's zurück.

Eine Übersicht über das Angebot führt zum Schluss, dass Patek Philippe noch immer die Spitze hält. Immerhin bekommen mit Sotheby's Verkäufen für jedes Budget auch bislang weniger gesuchte Modelle ihre Chance. So bei der Privatkollektion mit Taschenuhren von William Ilbery (1780-1851), Philippe-Samuel Meylan (1772-1845) und Isaac Daniel Piguet (1775-1841). Für sie dürften sich nicht nur die Sammler aus China erwärmen, wo der Engländer Ilbery als gefragter Uhrmacher wirkte. Seine Stücke bringen auch das Talent von J.-F.-V. Dupont zur Geltung, eines der besten Emaillere des 19. Jahrhunderts. Unter den 160 Auktionslosen wird wohl auch Rolex glänzen.

In Auktionskreisen wird gemunkelt, die Absage des Rolex-Verkaufs habe mit dem Abgang von Osvaldo Patrizzi zu tun, dem Chef und Gründer von Antiquorum, denn der Besitzer der Sammlung stehe ihm nahe. Dies wird jedoch vom Pressedienst dementiert: es handle sich um eine reine Verschiebung, die Auktion werde 2008 stattfinden. Eine kleine Auktion mit 225 Losen wird von Antiquorum in den Salons des neuen Grand Hôtel Kempinski orchestriert. Das Glanzstück für die Kenner ist die Referenznummer 969 von Patek Philippe (1), eine Taschenuhr aus Gold, Minutenrepetition mit Tourbillon, Bügelauflaufzug, ewiger Kalender mit Mondphasen, sowie Gangreserve. Die Uhr wurde am 19. September 2001 verkauft, das Werk stammt von 1929, die Einschaltung von 1993. Sie wird auf zwischen CHF 350'000 und 450'000 geschätzt. Bei den 400 Losen von Christie's stechen zwei Stücke hervor: eine deutsche Taschenuhr von A. Lange & Söhne aus Rotgold mit sehr seltenem grossem Läutwerk und ewigem Kalender (Los 381) (2) und eine italienische Uhr, 1943 von Rolex für die Officine Panerai hergestellt. (Los 381) (3). Diese beiden „Amuse-bouche“ werden den Käufern Appetit machen und das *Four Seasons Hotel des Bergues* am Auktionshimmel hell leuchten lassen. ●



2. A. Lange & Söhne.



1. Patek Philippe.



3. Officine Panerai, 1943.

### Auktionsorte

**Antiquorum:** Grand Hotel Kempinski  
19, Quai du Mont-Blanc, 1201 Genf  
Tel. +41 22 908 90 85

**Christie's:** Four Seasons Hotel des Bergues  
33, Quai des Bergues, 1201 Genf  
Tel. +41 22 908 70 00

**Sotheby's:** Hotel Beau-Rivage  
13, Quai du Mont-Blanc, 1201 Genf  
Tel. +41 22 716 66 66

### Daten der Herbstauktionen für Uhren in Genf

**11. November 2007 Antiquorum** – Important Collectors' Wristwatches, Pocket Watches and Clocks  
2 Sessionen – Zeiten noch nicht festgelegt

**12. November 2007 Christie's** – Important Pocket Watches and Wristwatches  
Session 1: 10 h, Session 2: 14 h, Session 3: 17 h

**13. November 2007 Sotheby's**  
Important Wristwatches – Session 1: 10 h

# 28 TENDENZTRENDE

## Wasserdichte Uhren und Argumente

Marie Le Berre

Taucheruhren surfen auf einer Erfolgswelle, und die Begeisterung dafür ist erstaunlich gross. Viele werden mit Lederarmband verkauft. „Das ist nicht die einzige Ungereimtheit“, wundert sich René Beyer, Direktor von Beyer Chronometrie in Zürich. „Ähnliches beobachtet man auch bei den Chronographen, die nie als Stoppuhr gebraucht werden. Nur geht man bei einer Taucheruhr ein Risiko ein, wenn man nicht weiss, wozu sie taugt. Ich tauche selber und wähle auch für eine Tiefe von 25m eine Uhr, die bis 200 oder 300m wasserdicht ist!“

Lobeshymnen auf bis in Dutzende oder Hunderte von Metern wasserdichte Uhren werden von den Kennern mit einem leisen Lächeln quittiert. Eine dichte Uhr hat viele Vorzüge, aber nicht immer jene, die man vermutet. In erster Linie garantiert sie den Schutz vor Staub und Luftfeuchtigkeit, den normalen Gebrauch und die übliche regelmässige Kontrolle der Uhr einmal vorausgesetzt. Doch wenn getaucht wird, braucht es für wasserdichte Uhren speziell wasserdichte Argumente.

**Theorie und Praxis.** Bei den Dichtigkeitstests wird der statische Druck bei 30, 50, 100m Wassertiefe oder noch tiefer simuliert und die Widerstandskraft des Gehäuses geprüft. Es gibt jedoch keine Korrelation zwischen grösserer Widerstandskraft und geringerem Eindringen von Wasser. Dafür sind andere Faktoren massgeblich, wie Alexis Meyer, Direktor von Les Ambassadeurs in Genf, erläutert: „Eine Uhr ist unter Wasser nur theo-



Floor S./iStockphoto



# ENZTENDENZTEND

*retisch geschützt. Ein heftiger Stoss oder Wasserstrahl oder plötzliche Temperaturveränderungen können sie zerstören, am empfindlichsten ist die Krone. Aufgepasst beim Duschen! Und beim Baden ist das Risiko an der Oberfläche grösser als weiter unten, weil dort das Gehäuse komprimiert wird. Immerhin lässt sich sagen, dass eine bis 30m dichte Uhr einen sanften Strahl und eine bis 50m dichte Uhr ein Bad erträgt. Von Taucheruhren spricht man erst, wenn sie den Druck bei 100m und mehr aushalten, auch wenn niemand sich so tief hinunter wagen würde.“*

**Jenseits der Widersprüche.** So oder so ist eine Taucheruhr eine extrem widerstandsfähige Uhr, die nicht nur druckfest, sondern auch stossfest und antimagnetisch ist, die zudem im Dunkeln sehr gut ablesbar sein und über eine einseitig drehbare Lünette verfügen muss. Alles Qualitätskriterien, die es ebenso sachkundig wahrzunehmen gilt wie das ansprechende Design. Für Alexis Meyer „ist es klar, dass man eine Taucheruhr wegen ihres sportlichen Looks wählt, der im allgemeinen noch auffälliger ist als bei einer Stoppuhr. Ausserdem wünscht man eine möglichst robuste Uhr, die man dauernd am Handgelenk tragen kann, jedenfalls wenn das Armband entsprechend ist! Ein Lederarmband, das nicht einmal Feuchtigkeit geschweige denn Nässe lange erträgt, ist für eine Taucheruhr absurd. Da ist man mit einem Armband aus Metall oder einem synthetischen Material wie Kautschuk besser bedient. Witzig aber wahr, dass wir die Kundenberatung gelegentlich mit solchen elementaren Tipps beginnen müssen.“ ●

Nielseni/Stockphoto



DICHT  
IG  
KE  
IT

■ ■ ■

## Eine Bio-Uhr

Zehn Jahre! In zehn Jahren wird die Schweizer Uhrenindustrie vermutlich so weit sein, so zu produzieren, wie ein aufgefrischtes *Swiss made* es verlangt. Ach ja!... Kann denn das *Swiss made* seine eigenen Qualitätsansprüche nicht mehr einlösen?, wundert sich eine internationale Kundschaft, die noch an dessen angestammte Tugenden glaubt. Das *Swiss*

*made* für Uhren ist ein Monument wie die grossen Kathedralen des 12. Jahrhunderts, als das romanische Kreuzgratgewölbe einer neuen Konstruktionstechnik weicht. Man verstärkt das Gewölbe durch Rippen und stützt sie mit Gurtbögen, damit die Spitzbögen ganz hoch werden. Der lichtdurchflutete Raum ist Symbol der Schönheit, Erhabenheit und Heiligkeit. Auch die Uhrmacher wollen Licht ins Dunkel der Herkunft bringen, wenn sie zu den Strebebögen auch noch Strebebögen wollen, um den Dom des *Swiss made* zu verstärken. Die ganze Zunft ruft danach, auch wenn in der Apsis getuschelt wird... Doch vergessen wir nicht, dass im Jahr 1282 der Chor der Kathedrale von Beauvais einstürzte, weil ihre Baumeister zu hoch hinaus wollten! Am vergangenen 22. Februar stimmte der Verwaltungsrat der *Fédération Horlogère* dem Vorschlag der Geschäftsleitung zu, den Schweizer Wertanteil am fertigen Produkt

(Herstellungskosten) von 50 auf 80% bei mechanischen und auf 60% bei elektronischen Uhren zu erhöhen. Heute gilt die Wertquote erst für das Werk; die neue Initiative hat die komplette Uhr, ohne das Armband, im Visier. Im übrigen hat diese Quote nicht nur für die Uhrenbranche Gültigkeit, sondern ist gemäss einem Urteil des Kantonsgerichts St. Gallen in Sa-

Gil Baillod

# SWISSMADESWISS

chen Füllfederhalter auf alle Produkte anwendbar, die das *Swiss made* beanspruchen! Doch nur zur Benützung des Schweizer Namens für Uhren gibt es eine eigene Verordnung, von der im folgenden letzten Kapitel unserer kurzen Geschichte des *Swiss made* die Rede sein wird. Der Vorschlag der FH wurde allen Mitgliedern zur Vernehmlassung vorgelegt. Neun Marken waren dagegen, räumten jedoch ebenfalls die Notwendigkeit ein, die Bestimmungen zum Schutz des arg strapazierten wertvollen Labels zu verschärfen.

Am 28. Juni war der Saal des Hotels Elite in Biel dann zum Bersten voll, als die 60 Delegierten der 500 Mitglieder der Vereinigung sich zur Generalversammlung einfanden. 280 Marken und Zulieferfirmen waren vertreten, oder genauer: 220 Marken und 220 ihrerseits in Verbänden zusammengeschlossene Hersteller von Uhrenbestandteilen.

Der Vorschlag zur Verschärfung des Labels *Swiss made* wurde in nur durch ein paar leere Stimmzettel getrübtter Einmütigkeit angenommen. Schon am nächsten Tag ging der Entscheid an das Eidgenössische Justiz- und Polizeidepartement weiter, das für den Schutz des geistigen Eigentums zuständig ist. Das Dossier geht zu den Akten des im Herbst 2006 lancierten grösseren Unternehmens *Swissness*, das die Verwendung der Bezeichnung *Swiss* und des Schweizerwappens umfassend schützen will.

Ziel ist eine Gesetzesrevision, die die geltende, auf die Uhren beschränkte Verordnung ablösen soll. Bis Ende 2007 soll der Bundesrat dem Parlament einen Gesetzesentwurf vorlegen. Stimmt es diesem zu, wird es danach den Bundesrat beauftragen, Ausführungsbestimmungen auszuarbeiten. Der Gesetzgebungsprozess wird Jahre in Anspruch nehmen, und dann wird es noch einmal einige Zeit dauern, bis die neuen Bestimmungen in Kraft treten. Die FH hat bereits eine Übergangsfrist von fünf Jahren vorgeschlagen. Es wird also im besten Fall acht und im schlimmsten Fall zehn Jahre dauern, bis die Uhrenbranche die neuen Bestimmungen des *Swiss made* einhalten muss... Immer vorausgesetzt, dass der Vorschlag der FH im Parlament durchkommt. Die paar Buchstaben und Zahlen der geplanten Revision mögen harmlos klingen. Heute schon kann die Nachfrage nach Uhrenbestandteilen kaum befriedigt werden. Die

IS  
T-  
ZU  
ST  
A  
ND

paar Luxusmarken des obersten Preissegments setzen seit langem auf ihre Manufakturen, und das mittlere Segment hat seinen Nachschub mindestens teilweise abgesichert. Aber alle anderen zittern! Der mit der Erhöhung der Schweizer Wertquote auf 80% der Produktionskosten der Uhr (ohne Armband) verbundene Umstellungsprozess wird sehr grosse Investitionen bedingen, welche die Möglichkeiten einer einzelnen Marke übersteigen. Ausgenommen davon sind die wenigen Marken, die schon seit langem Manufakturen sind und laufend bedeutende Investitionen tätigen.

Gemäss dem neuen *Swiss made* sollen nicht nur das industrielle Produkt, sondern auch der Prototyp und die Konstruktion der Uhr von schweizerischer Herkunft sein. Bei begründetem Verdacht auf Missbrauch des Labels sollen Stichproben die Herkunft überprüfen.

Bei der Wertermittlung der Habillage werden die Materialkosten nicht berechnet, also werden zum Beispiel für das Gehäuse nur die Herstellungskosten massgeblich sein. In diesem Sektor werden sich demnach angesichts der massiven Einfuhren aus Asien die Investitionen mehr als nur lohnen! Trotz der neuen Schutzwälle, die die Branche errichten will, wird die ohne unnatürliche Düngierzufuhr produzierte Schweizer Bio-Uhr auch in Zukunft bestimmt auf grosses Interesse stossen. Weil immer mehr Konsumenten wissen wollen, woher die Produkte auf dem Markt – und vor allem die Nahrungsmittel – stammen, boomt das Bio-Label, das allerdings, trotz eines soliden Leistungsausweises, auch umstritten ist. In der Uhrenbranche kann das Markenprestige ebenso viel wie das *Swiss made* zählen, wenn eine Firma es schafft, mit einer kostspieligen Werbekampagne den Markt zu erobern, was sich jedoch längst nicht alle leisten können. Die Geschichte des letzten Jahrhunderts lehrt, dass die Schweizer Uhrenindustrie sich schon immer mit der Bezeichnung *Swiss made* (die ihr von den USA abverlangt wurde, wie in Watcharound Nr. 2 nachzulesen) herumschlagen musste. Zwei Beispiele mögen zur Erinnerung genügen. 1927 veröffentlichte das *Journal suisse d'horlogerie* auf Anregung der Ehemaligenvereinigung der Technikumsstudenten der Westschweiz eine bedeutende Studie zur „*Erneuerung der*

*Uhrenindustrie*“. Darin liest man Folgendes: „*In unserer Industrie gibt es in der Tat zu viele rein kommerzielle und spekulative Elemente, die sich in die Produktion einmischen und die ehrwürdigen Traditionen und den guten Ruf der Uhrmacherei mit Füssen treten. Die FH bemüht sich darum, diesen Elementen Einhalt zu gebieten. Dazu hat sie eine einfache, flexible, kostengünstige und dennoch den dringenden Bedürfnissen und sehr berechtigten Anliegen unserer Industrie angemessene Kontrollinstanz geschaffen. Wird die Messlatte angelegt, soll man sich jedoch davor hüten, eine Normierung anzustreben, was der offiziellen Anerkennung einer Mindestqualität als Richtschnur gleichkäme. Damit würden die Interessen einer Allerweltsproduktion zum Nachteil der sorgfältigen Hersteller gefördert. Dies jedoch gilt es mittels Einführung verschiedener Qualitätsklassen unbedingt zu verhindern, wie es die Ehemaligenvereinigung von Le Locle schon seit 1922 verlangt.*“ Die Idee verpuffte, aber die Glut unter der Asche war nicht erloschen.

An einem runden Tisch vom 8. September 1975 war in La Chaux-de-Fonds mitten in der allgemeinen Flaute zum Thema „*Zukunft der Uhrenindustrie*“ Folgendes zu hören: „*Bezüglich Schweizer Qualität merkt Staatsrat R. Meylan bedauernd an, dass gewisse rücksichtslose Fabrikanten dem Ruf unseres Landes geschadet hätten, indem sie minderwertige Ware lieferten. Vor vielen Jahren schon wurde eine obligatorische Kontrolle der Uhren eingeführt (CTM, 1958), und diese ist wirksam.*“ (wurde jedoch 1991 abgeschafft) Ein Diskussionsteilnehmer will wissen: „*Wie könnte man die Kundschaft besser informieren als bloss mit dem Swiss made, das die ganze Bandbreite von Preis und Qualität umfasst?*“

Der Generaldirektor von Ebauches, S.A. M. Balmer meint, „*man könnte eine Lösung vergleichbar mit den Sternen des Guide Michelin ins Auge fassen, der die Restaurants nach Klassen und Renommee einteilt.*“ So spukt also die Idee eines zweistufigen Labels *Swiss made* schon seit achtzig Jahren in den Köpfen herum. Wetten, dass sie sich nie durchsetzen wird. Es ist die Marke, die für die Qualität einer Uhr bürgt und über die Anzahl Sterne des *Swiss made* entscheidet.

## III: **Swiss made** auf Messers Schneide



FIDB/ATB/Grisel

Das schlechte Klima des Zweiten Weltkriegs verhinderte nicht, dass beidseits der Grenzen sympathisiert wurde.

Wird der Markenname auf dem Zifferblatt einer Uhr die Herkunftsbezeichnung *Swiss* ersetzen und schliesslich verdrängen? Die Frage stellt sich schon seit mehr als einem Jahrzehnt, und es wird deshalb zunehmend problematischer, was mit dem Label *Swiss made* geschieht.

Am Vorabend des Zweiten Weltkriegs herrscht ein Klima der Unsicherheit: Machtblöcke stehen sich gegenüber, die Währungen werden kontrolliert, die Rohstoffe kontingentiert, und die Armeen machen mobil. 1939 werden noch 16.8 Millionen Uhren und Uhrwerke hergestellt, worauf die Produktion bis 1944 auf 11.8 Millionen sinkt, schon 1945 aber wieder 18.8 Millionen beträgt und dann bis zum Rekordwert von 84 Millionen im Jahr 1974 kontinuierlich steigt. Mehr Quantität bedeutet auch diesmal weniger Qualität, was die *Fédération horlogère* 1958 dazu veranlasst, eine technische Überprüfung der Uhren (*Contrôle technique des montres: CTM*) einzuführen. 1961 schreibt die Eidgenossenschaft diese Kontrolle vor, „um den guten Ruf der schweizerischen Uhrenindustrie und ihrer Produkte zu schützen, indem jene Uhren ausgesondert und vom Verkauf in der Schweiz wie auch im Ausland ausgeschlossen werden, die den Mindestanforderungen an die Qualität, die von der Käuferschaft aufgrund der Herkunftsbezeichnung *Schweiz in guten Treuen* erwartet wird, nicht genügen.“ Die Qualitätskontrolle erfolgt mittels Stichproben in den Fabriken und am Zoll.

**Die Uhrenindustrie im Zwangskorsett.** In den sechziger Jahren des 20. Jahrhunderts ist das Uhrenstatut immer noch in Kraft. Obwohl 1959 und 1965 einige Bestimmungen gelockert werden, ist es ein Korsett, aus dem sich die Uhrenindustrie, die 1934 noch laut danach rief, endlich befreien will. Seine Abschaffung ist überfällig und wird 1971 endlich vollzogen. Einzig die Qualitätskontrolle bleibt bestehen. Eine Verfügung des Bundesrates von 1971 definiert die Bedingungen für die Verwendung des *Swiss made*: „Eine Uhr kann die Bezeichnung *Swiss made* führen, wenn ihr Werk in der Schweiz montiert und sie in der Schweiz

# SM MADE SWISS MAD

Z  
W  
Ä  
N  
GE !

oder im Ausland eingeschalt wurde.“ In der Praxis erweisen sich diese Bestimmungen jedoch als zu large, weil sie die rufschädigende Verwendung des Labels nach wie vor nicht ausschliessen.

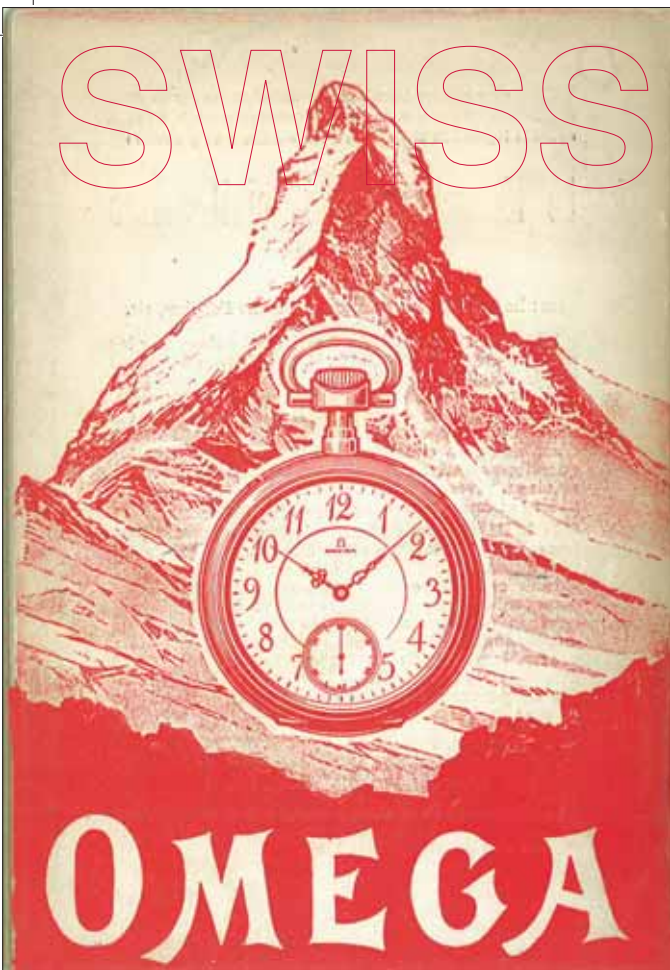
Eine Gesetzesrevision drängt sich auf. Gestützt auf die Artikel 49 und 50 des Bundesgesetzes von 1992 „über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben“ tritt 1997 eine neue verschärfte Verordnung in Kraft. Danach ist eine Uhr als Schweizer Uhr anzusehen, wenn ihr Werk schweizerisch ist ihr Werk in der Schweiz eingeschalt wird der Hersteller ihre Endkontrolle in der Schweiz durchführt.

Die Einschaltung im Ausland ist demnach zum grossen Missfallen der Hersteller jenseits der Grenze nicht mehr möglich. Als schweizerisch gilt ein Uhrwerk wenn es in der Schweiz zusammengesetzt wird es durch den Hersteller in der Schweiz kontrolliert wird und die Bestandteile aus schweizerischer Fabrikation ohne Berücksichtigung der Kosten für das Zusammensetzen mindestens 50 Prozent des Wertes ausmachen. Im weiteren sollen Uhr und Uhrwerk so gekennzeichnet werden, dass der Hersteller identifiziert werden kann. Die obligatorische Qualitätskontrolle wird 1991 bedauerlicherweise abgeschafft.

Auf die Herkunft der Ausstattungsteile geht die Verordnung nicht ein. Ob es sich um eine Schweizer Uhr handelt, hängt in erster Linie davon ab, ob die Arbeit in der Schweiz ausgeführt wurde... selbst wenn dabei auch Bestandteile aus dem Ausland verwendet wurden. Doch genau deshalb ist die Definition in der Uhrenbranche auch nicht unumstritten. Die Prestigeuhrenhersteller und die Manufakturen finden die Wertquote von 50% für die Bestandteile zu niedrig. Wer rechnet da nach, und wer kontrolliert? Manche fordern sogar Bestimmungen, die so streng sind, dass sie die gesamte Ausstattung mit einschliessen. 100% *Swiss made*? Dann müsste man allerdings auch im Genfersee Krokodile halten, um die Krokobänder am Léman herzustellen!

Zitieren wir das Beispiel einer grossen Marke des mittleren Preissegments, die die Möglichkeiten des

# SWISS MADE SWISS



*Swiss made* völlig legal ausreizte. Die Uhr verfügt über ein mittels Code zertifiziertes Schweizer Werk. Es wird in Asien vormontiert und dann automatisiert in der Schweiz zusammengebaut. Die Habillage wird in Asien hergestellt. Auf dem Gehäuseboden steht der bekannte Markenname und dahinter Hongkong. Vom amerikanischen Zoll, der die Herkunft einer Uhr ebenso wie Hongkong einzig aufgrund des Werks bestimmt, wird die Uhr akzeptiert. Ein Fall, der sich an der Grenze dessen bewegt, was das *Swiss made* noch erlaubt. Oft wird diese Grenze aber auch unverfroren missachtet: ein ständiger Kampf für die FH.

Es scheint so, dass man im Luxussegment diese Situation nicht mehr hinnehmen will, weil man dort eine einzige Herkunftsbezeichnung, verbunden mit vagen Qualitätskriterien, nicht mehr für sinnvoll hält. Die preisgünstigen Uhren wären keineswegs mehr günstig im Preis, wenn sie ganz in der Schweiz hergestellt würden, wo die Arbeitskraft dafür viel zu teuer ist. Und die Luxusuhren wären keine mehr, wenn sie in Asien gemacht werden müssten, wo die Kompetenzen dazu (noch) nicht in helvetischem Ausmass vorhanden sind. Die Lösung wäre ein zweistufiges *Swiss made*, wenn man den Herstellern von Prestigeuhren folgen

will. Die erste Stufe wäre demnach dem jetzigen Label ähnlich und für diejenigen Marken gedacht, die sich mindestens zu einer Endkontrolle nach Schweizer Normen verpflichten. Mit dem neuen zweiten Label wäre eine ganze Reihe strenger Auflagen verbunden: zum Werk und zur Habillage ebenso wie zum Werkzusammenbau und zur Endkontrolle.

Da mag einem die Erinnerung daran, dass bereits 1922 in Le Locle ein zweistufiges Gütesiegel gefordert wurde, schon ein Lächeln entlocken!

Das *Swiss made* als Synonym für Qualität und Zuverlässigkeit bleibt ein beehrtes Label, mit dem bloss zu sorglos umgegangen wird. Dabei kann die Uhrenindustrie ausserhalb von Genf nirgends darauf verzichten. Das Label muss angepasst werden, finden die meisten, doch sobald von einer Verschärfung der Verordnung von 1992 die Rede ist, löst dies in der EU einen Proteststurm aus. Frankreich, Spanien und Italien liefern Habillage, Gehäuse und Armbänder. Würde man das *Swiss made* auf das Gehäuse ausdehnen, müssten sich die französischen Gehäusehersteller verabschieden, denen man 1992 doch schon die Einschaltung wegnahm... die sie inzwischen in der Schweiz machen lassen!

# SMMADESWISSMAD

## KO N S E N S



**Einvernehmliche Lösungen.** Von Verschärfung der geltenden Bestimmungen ist die Rede, doch niemand weiss so genau, wohin die Reise tatsächlich gehen soll...

Eine in Hongkong zusammengebaute Schablone ist nicht *Swiss made*. Ein in der Schweiz montiertes Werk mit Einschalung und Habillage in Hongkong gilt in China und vielen anderen Ländern als *Swiss made*... aber nicht in der Schweiz. Durch das *Swiss made*, das die FH 2006 in Amerika und Hongkong als Kollektivmarke eintragen liess, wurde aus einer Herkunftsangabe eine Markenbezeichnung, um die rechtliche Position zu stärken. Doch wer will und kann sich auf einen kostspieligen Prozess einlassen, um ein Präzedenzurteil zu bekommen? Die FH zieht einvernehmliche Lösungen vor, was ihr in über hundert Fällen pro Jahr schon gelingt und bei entsprechenden Mitteln noch öfter möglich wäre. So entschärft sie immerhin die Lage.

Doch die Probleme, die es zu lösen gilt, sind ebenso zahlreich wie kompliziert. Zum Beispiel gibt es auch brauchbare Werke in guten Fälschungen. Auch in dieser Domäne haben sich mit dem Auftauchen von guten ausländischen Werken und Uhrenbestandteilen (aus China und Russland) Qualitätsstufen herausgebildet, und gar nicht so selten ist die Herkunft dieselbe wie bei den Markenprodukten.

Von den jüngsten Fälschungen, die uns unterkamen, hätte sich allenfalls auch ein geübtes Auge täuschen lassen. Zudem ist ihre Ganggenauigkeit mindestens so gut wie bei durchschnittlichen Schweizer Uhren, denn manche sind auch mit denselben Werken ausgerüstet, bei denen die Schweizer Herkunftsbezeichnung getilgt wurde. Kanton ist weltweit führend im Kopieren von Uhren geworden, mit einer Vorliebe für Rolex und bald auch Breitling.

Und wie liesse sich der Export von Schweizer Werken, hergestellt in der Schweiz, verhindern? Der Verkauf von ganz legal, ganz ohne Geschäftsmoral hergestellten Kopien der Kaliber Eta 2824, 2892 bis zu 2836 an jedermann? Und tatsächlich will „jeder“ sie, denn die Swatch Group, für die ETA die montierten Werke herstellt, ist „im Kampf gegen die Fälschungen“ strenger und restriktiver im Verkauf geworden und bedient in erster Linie ihre eigenen Marken, indes der Produktionsapparat



# SWISSMADESWISS



Keystone/Walter Bieri

allmählich an seine Grenzen stösst. Bald schon ist nämlich Wirklichkeit geworden, wovon man bei der Gründung der ASUAG erst heimlich träumte, und der Zusammenschluss in der Basisproduktion der gesamten Schweizer Uhrenindustrie ist erreicht.

**Wachsamer Zoll.** Im Gegensatz zu den USA verlangt die Schweiz keine Markenbezeichnung für Uhren. Sie legt lediglich die Bestimmungen für die Verwendung der Herkunftsangabe fest.

Der Schweizer Zoll ist die einzige offizielle Instanz, die verdächtige Import- oder Exportware nach bestem Vermögen unter die Lupe nimmt. Sie macht der FH als Wächterin über das *Swiss made* Meldung, die sich dann an die beschuldigte oder betroffene Firma wendet. Der Zoll ist für die Kontrolle von Edelmetallen gut gerüstet, und die Zöllner verfügen über eine Zusatzausbildung in Uhrenkunde.

Trotzdem fehlt eine klar geregelte Überwachung der Verwendung des *Swiss made*. Die FH und der Zoll tun gewiss, was sie können, aber der Betrug fällt einfach zu leicht.

SCH  
ON  
BALD

## 2010 KOMMT

Eine Anpassung beim *Swiss made* für Uhren wird gegenwärtig geprüft. Doch die schmale Bandbreite von Änderungen, die von der EU noch toleriert würde, lässt für eine Verschärfung der Bundesverordnung wenig Spielraum. Keine rosigen Aussichten, insbesondere, wenn man bedenkt, dass am Anfang der Kette keine amtliche Kontrolle mehr für die Echtheit der Produkte bürgt, seitdem das CTM 1991 von der Uhrenbranche über Bord geworfen wurde. Man hielt diesen Schutz vor dem Fuchs im Hühnerstall damals für „überflüssig und überholt“. Natürlich wären mit dem Einzug der Elektronik in die Uhrenindustrie beträchtliche Anpassungen nötig geworden, aber deswegen gleich ganz darauf zu verzichten?

In einer Studie zur Zukunft der Uhrenindustrie im Jahr 2010, die von der FH 1997 in Auftrag gegeben wurde, hält eine Expertengruppe fest, dass „die Herstellung und der Vertrieb von Uhren unter Schweizer Markennamen auch 2010 noch wichtig sein werden. Sollte man jedoch daraus schliessen, dass die Marke mehr Gewicht hat als die Herkunftsbezeichnung, würden die mangelnden Möglichkeiten einiger Häuser, ihre Marke zu pflegen, voraussichtlich zum Verschwinden mehrerer Marken führen. Dabei scheinen sich die Konsumenten im rauhen Wind der Globalisierung zunehmend auch auf ihre Wurzeln zu besinnen. Die Rolle, die das *Swiss made* dabei spielen könnte, ist nicht zu unterschätzen. In dieser Frage wird sich wohl die ganze Branche vor das Dilemma gestellt sehen, es einerseits mit einer immer besser informierten und anspruchsvolleren Kundschaft zu tun zu haben und andererseits mit hohen Gestehungskosten kämpfen zu müssen. Der Bewältigung dieses Dilemmas werden die Verantwortlichen ein grosses Augenmerk schenken müssen. Das *Swiss made* neu zur Geltung zu bringen und damit wieder Gefühle zu wecken, die auf der ganzen Welt über Generationen Menschen ins Schwärmen brachte, wird eine Herausforderung sein nicht nur für die Uhrenindustrie, sondern auch für andere exportorientierte Branchen wie die Schokoladeproduktion oder den Tourismus...“  
2010 kommt schon bald... ●

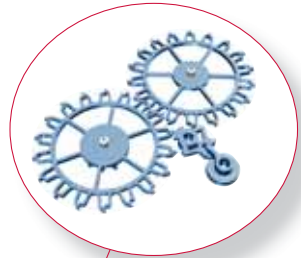
## Ulysse Nardin: greift vor

INNOVATIONEN

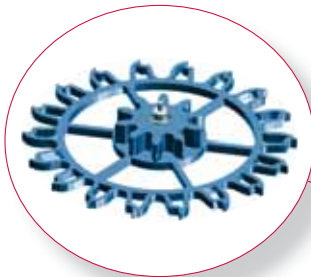
1



2



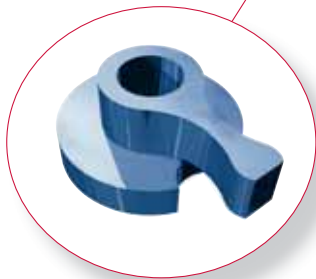
10



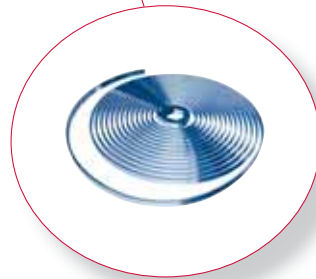
9



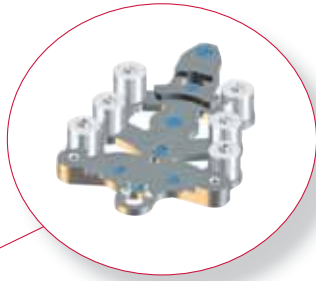
8



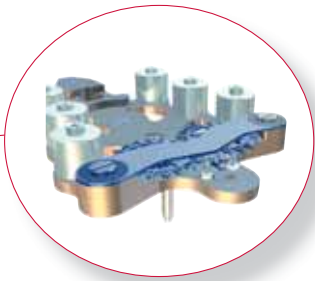
7



# VIKTECHNIKTECHN



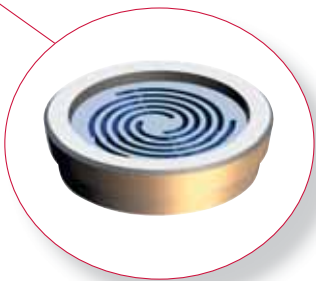
3



4



5



6

Jean-Philippe Arm

Indem Ulysse Nardin eine Konzeptuhr vorstellt, die gleich zehn technische Neuerungen in sich vereint, greift die Manufaktur vor. Das ist ihre Art, die Tatsachen zu präsentieren, um nicht später von der Konkurrenz hören zu müssen, sie habe Weltneuheiten erfunden, die in Le Locle schon längst realisiert worden sind. Rolf Schnyder ist diesbezüglich ein gebranntes Kind und hat es vorgezogen, sich zu beeilen und die Leistungen, zu denen seine Marke fähig ist, internationalen Journalisten und Kunden am Ufer des Neuenburger Sees vorzustellen.

Wenn es um Innovation und neue Materialien geht, ist Ulysse Nardin kein Anfänger. Die Marke hat sogar die Rolle des Wegbereiters gespielt und mit Diskretion eine Richtung eingeschlagen, der heute sogar die Grossen der Uhrmacherei folgen. Zur Erinnerung: die erste Uhr mit einer Hemmung aus Silizium war das 2001 lancierte Modell „Freak“. 2002 folgten Prototypen, die mit Spiralfedern aus Diamant ausgestattet waren und die ungeahnte Elastizität eines Materials mit aussergewöhnlichen Eigenschaften offenbarten. Die erste Uhr mit einer Hemmung aus Diamant kam 2005 auf den Markt, während im gleichen Jahr eine Hemmung aus Nickel-Phosphor (NiP) und Silizium realisiert wurde. Jedes Mal handelte es sich bei der Versuchsuhr um ein Modell „Freak“, das, wie man sich erinnert, nicht mit einer herkömmlichen Ankerhemmung, sondern mit einer innovativen, von Ludwig Oechslin ersonnenen Hemmung ausgestattet ist, die von Lucas Humair und seiner Equipe zur „Dual Ulysse“-Hemmung weiterentwickelt wurde.

Die kreative Hyperaktivität der Marke ist absolut zielgerichtet. Sie, die einst die Königin der Marinechronometer war, setzt heute auf fortschrittliche Technologien. Die Begründung ist einfach: „Wir können den grossen Marken heute nicht mit traditioneller Uhrmacherei Paroli bieten“, bekennt Rolf Schnyder. „Sie beherrschen die Bearbeitung traditioneller Materialien perfekt und sind auf diesem Gebiet unschlagbar. Im Gegenzug können wir uns profilieren und etwas Neues zur Uhrmacherei beitragen, indem wir Spitzentechnologie unter die Lupe nehmen, die für ganz andere Domänen entwickelt worden ist. Indem wir verlässliche Partner finden, in die wir massvoll und vernünftig investieren, können wir unseren Nachschub an Basiskomponenten zu einem Zeitpunkt sichern, an dem dieser Aspekt lebensnotwendig wird . . .“

# TECHNIKTECHNIK

**Spitzentechnologien.** Dadurch dass sie mit verschiedenen spezialisierten Unternehmen in der Schweiz und in Deutschland zusammenarbeitet, hat Ulysse Nardin ihre Ambitionen realisieren können, bevor sie 2006 gemeinsam mit Mimetec (siehe WA 001) die gemeinsame Gesellschaft Sigatec gründete. Diese Firma mit Sitz in Sion beherrscht Technologien wie die Photolithographie (LIGA) und das Ätzen durch Ionenbeschuss (DRIE) zur Produktion von Mikrokomponenten aus unterschiedlichen Materialien, die mit konventionellen Verfahren nicht realisierbar sind.

Die Konzeptuhr „Innovision“ vereint in sich zehn Innovationen. Die Hälfte davon betrifft die Verringerung der Lagerreibung, was auf den Verzicht von Öl als Schmiermittel zielt. Die „Dual Ulysse“ Hemmung erfüllt diesen Wunsch gemeinsam mit einem kugelgelagerten Federhaus seit 2005. Neuerdings machen ganze Brücken aus Silizium die eingepressten Rubinlager überflüssig. Silizium findet sich in der Uhr in unterschiedlichen Kombinationen, sei es in Form der Spiralfeder und der Hemmungsbrücke, oder in Kombination mit Nickel in einer Brücke aus zwei Komponenten, bei deren Herstellung DRIE und LIGA-Technologien erstmals kombiniert wurden. Die Elastizität des spröden Materials erstaunt in einer vielversprechenden Stossdämpfung. Hier reduziert die überzeugende Kombination neuer Technologie und eines neuen Materials die ursprünglich fünf Bestandteile der Stossdämpfung auf ein einziges Element.

Sigatec hat ein neuartiges Verfahren entwickelt, um aus einem einzigen Stück Mikrokomponenten herzustellen, die bislang aus mehreren Teilen zusammengesetzt wurden. So konnte dank der Möglichkeit, das Material von zwei Seiten zu bearbeiten, die Ellipse aus einem Stück gefertigt werden, was normalerweise mehrere Komponenten und Arbeitsschritte erfordert. Schliesslich öffnet der neuartige Prozess den Weg zur Herstellung beweglicher Komponenten in einem Arbeitsgang, wobei die Vorteile auf der Hand liegen.

Man versteht leicht, dass die Vereinfachung der Produktionsschritte Probleme vermindert, während die Reduktion von Komponenten die Risiken von Abnutzung, Ermüdung und Fehlfunktion eliminiert. Man stellt auch fest, dass die fruchtbarsten Fortschritte nicht immer die sind, die dem Laien ins Auge springen. Wenn man sich hingegen der

## **Materialienmix und die Suche nach dem**

**Gral.** Die Verwendung neuer Materialien durch immer mehr Marken wäre eine Modeerscheinung, wenn es sich um reine Ästhetik oder einfach nur Marketing handeln würde. Doch die Materialien spielen eine entscheidende Rolle bei der Suche der Uhrmacher nach dem Gral: nach Komponenten, die ohne Schmiermittel auskommen. Ulysse Nardin sprintet davon, aber die ganze Elite ist noch im Rennen und schlägt ein horrendes Tempo an. Bei diesem Wettkampf auf Spitzenniveau hält Silizium besonders gut mit. Wenig erstaunlich deshalb, dass es bei den Innovationen von Patek Philippe auf diesem Gebiet mit dem Ankerrad von 2005 und der Spiralfeder Spiromax von 2006 der Star ist, aber auch bei Rolex und der Swatch-Gruppe. Das Silizium hat nun seinen Platz in den Werken erobert, die Beispiele dafür sind zahlreich, und den Zweiflern präsentiert der Spezialist Frédérique Constant ein Hemmungsrad aus Silizium. Beim Komponentenmix zeichnet sich Jaeger-LeCoultre aus, die dieses Jahr mit ihrer Master Compressor Extreme LAB glänzt, mit Hemmungsrad aus Silizium natürlich, aber vor allem auch mit einem ganzen Cocktail neuer Materialien, welche die Schmierung überflüssig machen sollen.

Fabrikationsprozesse mit einem Technologie- und Qualitätssprung annimmt, kann man sicher sein, dass die Auswirkungen langfristig sein werden. Von den zehn in „Innovision“ realisierten Erfindungen sind einige bereits in bestehenden Modellen realisiert, andere werden Schritt für Schritt in existierende und zukünftige Kaliber eingebaut. Ein Modell, das sie allesamt vereinigt, ist nicht vorgesehen. „Innovision“ ist und bleibt eine Konzeptuhr und nicht der Prototyp einer Uhr für den Handel, auch wenn sie bereits Begehrlichkeiten geweckt hat und unpassenderweise ihr Aussehen kritisiert wurde. Wann wird die Kopie erhältlich sein? Heutzutage geht ja alles sehr schnell, was erst recht für den eingeschlagenen Weg spricht: die Sache auf den Punkt bringen und ein Datum anpeilen. ●