

GROLL, AMNESIE UND ERINNERUNG

Könnten wir nicht von etwas anderem reden... Wir hätten ja durchaus Lust dazu, aber vom Wetter lässt sich nicht ewig reden, das Plaudern über Befindlichkeiten wird rasch ebenso lästig wie das Rühmen sportlicher Grosstaten, und so taucht das Thema beim Smalltalk in der Uhrenwelt sehr bald wieder auf, und man entkommt ihm nicht.

Ablenken ist so nutzlos wie dribbeln oder einen Eckball herausholen. Niemand lässt sich täuschen, alle sind mehr oder weniger betroffen und involviert. Ausflüchte wirken suspekt, beruhigende oder optimistische Worte in eigener Sache werden nicht ernst genommen. Nimmt man das Wort «Krise» nicht in den Mund, so werden die Situation, die Geschäfte, die unmittelbare Zukunft doch als «schwierig» bezeichnet.

Im Jurabogen gilt Beschwichtigung nicht mehr viel. Die Marken, die aufgrund ihrer überlegenen Positionierung, ihrer besonderen Nische, angeblich verschont blieben, konnten niemandem sehr lange etwas vormachen. In diesem engen Nutz von Kunden und Lieferanten kommt alles ans Licht, bis hin zu den genauen Zahlen der schubladisierten Bestellungen. Kommt auf die üblicherweise reine Höflichkeitsfrage «Wie geht's?» laut und deutlich die Antwort «schlecht!», so ist man gleich mittendrin. Der Klartext hat am Telefon, in den Büros und Ateliers die Floskeln ersetzt. Umso besser, denn jetzt kommt man in den Gesprächen zur Sache, und es geht um das Wesentliche.

Manchmal ist der Ton bitter, und die einstigen «Partner» und Zulieferer von Ideen, Bestandteilen und einsatzbereiten Kalibern kommen sich lackier vor. Gewisse Verhaltensweisen werden angeprangert: «Loyalität ist auch nicht mehr das, was sie einmal war.»

Gleichzeitig gibt es die selteneren, aber umso geschätzteren Zeichen der Solidarität zwischen Marken und Lieferanten durchaus, und zwar in beide Richtungen, wohlgemerkt. Zwischen Groll und Amnesie bleibt genug Platz für die Erinnerung.

Aber das kommt später, denn jetzt ist etwas anderes gefragt: Man krempelt die Ärmel hoch und macht sich an die Bewältigung der Krise. In der Hoffnung, sie möge sich wenigstens für die Branche auch als heilsam erweisen: den schönen Schein eliminieren, den Sand aus den Augen wischen, der skandalösen Praxis ein Ende setzen, ungeprüfte Stücke auf den Markt zu werfen, und Schluss machen mit überbissenen, realitätsfremden Preisen...

Das war die Ausnahme nicht die Regel, stimmt, aber ebenso bestimmt hat die Euphorie zu Entgleisungen geführt, die korrigiert werden müssen. Man hat da und dort den Kunden düpiert und Uhrenbumerangs lanciert, die prompt wieder im vernachlässigten Kundenservice landeten. Das soll nicht mehr vorkommen, wir schwören es... Es ist keineswegs sicher, dass die zurückzugewinnende Kundschaft sich nur mit Worten begnügen wird.

Jean-Philippe Arm



Möglichst unverfälscht

ECHTE MENSCHEN TRAGEN ECHTE UHREN.



Seien Sie echt. Kaufen Sie echt.

Internationale Sensibilisierungskampagne gegen Produktfälschung.

FHH
FONDATION
HAUTE HORLOGERIE



www.hautshorlogerie.org

Das weltweite Fälschungsgeschäft umfasst demnach zwei Gruppen, je nachdem ob der Kunde mitmacht oder getäuscht wird, doch liegen diesen betrügerischen Machenschaften oft dieselben Interessen, dieselben zwielichtigen Geschäftsverbindungen oder Kontakte zum organisierten Verbrechen zugrunde. Trotzdem gilt es auf dem Feld des Konsums diesen Unterschied zu beachten und den Kampf dagegen auf unterschiedliche Weise zu führen, auch wenn es Gemeinsamkeiten gibt.

Ebenso wie weltweit ohne Skrupel Musikstücke und Bilder illegal heruntergeladen werden, kann der Konsument auch sein Verlangen nach Luxus in wenigen Mausklicks leicht befriedigen. In den Suchmaschinen wimmelt es von Angeboten für «Imitate», die durch ihren inflationären Gebrauch von Buzzwords und des Missbrauch der berühmtesten Markennamen der Sichtbarkeit dieser Marken schaden. Ganz zu schweigen von den Tricks und dem subversiven technischen Potential der Akteure, die ihren Verfolgern immer wieder ein Schnippchen schlagen. Der Kunde belastet sich nicht mit Skrupeln. Er gibt nach und usurpiert sich so sein bisschen Prestige.

Die Scham. Seine Beweggründe sind so wenig respektabel wie seine Mittel. Ob er wohl auch derart auf die echte Version des begehrten Objekts stehen würde, wenn er sie sich leisten könnte? Um diesen heimlichen Dieben auch anders als mit Polizei oder Zoll das Handwerk zu legen, gibt es bestimmt auch die Erziehung: vor allem durch die Blicke der andern. Denn würden hauptsächlich durch Geltungsdrang motivierte Besitzer gefälschter Markenuhren regelmässig ausgelacht, würden sie diese sicher gleich loswerden wollen. Als Betrüger zu gelten, ist nicht so toll. Eine Utopie? Die im Januar am Rande des SIHH lancierte Sensibilisierungskampagne der Fondation de la haute horlogerie (FHH) und des Verbands der Schweizer Uhrenindustrie (FH) setzt jedenfalls darauf mit ihrem Slogan: *Fake watches are for fake people* («Falsche Uhren sind für falsche Leute»). Erziehung könnte den Konsumenten auch in die Lage versetzen, ein minderwertiges Gehäuse mit schwachen Bandanstössen oder die mangelnde Brillanz eines falschen Saphirglases zu erkennen. Ganz zu schweigen von den kleinen Echtheitszeichen, die von den Marken speziell entwickelt wurden. Cartier

Olivier Broto

Es gibt zwei Arten von Fälschungen: die eine mit Billigung des Konsumenten und die andere gegen seinen Willen. Erstere kitzelt sein Verlangen nach unerreichbaren Objekten und verführt ihn dazu, sie sich anzueignen. Letztere ist raffinierter und verfeinert Produktion und Ausstattung so sehr, dass es unmöglich wird, die Spreu vom Weizen zu trennen.

AKTUELLAKTUELL

unternahm als eine der ersten Firmen solche Bestrebungen, indem sie im Strich des «V» ihrer römischen Zahl VII den Markennamen in winzigen Buchstaben unterbrachte. Und selbst wenn die Fälscher dieses Hindernis umgehen konnten, bereitet es ihnen doch nach wie vor viel Kopfzerbrechen.

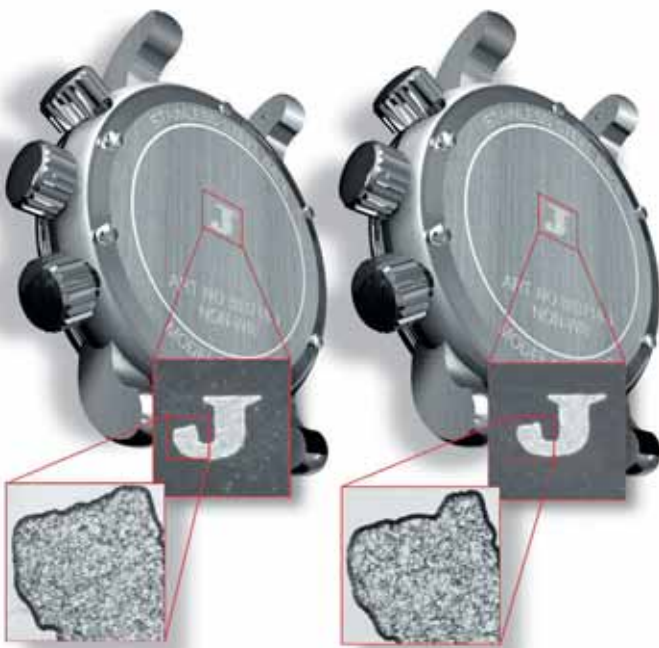
In der Uhrenwelt zirkulieren unzählige Geschichten von Uhren, «die vom Lastwagen heruntergefallen sind»; von echten Werken in falschen Uhren, und auch der Spruch «aus einer echten Rolex mache ich dir drei falsche» ist nach wie vor zu hören. Doch eines steht fest: Manche Uhren sind so gut gefälscht, dass sie selbst einen Uhrmacher täuschen können. Die Piraten haben Industriespionage betrieben, ihre Werkzeuge geschärft, echte Uhrmacher angeheuert und verfügen heute über eindrucksvolle Mittel. In Asien erstreckt sich dieser Markt sogar auf das Kopieren von alten Uhren, jener antiken Stücke, deren sich die Auktionshäuser rühmen. Da stehen den Experten

goldene Zeiten, aber auch neue Weiterbildungsnotwendigkeiten bevor.

Lösungsversuche. Um diese Missstände zu bekämpfen, gibt es vonseiten der Verbände viele energische Initiativen und Programme, auch spezialisierte Anwälte sind am Werk. Doch ein einheitliches Vorgehen ist nicht in Sicht, nur Lösungsansätze in unterschiedliche Richtungen, je nachdem ob von den klugen Köpfen die biometrische oder die visuelle Erkennung bevorzugt wird.

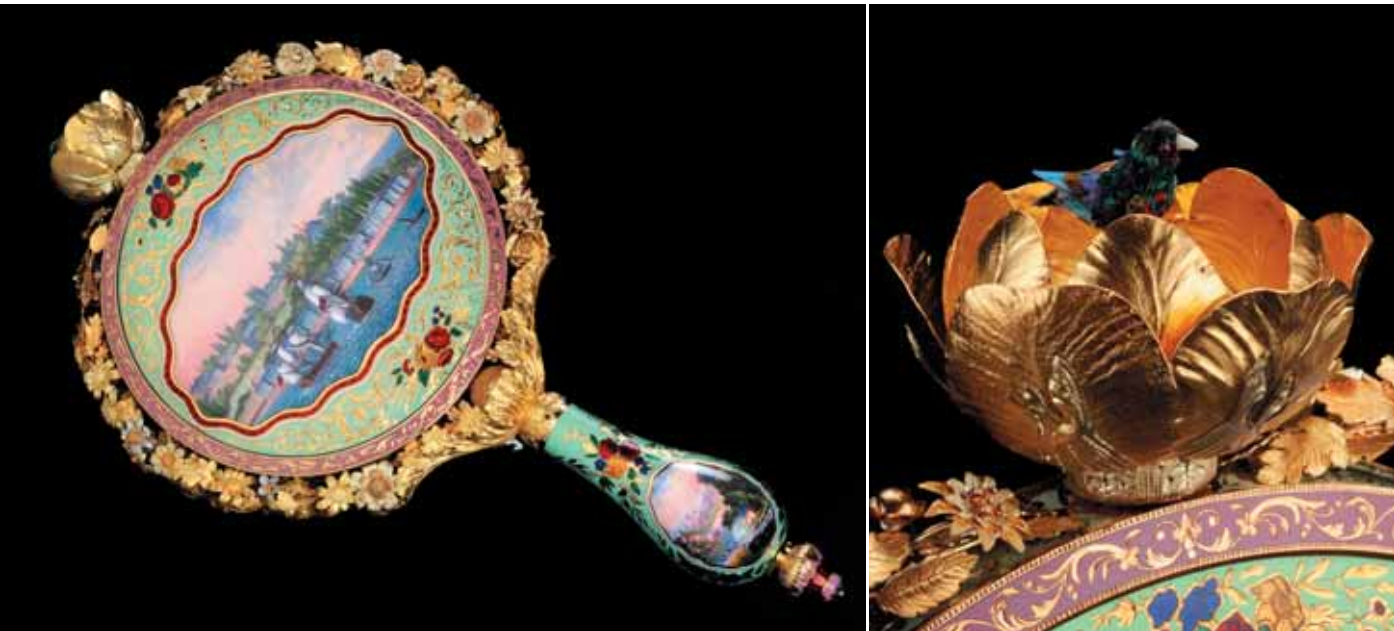
Mit seinem Auftritt mit WiseKey an der Baselworld 2009 hat Hublot sich für die «Smart Card» entschieden. Eine interessante Lösung, bei der man eine Karte im Bankkartenformat in den Computer steckt. Sobald die Verbindung mit der zentralen Datenbank der Marke hergestellt ist, übermittelt diese die raffiniert verschlüsselten Daten, die dem Besitzer die Echtheit seiner Uhr garantieren: ein innovativer Ersatz für das so leicht zu kopierende Zertifikat auf Papier. Widerstände sind denkbar vonseiten der Detaillisten, die angesichts dieser direkten Kontaktnahme mit dem Endkunden Hinterabsichten der Marken vermuten könnten. Und was tun, wenn Kunden ihre Uhr weggeben, ohne ihre Daten angepasst zu haben?

Auf diesem Experimentierfeld hat auch das Konzept von AlpVision, ebenfalls eine Schweizer Firma für Sicherheitslösungen, gute Erfolgchancen. Die Idee ist einfach: Man fotografiert seine Uhr (zum Beispiel mit dem Handy) und schickt das Bild an eine zentrale automatisierte Datenbank, die durch Bilderkennung umfassend über die tatsächliche Herkunft Auskunft gibt. Und dies ohne zusätzliche Markierung, einfach deshalb, weil selbst noch in der Welt der Mikromechanik jede fabrizierte Uhr ein Einzelstück bleibt und die winzigen Abweichungen sich ebenso wenig ähneln wie elektronische Fingerabdrücke. Das Problem der Distanz ist damit gelöst, man hat Zugriff auf das System, wo immer man ist. Der Datenschutz ist gewährleistet. Obwohl dieses System eine vorgängige Aufnahme jeder Uhr beim Hersteller voraussetzt und es nur auf das Gehäuse fokussiert, ist es nach aktuellen Entscheidungskriterien höchst vielversprechend: weit verbreitete Mobilnetze, Ersparnis der Demontage der Uhr, minimale Kosten, die erst noch vom Absender getragen werden. Das «MMS watch» ist geboren, und man wird bestimmt noch von ihm hören. ●



Selbst im Mikromechanikbereich ist jedes Stück einmalig dank seiner mittels MMS leicht überprüfaren digitalen Signatur!

Innovative Ausstellung für einmalige Objekte



Einmalig, dieser Spiegel aus dem frühen 19. Jahrhundert, wo ein Singvogel erscheint, wenn die Rose aus Gold sich öffnet.

Brigitte Rebetez

Der berühmten Sammlung Sandoz ist eine innovative Ausstellung zum 50. Geburtstag des Uhrenmuseums Le Locle gewidmet: rund hundert einmalige Uhren und Musikautomaten, die das Publikum seit 1976 nie mehr zu sehen bekam...

«*Es sind geniale Stücke*», schwärmt Michel Parmigiani von den Uhren und Automaten der Sammlung Sandoz. Ein gewichtiges Urteil, denn der Gründer der gleichnamigen Uhrenmarke ist zweifellos einer der besten Kenner der Kollektion, für deren Unterhaltung und Instandsetzung er seit fast dreissig Jahren verantwortlich ist. Das sind hunderte von Stunden behutsamer Restaurationsarbeit, in denen fünf Jahrhunderte Uhrengeschichte durch die Hände von Michel Parmigiani gegangen sind, der darin «*eine konstante Suche nach Exzellenz und eine schöne Übereinstimmung zwischen Ästhetik und Handwerkskunst*» erkennt. Als Beispiel nennt er den Spiegel mit Singvogel der Brüder Rochat aus Genf von Anfang des 19. Jahrhunderts. «*Das Objekt ist wunderbar emailliert und von einer kleinen Rose aus Gold geschmückt, die sich öffnet, um den Blick auf*

einen Vogel freizugeben, der aufsteigt, um zu singen und dann wieder in der Blume verschwindet. Das ist weltweit einmalig!», staunt der grosse Uhrmacher.

Seine Bewunderung kann nun seit einigen Tagen vom Publikum geteilt werden: Die rund hundert Uhren und Automaten – eine der bedeutendsten Sammlungen überhaupt – sind inzwischen alle im Uhrenmuseum von Le Locle zu bestaunen. Ein Ereignis mit Seltenheitswert, kehrt die Ausstellung doch nun, mehr als dreissig Jahre nach der letzten Präsentation von 1976 am selben Ort, in jenes *Château des Monts* zurück, an dem Maurice Sandoz so viel gelegen war. Der Doktor der Chemie, Autor, Komponist und Sohn des Gründers des gleichnamigen Pharmaunternehmens hatte dem künftigen Uhrenmuseum seiner Heimatstadt Le Locle rund dreissig Sammelstücke vermacht. Mehrfach besuchte er das *Château des Monts*, wo seine Pläne Gestalt annahmen, und wachte über die Einrichtung des Saals, der seine Uhren und Automaten beherbergen sollte. Doch der Mäzen sollte den gelungenen Abschluss nicht



Im Château des Monts ist die böse Fee aus dem Märchen auf ihre Stöcke gestützt unterwegs...

mehr miterleben – er starb ein Jahr vor der Einweihung des Uhrenmuseums am 23. Mai 1959.

Gefilmt in 3D. Ein halbes Jahrhundert später ist die Sammlung Maurice Sandoz das Herzstück der 50-Jahr-Feier des Museums. Die Ausstellung arbeitet mit innovativen filmischen Methoden, damit die Besucher auch jene technischen Meisterleistungen würdigen können, die von blossen Auge nicht ohne weiteres sichtbar sind. Die von Philippe Nicolet und seinem Team monatelang gefilmten Objekte werden in Nahaufnahme und dreidimensional präsentiert. Somit können die Uhren, Automaten und Prunkstücke, deren älteste Exemplare aus der Renaissancezeit stammen, bis in ihre letzten wunderbaren Details studiert werden – ein guillochiertes Relief, ein winziger Mechanismus, die Anmut eines Emaildekors.

Ob Tabaksdose, Taschenuhren oder Brunnen mit Glockenspiel: aussergewöhnlich sind die Objekte alle. Als Einzelstücke oder in zwei, drei Ausführungen mit Variationen wurden sie in der Regel in verschiedenen Ländern gefertigt. «*Das Uhrwerk*

wurde vielleicht in der Vallée de Joux hergestellt und die Finissage in Genf», erklärt der wissenschaftliche Mitarbeiter Morghan Mootoosamy. «*Die Uhrmacher hatten zum Beispiel Zweigstellen in London und in Deutschland, und das macht es schwierig, die Herkunft zu eruieren.*» Doch unabhängig von ihrem genauen Weg «*zeugen die Werke von einem reichen Erbe, mit prächtigen Dekorarbeiten in Gold und Email. An ihnen lässt sich die ganze Meisterschaft der Uhrmacher und Goldschmiede ablesen*», lobt der Sachverständige.

Die Ausstellung zu den drei Themenkreisen «Spiel und Musik», «Natur und Romantik», «Schmuck und Gesellschaft» wurde mit mehreren externen Partnern realisiert. Mit dem Konzept wurde die Firma Woodtli aus Zürich und mit den Texten die Historikerin Sharon Kerman betraut. Eine Inszenierung, die sich den von Maurice Sandoz gesammelten Meisterwerken als würdig erweist. ●

Die Ausstellung «Meisterwerke der Sammlung Sandoz» ist im Uhrenmuseum Le Locle, Château des Monts, bis am 31. Oktober 2009 zu sehen.

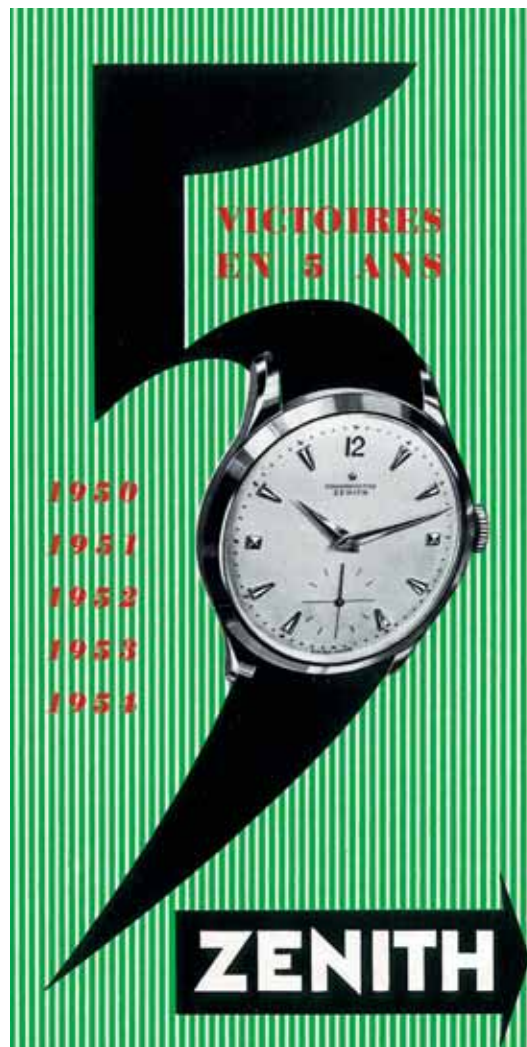
«Traktoren» gegen Tourbillons

Alan Downing

Der erste Chronometrierewettbewerb seit über 30 Jahren, der vom Uhrenmuseum im Château des Monts in Le Locle organisiert wird, kann schon heute als Kräftemessen zwischen in grossen Stückzahlen produzierten, als «Traktoren» betitelten mechanischen Werken und bis zu tausendmal teureren, in Manufaktur hergestellten Werken bezeichnet werden.

Als Spitzenreiter bei den Traktoren nimmt Tissot mit dem gebräuchlichsten Kaliber, einem ETA 2824 mit 28800 Schwingungen pro Stunde, teil. Die Schwestermarke Swatch ist mit demselben Kaliber vertreten. Diese beiden Werke haben selbstverständlich «Chronometerqualität» (die höchste Qualitätsstufe bei der ETA) und wurden speziell für den Wettbewerb eingestellt. «Wenn Sie nur fünfzig Werke pro Jahr produzieren, haben Sie weniger Aussicht auf einen Spitzenplatz als mit hunderttausenden von Werken», sagt Nicolas Clerc, Leiter der Produkteabteilung bei Tissot. «Und wenn Sie nur ein einziges Werk produzieren, geht es bei den Tests vielleicht kaputt.» Er räumt ein, dass es für die Luxusmarken peinlich sein könnte, wenn ein Traktor gewinnt. Aber die Marke aus Le Locle will aus Loyalität zum Museum am gleichen Ort «das Spiel bis zum Ende mitspielen.» Auch Doxa ist eine Marke, die man nicht spontan mit der Präzisionsuhrmacherei in Verbindung bringen würde, sie hat jedoch einen Bezug zum Museum in Le Locle, weil dem Firmengründer Georges Ducommun das Château des Monts einst gehörte. Deshalb unterstützt die Marke die Geburtstagsfeier zum 50-jährigen Bestehen des Museums, indem sie einen Ausstellungssaal renoviert und am Wettbewerb teilnimmt. Auch sie schickt einen Traktor ins Rennen, das Werk ETA 2892, den jüngeren und schlankeren Cousin des 2824, der vom Vater von Romeo Jenny, Generaldirektor von Doxa, hergerichtet wird.

Ein Ticket zum Ruhm. Am anderen Ende des Spektrums nimmt Greubel Forsey mit ihrem äusserst komplexen Vierfachtourbillon mit sphärischen Differential teil. In der letzten Nummer von Watch Around machte Ron DeCorte diese Uhr als idealen Teilnehmer aus, denn mit ihren abgewinkelten Unruhrädern vermeidet sie die horizontalen und vertikalen Lagen der Tests. «Dieser Artikel hat uns zu denken gegeben, und als die Bewerbungsfrist



verlängert wurde, überlegten wir es uns doch noch anders und beschlossen, mitzumachen», erklärt Stephen Forsey, einer der Partner der Marke.

Der Wettbewerb bietet guten Uhrmachern eine ausgezeichnete Öffentlichkeitsplattform. Auf den frankophilen deutschen Uhrmacher Karsten Frasdorf geht die *Fabrication de Montres Normandes* zurück, die in der Normandie für Chronoswiss und einige andere Schweizer Marken produziert. Er hat für den Wettbewerb eine komplexe Hemmung mit konstanter Kraft erdacht und fabriziert, bestückt mit einer gewaltigen Unruh mit 18000 Schwingungen pro Stunde, zwei Unruhfedern, zwei koaxialen Hemmungsrädern und drei Ankeren. «Das Projekt

wurde so gut wie erst in letzter Minute geboren, aber wenn ich den Wettbewerb diesmal nicht gewinne, dann sicher im nächsten Jahr.»

Kari Voutilainen, ein bekannter und in Fachkreisen anerkannter Uhrmacher, hat sich für eine sehr hohe Frequenz von 36000 Schwingungen pro Stunde entschieden, jedoch in einem sehr klassischen Werk mit traditioneller Guillaume-Unruh und wunderbarer gebläuter Spiralfeder mit hochgebogener Endkurve – das Ganze in seinem exquisiten künstlerischen Stil. «*Der Gang ist gleichmässig, und der Isochronismus ist gut, aber die Magnetfelder machen wir ein wenig Sorge*», räumt Kari Voutilainen ein.

Tourbillon oder Gadget. Der Sieg eines Tourbillon-Werks würde ihr schwindendes Prestige aufpolieren. Unter den Prestigemarken hat Jaeger-LeCoultre zwei Uhren mit Tourbillon angemeldet: ein Kaliber 174 Reverso Gyrotourbillon und ein Kaliber 978 Master tourbillon. «*Mitmachen ist wichtiger als gewinnen*», findet der Direktor von Chopard, Karl-Friedrich Scheufele, nobel. Immerhin hat Chopard eine doppelte Gewinnchance, da auch sie mit zwei Uhren teilnimmt: einem Tourbillon 4T aus ihrer Manufaktur in Fleurier und einem Tourbillon 1869 aus ihrer Genfer Filiale Petit-fils de L.U. Chopard. Das 4T glänzt mit seiner hochfrequenten Unruh von 28800 Schwingungen pro Stunde und einem Werk mit achttägiger Gangreserve und vier Federhäusern. Es ist zudem eines der wenigen Chronometer mit Zertifikat des schweizerischen Kontrollorgans COSC.

Für François-Paul Journe, der nicht viel mit dem COSC-Label anfangen kann, wird sich weisen, ob sein Chronomètre Souverain diesen stolzen Beinamen zu Recht trägt.

Die Marken, die in früheren Zeiten die Chronometrie-wettbewerbe dominierten – Patek Philippe, Omega, Ulysse Nardin, Rolex – glänzen jedoch bei dieser Austragung durch Abwesenheit, mit Ausnahme von Zenith, die von 1950 bis 1954 mit ihrem Kaliber 135 mit Frequenz 18000 diesen Wettbewerb fünfmal hintereinander gewann. Diesmal präsentiert sich die Marke mit einem zweimal schnelleren Werk, einem automatischen El Primero mit einer Frequenz von 36000. Ironie des Schicksals, dass auch das «erste» Werk aus Japan 36000 Schwingungen pro Stunde hatte, das den Chronometrie-wettbewerben den

Todesstoss versetzte, als es von 1969 an die Konkurrenzen der Observatorien von Genf und Neuenburg gewann. Diese wurden 1972 auf Betreiben der Schweizer Marken eingestellt, und als dann die Quarzwerke mit ihren unschlagbaren Frequenzen kamen, schien ihr definitives Ende besiegelt.

Diesmal gibt es keine japanische Konkurrenz. Der Wettbewerb steht zwar Aserbaidschan und sämtlichen europäischen Ländern offen, aber nicht den drei grossen Uhrenproduzenten Japan, China und USA. Eine zweite universelle Austragung wird jedoch in der Jury gemäss dem Pressesprecher der Veranstalter debattiert.

Politisches Risiko. Der Wettbewerb hatte Anlaufschwierigkeiten, und die Anmeldefrist wurde auf Ende 2008 verlängert, um vier verspätete Konkurrenten, darunter Zenith und Audemars Piguet, noch berücksichtigen zu können, womit gesamthaft 17 Bewerbungen vorliegen: von Marken und Einzelpersonen, aber nicht aus den Uhrmacherschulen.

Die technischen Hindernisse waren ebenfalls beträchtlich, denn die beiden Kontrollorgane, das COSC und das Observatorium von Besançon, mussten ihre Systeme aufeinander abstimmen, da das COSC im Grunde nur Werke testet und nicht spezifisch für die Kontrolle eingeschalteter Uhren ausgerüstet ist. Die Konkurrenz beginnt nun mit 15 Tagen chronometrischen Standardtests in Besançon, die dann am COSC in Le Locle wiederholt werden. Es folgen Schock- und Vibrationsprüfungen an der Fachhochschule ARC von Le Locle, und danach werden die Uhren am COSC nochmals 15 Tage lang geprüft. Die gesamte Testzeit beträgt somit 45 Tage, wie zu den alten Zeiten der Observatoriumswettbewerbe.

Die Teilnehmer haben sich einem noblen Abenteuer verschrieben – der Suche nach dem Gral der Uhrmacherei, der höchsten Genauigkeit, jener letzten und reinsten «Komplikation». Etliche Marken zögern jedoch mit ihrer Teilnahme noch. Um die Empfindlichkeiten zu schonen, wird im Dezember 2009 nur ein einziger Sieger ausgerufen werden, ohne weitere Rangverkündigung. Die Bedingungen und Teilnehmer des Wettbewerbs sind auf der Homepage der Veranstalter einzusehen unter <http://www.chronometrie2009.ch> ●

Leises Zittern auf dem Markt für antike Uhren



In Mailand angebotene Rarität: Tischuhr mit der Signatur CK (Conrad Kreizer), Deutschland, um 1570.

Ollivier Broto

In diesen turbulenten Zeiten hält sich die Kotierung antiker Uhren erstaunlich gut. Die begehrtesten Uhren stammen aus dem 18. Jahrhundert, obwohl das Marktangebot sich vom 15. Bis ins 20. Jahrhundert erstreckt. Aber tragen Sie keines dieser Prunkstücke alter Uhrmacherkunst nach Hause, ohne vorher Ihre bessere Hälfte gefragt zu haben: sie brauchen Platz! Besonders sollten jene Uhrenfreunde dies beherzigen, die nach Italien schielen, wo am 24. Mai im Grand Hôtel von Mailand eine Auktion von Patrizzi & Co Auctioneers mit Schwerpunkt auf dem 16. Jahrhundert stattfand. «Eine aussergewöhnliche Sammlung von Renaissance-Uhren vor den Pendülen», hält die Pressemitteilung zur Auktion fest.

Der Geschmack in der Innenausstattung von Räumen hat sich geändert. Mit dem Drang, Stile und Farben, Epochen und Trends bunt mischen zu wollen, ist es vorbei. Heute zählt nichts mehr als der Kontrast. Eine schöne Uhr aus dem 18. Jahrhundert kann ein modernes, entschieden auf zeitgenössisches Design setzendes oder gar ein japanisch inspiriertes Interieur vorteilhaft zur Geltung bringen. Und der Käufer wird lieber ein einzigartiges wertvolles Stück erwerben und es effektiv in Szene setzen als mehrere Stücke zu erstehen.

Kaufkriterien. Im Gegensatz zu der Preisexplosion bei den Armbanduhren in den letzten

zehn Jahren gleicht die Bewertung der Grossuhren auf dem Auktionsmarkt jener der Taschenuhren: Ihre Preise sind wie ein ruhiger, steter Strom. Die aussergewöhnlichen Stücke werden im lebhaften Geschehen unter den Hammerschlägen weiterhin gut bestehen und sich konjunkturresistent zeigen. Nur die mittelmässig oder schlecht erhaltenen Objekte werden leiden.

Und was macht das Aussergewöhnliche aus? Die objektive Prüfung des begehrten Stücks nach vier Kriterien: Komplikationen der Uhrmacherkunst, Qualität des Zifferblatts, ästhetisches Gesamtbild und guter Erhaltungszustand der Holz- und Bronzearbeiten. Der «Markenfaktor» wäre da beinahe sekundär, wären die angebotenen Uhren nicht regelmässig mit Breguet, Antide Janvier, Antoine Lépine, Robert Robin, Louis Constantin Detouche oder Charles-André Caron signiert. Das sind Namen, die ein Sammlerherz höher schlagen lassen.

Was die Epoche betrifft, ist einzuräumen, dass die schönsten Harmonien der Uhrmacherkunst mit dem Holz- und Gusshandwerk, mit den besten Kunsttischlern und Intarsienkünstlern, den Meistern des Gipsabdrucks und den Königen der Emaillier zu Beginn des 18. Jahrhunderts entstanden. Durch diverse glückliche Umstände fanden diese Handwerkskünste zu gemeinsamen Werken zusammen, die durch die in ihnen

AUKTIONEN AUKTIONEN AUKTIONEN

erwiesene individuelle Meisterschaft zu aussergewöhnlichen Objekten wurden.

Zur geografischen Herkunft ist zu sagen, dass die besten dieser Kunsthandwerker damals nicht in der Schweiz arbeiteten. Die Uhrmacherei war zu jener Zeit von England und Frankreich geprägt. Die daran beteiligten Schweizer wanderten oft nach Paris oder London aus, wo die Erschaffer dieser Luxusgegenstände zur Hauptsache versammelt waren.

Zeichnen sich neue Entwicklungen ab?

Hierzulande hegt der Genfer Uhrmacher François-Paul Journe, der sich wie viele seiner Kollegen seine Sporen einst mit der Restaurierung antiker Uhren abverdiente, eine grosse Passion für die alten Stücke. Und er legt dafür auch den Tatbeweis ab: Im Herbst 2002 wurde er bei Antiquorum für 1.4 Millionen Schweizerfranken zum stolzen Besitzer eines von drei Resonanzregulatoren mit der Signatur Antide Janvier (1751-1835). Seine zweite spektakuläre Erwerbung thront nach mehreren Jahren Restaurierung in den Schul-Ateliers des Internationalen Uhrenmuseums von La Chaux-de-Fonds nun im Eingang des kürzlich renovierten Firmensitzes der Manufacture F.-P. Journe an der rue de l'Arquebuse in Genf. Es handelt sich um ein Meisterwerk von Detouche.

Im letzten Januar machte François-Paul Journe zudem Uhrenschlagzeilen mit der Eröffnung einer Ausstellung zu Ehren der Uhrmachermeister des 18. und 19. Jahrhunderts und ihrer Werke. Die Exponate stammten aus dem Privatbesitz des Mailänder Sammlers Ausano Musa. Und bis am 6. Februar war Journes Reverenz an die «Grossen Uhrmachermeister aus Frankreich» in seinen Ausstellungsräumen zu sehen, womit er seiner Kohabitation mit dem SIHH eine eigene Note gab.

Die Auktion Ende Mai von Patrizzi & Co könnte den Auktionen antiker Uhren insgesamt einen neuen Glanz verliehen haben. Fing schliesslich nicht alles ganz ähnlich an, als seine Liebe zu alten Uhren Osvaldo Patrizzi einst dazu bewog, das renommierte Auktionshaus Antiquorum zu gründen? Das war vor fünfzehn Jahren, mit den Armbanduhren... ●



Aufgefallen bei Journe, am Rande des SIHH: dieser **astronomische Tischregulator**. Diese Uhr aus vergoldeter Bronze mit vielen Komplikationen und Kompensationspendel ist ein Werk von Louis Constantin Detouche. Sie stellt «die republikanische Eintracht unter der Zweiten Republik» dar und wurde für die Weltausstellung in London von 1851 geschaffen, wo sie die Goldmedaille aller Kategorien errang. Danach wurde sie auch an der Jahrhundertausstellung zur französischen Kunst von 1800-1889 und an der Pariser Weltausstellung von 1900 im Petit Palais gezeigt. Sie ist in klassizistischem Stil aus vergoldeter und ziselierter Bronze gearbeitet. Der Regulator mit Jahreskalender und Zeitgleichung zeigt zudem die Sonnenaufgangs- und -untergangsstunden, den Sonnenhorizont, die Wochentage und Mondphasen an. Das Schneckenradwerk mit Kette und einer Gangreserve von einem Monat verfügt über eine unter dem Zeitzifferblatt sichtbare Federhemmung und über ein Nachspannwerk von einer Sekunde. Die neun Zifferblätter dieser Uhr mit Kompensationspendel bringen die Emaillierkunst zur Geltung.

Neue Marken in Hülle und Fülle. Und jetzt?

Pascal Brandt

Für die Uhrenindustrie gehen Jahre der Euphorie zu Ende, in denen neue Marken täglich im Dutzend das Licht der Welt erblickten. Effektiv lanciert und von einer unersättlichen Nachfragerwelle getragen, erreichten etliche dieser Newcomer sehr rasch den so begehrten Gipfel der höchsten Qualitäts- und Luxusklasse und trugen sich ein in die zuvor schon lange Liste der Firmen im Haut de gamme- und Prestigesegment. Doch nun hat sich das Umfeld abrupt verändert. Das Feuerwerk ist vorbei, und was geschieht nun mit den Neuankömmlingen im Halbdunkel der von der Krise befallenen Märkte? Sind sie heute gefährdeter als andere? Was sind ihre Vorzüge und was ihre Schwächen?

Einige typische Besonderheiten verbinden die Schar der Neuankömmlinge: Viele von ihnen konnten sich in den fetten Jahren mit einer sehr dünnen oder anfänglich gar fehlenden Kapital- und Infrastrukturbasis in das Abenteuer stürzen. Und sie zielten auf dieselbe Kundschaft ab: vermögende Personen, die ihre individuelle Kollektion um neue Stücke ausserhalb des herkömmlichen Kanons bereichern wollten, vorzugsweise aus den aufstrebenden «BRIC»-Staaten (Brasilien, Russland, Indien und China). Ohne Anspruch auf Vollständigkeit kann man die meisten der im Gefolge von Richard Mille – des erfolgreichen grossen Bruders – aufgetretenen neuen Marken einer der nachstehenden Kategorien zuweisen: Produkte von Uhrmacher-Konstrukteuren, Designern, Marketing-Spezialisten, Händlern oder wiederbelebten alten Marken.

Unabhängig von ihrer Herkunft wollten sich die meisten von ihnen im gehobenen Segment positionieren und den Markt von der Spitze her angreifen. Dazu wappneten sie sich mit Tourbillons zuhauf, verschiedensten Komplikationen, üppigem Dekor oder Konzept-Uhren, das Ganze oszillierend zwischen spannenden echten Innovationen und Glamour, hin und her pendelnd zwischen auf Inhalt (Werk) oder ausgeprägtes bis exaltes Design bauenden Produkten. So gut wie alles schien möglich in dieser von den Vertretern der «neuen Uhrmacherkunst» ausgelösten Dynamik, die sich mit diesem Begriff gegen die alte Uhrenwelt der «historischen» Marken absetzte.

Pulsmessung. Doch inzwischen ist die Krise da, und etliche Firmen könnten mit voller Wucht davon betroffen werden. Wie wird die Uhrenindustrie aussehen, wenn sie vorüber ist? Die Newcomer, in der Branche gelegentlich auch als leichtfertige Opportunisten bezeichnet, gelten heute gerne als am meisten gefährdet. Es schien demnach angezeigt, einigen dieser Marken den Puls zu fühlen, aber auch die Vertriebsfachleute zu Wort kommen zu lassen, denn natürlich hängt vom Absatz alles ab.

Wie findet – und wie behält man – denn also seinen Platz im Schaufenster in einem Markt, der seit langem von den Schwergewichten beherrscht wird? Die Antworten rücken durchwegs das Produkt ins Zentrum. Für Philippe Dubois, Direktor von Badollet, braucht es «*Besonderheit und Neuartigkeit*», kombiniert mit «*exklusiven Absatzkanälen, Lieferkapazität, klarer Preis- und Margenpositionierung*.» Bei Hautlence betont die Verkaufsverantwortliche, Patrizia Ameli, den Mehrwert des Werks, eines hauseigenen



Fabrice Hoffer/Noir d'Ivoire Sàrl.

Kalibers. Ein unabhängiger Vertreter sieht die Lösung in der Originalität von Materialien, Design, Kommunikation, oder wenigstens eines entsprechend überzeugenden Marketings. «Die Dauerberieselung hat funktioniert, solange die Russen nicht viel Ahnung und dafür Geld hatten wie Heu.»

Doch wie viele Händler weltweit können sich wirklich auf diese markanten Produkte, die alle in etwa im gleichen Marktsegment liegen, einlassen und sie auch halten? Darüber sind die Befragten sich einig: Es gibt keine hundert Verkaufspunkte für diese Art von Produkt. Immerhin «arbeiten wir alle auch mit weniger qualitätsfokussierten Detaillisten mit Händlerbeteiligung», nuanciert der Vertreter einer sehr eigenwilligen Marke. Gemäss einem unabhängigen Händler «gibt es höchstens zehn Trendsetter, und noch etwa weitere fünfzig machen bei der zweiten Welle mit, wenn die erste Erfolg hat. Im Segment über 100000 Franken können weniger als hundert Verkaufspunkte einen

professionellen Service garantieren... und sich ihre Bestände auch leisten!»

Konzessionen für einen Platz an der Sonne.

Häufig sind in der Tat Konzessionen zu den Zahlungsbedingungen und Margen der Preis, den die Marken auf der Suche nach einem Platz an der Sonne in den Vitrinen zahlen müssen, von den Stücken in Kommission, einer oft enttäuschenden Geschäftspraxis, ganz zu schweigen. Dies sind alles nachteilige Faktoren, die nicht einfach durch den Reiz des Neuen wettgemacht werden. Ist der Status als neue Marke nicht trotzdem ein Trumpf in einem Detailhandel, der oft von den Hauptakteuren des Marktes bedrängt wird? Die Meinungen darüber sind geteilt: Das hängt vom Profil des Detaillisten ab, denn da gibt es «Spezialisten auf der Suche nach Neuheiten, die das Risiko mit neuen Marken nicht scheuen» und «jene mit ihren festen Zugpferden unter den

AKTUELLAKTUELL

Marken, die nicht an Experimenten interessiert sind», meint man bei Hautlence. Andere wie Urwerk sehen «den Vorteil der kleinen Marken darin, dass sie direkt mit den Boutiquen verhandeln können... Oft kommt der Detaillist sogar zu uns, weil er Anfragen von potentiellen Kunden erhalten hat.»

Für Philippe Dubois besteht kein Zweifel: *«Der Status als neue Marke ist ganz bestimmt vorteilhaft, weil der Handel genug davon hat, die Geisel der Multimarken-Konzerne zu sein.»* Ein Verkaufsdirektor sieht bei den Neuen sowohl Schwächen wie Stärken: *«Die Konkurrenz, besonders durch die Traditionsmarken, ist hart, obwohl die Endkunden paradoxerweise alle Originalität suchen. Aber wenn das Produkt stark ist, dann ist alles möglich.»*

Bleibt die Tatsache, dass die Virulenz der Krise die Verkäufe seit dem letzten Herbst einbrechen lässt, und dass 2009 alle Blasen platzen werden. Und während die Gruppen dank ihrer Finanzkraft und ihren internen Synergien den Kopf einziehen können, sieht es bei den neuen Marken ganz anders aus: Liquiditätsengpässe, manchmal seit Monaten offene Lieferantenrechnungen, unterbrochene Lieferungen, Bestände, auf denen die Händler sitzen bleiben... Einige haben schon dicht gemacht, und es wird im Laufe der Krise unweigerlich noch Weitere treffen.

Bissige Kommentare. Für den Verkaufsverantwortlichen einer Nischenmarke besteht kein Zweifel: *«Die ganze Uhrenbranche wird betroffen sein, von den Marken über den Vertrieb bis zu den Fachmedien. Übrigbleiben wird nur, wer seinen Kurs halten kann: mit einer der Nachfrage angepassten Produktion, und nicht umgekehrt, was die Märkte durch zu hohe Bestände kaputt macht.»* Andernorts klingt es pessimistischer: *«Es wird krachen, das weiss jeder. Die Marken, die sich nicht etablieren konnten, werden verschwinden. Die besonders Zynischen finden sogar, dass dieses Getöse uns guttun wird.»* Ähnlich der Kommentar des Generaldirektors einer bestandenen Marke: *«In letzter Zeit hatten wir ein grosses Je-Ka-Mi, und ich hoffe nun auf eine natürliche Selektion, sprich, dass die guten Marken überleben werden.»*

Radikaler stellt der unabhängige Vertreter fest, dass *«die Landschaft sich kurz vor Basel 2008 verändert hat, und alle haben den Kopf in den Sand gesteckt. Morgen werden diejenigen, die schon vor der Jahrhundertwende stark waren, noch stärker sein, und die meisten sogenannten Uhrmacher des 21. Jahrhunderts werden verschwunden sein»,* nämlich all jene *«mit ihrem falschen Luxus der frühen 2000er Jahre, ihrem geschäftstüchtigen Opportunismus ohne echten Mehrwert.»*

Aus all diesen Erklärungen und dem Vokabular, das darin verwendet wird, lässt sich gut der Charakter dieser euphorischen Jahre ablesen, in denen offensichtlich einfach alles erlaubt war. Und sie zeigen auch, dass eine neue Welt im Entstehen begriffen ist. Letztlich zweifelt niemand daran, dass manche der Zauberkünstler sich in Luft auflösen werden, für die die Uhrmacherei nur eine Nebelwand war. *«Die Detaillisten sind stärker von den Gruppen als von einer Anzahl kleiner unabhängiger Firmen abhängig»,* sagt Eric Loth bei British Masters. *«Sie werden nicht ohne die Grossen auskommen können. Unter den Kleinen wird der Handel einige aussortieren, und auch die Multimarken-Gruppen riskieren einen internen Konkurrenzkampf.»*

Widerstand gegen Zwangsernährung.

Konsequenzen wird die Krise vielleicht auch für die langjährige Beziehung zwischen den Schwergewichten der Uhrenindustrie und dem Detailhandel haben, den sie sich schon ganz verpflichtet wähnten und der inzwischen glaubt, auch eigene Trümpfe ausspielen zu können. Hinter den Kulissen proben da und dort nationale Detaillistennetze den fallweisen Widerstand gegen den Tropf, an dem sie hängen.

Einige der Überlebenden werden sich wohl überlegen müssen, wie sie ihre «industrielle» Basis mit den nötigen Investitionen stärken können. Doch eine Art ist vermutlich vom Aussterben bedroht: die der für zehntausende von Franken verkauften Uhren ohne echten Gegenwert, bestückt mit extern beschafften Werken für ein paar hundert Franken – höchstens. ●

Markante Ereignisse und kleine Sensationen

Jean-Philippe Arm Wie fällt Ihre Bilanz nach den Uhrensals aus, was gibt es Neues, was sind die Tendenzen? Tausendfach wurden in der Szene diese Fragen gestellt, und um sie zu beantworten, könnte man entweder die präsentierten Produkte aufzählen oder all die Schlechtwetterrezepte, mit denen hauiert wurde... Wir wollen uns auf die markanten Ereignisse und ein paar sensationelle Uhren beschränken.

Der SIHH hatte den Ton angegeben: 2009 würden die Marken auf die sicheren Werte setzen, auf das Vertrauenerweckende und Erprobte. Eine Reaktion auf die Krise? Oder vielleicht doch eher ein Zufall, denn die Produkte befanden sich ja schon in der Pipeline, und an *Vintage* findet man nicht erst seit der *Sub-Prime*-Krise Gefallen. Möglich, dass man da und dort eine so gut wie ausgereifte Neuheit zurückbehielt, um den Markt nicht noch mehr mit Produkten zu überschwemmen. Trotzdem braucht es davon jeweils genügend, um die Nachfrage zu stimulieren und wieder in Gang zu setzen. Es ist alles eine Frage des Masses.

Für nostalgische Gefühle eignet sich nichts besser als ein Geburtstag. In der Tat fühlten sich etliche Marken davon inspiriert, zum Beispiel die Römer Firma Bulgari, wie Victorinox vor 125 Jahren geboren, oder die fünf Jahre jüngere bescheidene Doxa, die ihre Jubiläumsuhr hübsch in einem Dekor von anno dazumal präsentiert. Auch zwanzig- oder achtzigjährige Geburtstage geben Anlass zu besonderen Serien und Gedenkstücken. Und wenn nicht eine Marke, so kann man auch mit gutem Recht ein Modell mit Kultstatus hochleben lassen. Zum Beispiel die Polo, die von Piaget zum dreissigsten Geburtstag mit sportlichem Nachwuchs beglückt wurde.

Musik aus den Sixties. Nicht nur ein Modell, auch ein Uhrwerk lässt sich feiern. Dazu gibt das 40-Jahr-Jubiläum der ersten automatischen Chronographen gleich doppelt Anlass, kündigte Zenith doch in einer Pressenotiz vom Februar 1969 die bevorstehende Geburt des integrierten Kalibers El Primero an, während Breitling, Heuer, Büren und Dubois Dépraz, die mit ihren Modulen



Polo FortyFive Chronographe. Sportversion im Titangehäuse zum 30. Geburtstag.

auch zu dieser verschworenen Gemeinschaft gehörte, zwei Monate später bereits funktionstüchtige Werke präsentierten. Heute kann Jack Heuer darüber lachen, denn inzwischen gehören TAG Heuer und Zenith zum selben Konzern (LVMH), die letzten Geheimnisse der diskreten Archive sind gelüftet, und der Unruhe stiftende kleine Krieg von damals wegen Verdachts auf Industriespionage ist freundschaftlichem Einvernehmen und gegenseitigem Respekt vor der Pionieren der 1960er Jahre gewichen. Extravaganzen gab es bei diesem doppelten Jubiläum keine, dafür Erinnerungsmodelle und kleine Feiern am Stand. Bei Zenith fand zu Musik aus den Sechzigern ein letzter fulminanter Auftritt von Thierry Nataf statt, während auf den Bildschirmen von TAG Heuer Steve McQueen auf Lewis Hamilton traf und somit gewissermassen auch der neuen Konzeptuhr Monaco Twenty Four, die durch die

SSALONSSALONSS



Vintage 1969 Original, in Titan, zum Geburtstag von El Primero bei Zenith und der Chronograph Concept Twenty Four bei TAG Heuer zu Ehren der 40-jährigen Monaco.

Konstruktion ihrer röhrenförmigen Stossdämpfer besticht, Pate stand.

Damals, im Jahr 1969, spazierten auch zwei Erdbewohner vor den Augen der Welt über unseren Trabanten: Bilder, die sich in unser kollektives Gedächtnis eingegraben haben. Vierzig Jahre später ist die berühmte Speedmaster Professional immer noch die einzige Uhr, die je auf dem Mond gewesen ist, und so war es naheliegend, dass Omega eine Handvoll Ex-Astronauten dazu einlud, vor Publikum in alten Erinnerungen zu schwelgen. Eine Jubilarin hätte durchaus unbemerkt bleiben können: die knapp zwanzigjährige Firma von Christophe Claret. Wie seine Berufskollegen steht dieser äusserst aktive Konstrukteur nämlich im Schatten der grossen Marken, die er mit seinen exklusiven, hochkomplizierten Kalibern beglückt. Wie vor zehn Jahren war der Wunsch, ein Zeichen

zu setzen, demnach ebenso stark wie auch legitim. Und so hat er sich zum Geburtstag ein Modell mit seinem Namen zum Geschenk gemacht. Zu sagen, dass es nicht unbemerkt blieb, wäre stark untertrieben: Wie eine Bombe schlug es vom Hotel Ramada herab auf dem Messeplatz ein.

Riemen. Aber auch er, der Konstrukteur aus Le Locle hat sich mit seinem Modell Dual Tow, diesem Konzentrat der Spezialitäten des Hauses, einem Wunderwerk der Technik und Innovation, selbst überflügelt. Angetrieben von zwei Federhäusern verfügt dieses Tourbillon-Werk mit Handaufzug über eine höchst originelle Chronographenfunktion mit Monodrücker und drei um das Säulenrad gruppierte Planetengetriebe, deren Schlagwerkhammer an Insektenbeine erinnern... Auch eine exquisite Blume könnte man darin sehen, je nach individueller Optik

SALONSSALONSS



Diese zwei Uhren waren die Sensation von Basel: die DualTow von Christophe Claret und die Opus 9 von Harry Winston. In der Anzeige entfernt verwandt, aber damit hören die Familienähnlichkeiten auf.

und Assoziationen. Dieser patentierte Mechanismus gewährleistet den regelmässigen Gang des Werks unabhängig von der Position (Start, Stopp oder Nullstellung), was bei den Chronographen keine Selbstverständlichkeit ist. Als Spezialist für Minutenrepetition und Läutwerke hat Christophe Claret auch eine Tonfeder eingebaut, die allein dazu dient, die Betätigung des Drückers anzuzeigen. Zu guter Letzt sei noch die originelle und doch glasklare Stunden- und Minutenanzeige über Riemen erwähnt, die sich fortbewegen wie Panzerraupen.

Kette. Vom Riemen zur Kette ist es nur ein Schritt, auch wenn Welten dazwischen liegen. Analogie und Wiederhall führten rasch auf die Spur der zweiten Bombe an der Baselworld. Bei Harry Winston steht die OPUS 9 für eine bemerkenswerte Geschichte von Freundschaft und symbiotischem

Einverständnis zwischen einem weiteren hochtalentierten Konstrukteur, Jean-Marc Wiederrecht (siehe WA 002), und einem unvergleichlichen Designer, Eric Giroud, der sich die Formen jedesmal so perfekt zu eigen macht, als hätte er schon seit Ewigkeiten für keinen anderen Kunden gearbeitet... Von MB&F bis Swarovski ist die Liste der Welten lang, die er sich heimlich erobert hat. Das Gespann hat für den Juwelier ein kleines Wunderwerk ausgeheckt: mit linearer Zeitanzeige über zwei bewegliche kleine Ketten, die mit Diamanten, und zwei Rubinen zur Angabe der Stunden und Minuten besetzt sind. Zahnstangen und Triebe wandeln die Anfangsrotation dieses Mechanismus mit Automatikwerk um.

Hängebrücken. Müsste man von dem Dutzend neuen Produkten mit Leuchtturmfunktion an den Salons ein drittes benennen, wäre es die



Gehört auch zur Dreierwette: die C1 Quantum Gravity von Concord.

unglaubliche C1 Quantum Gravity von Concord, reinste Überflieger-Mechanik, frei schwebend im Raum, mit ihrem in der Uhrmacherei gänzlich unerwarteten selbstspannenden System, das dennoch zum strukturellen Gleichgewicht der Uhr beiträgt. Mit seiner schwindelerregenden Multidimensionalität, dem aufgehängten zweiachsigen Tourbillon, der Glassäule mit phosphoreszierender Flüssigkeit zur Anzeige der Gangreserve, dem dezentralen Stunden- und Minutenzifferblatt und den Ausbuchtungen an der Gehäusesseite für die Sekunde und den verborgenen Zeiteinstellungsschlüssel lohnt allein dieses bei BNB geschaffene Meisterwerk den Besuch.

Im übrigen wimmelte es in diesem Frühjahr 2009 trotz des düsteren Umfelds von Neuheiten: in den Salons ebenso wie an ihren Rändern, an den traditionellen Ständen, ob mondän oder bescheiden, in den offiziellen Annexräumen wie der neuen Watch Factory und in den Hotelsuiten.

Eine letzte Offenbarung des Uhrenjahrgangs war abseits jeden Rummels die Ankündigung eines neuen Qualitätssiegels durch Patek Philippe. Ein Schritt ganz ohne Überheblichkeit, nur eine Frage, eine Feststellung, ein Wille. Was macht konkret diese vielzitierte Qualität von Patek Philippe aus, die von der Kundschaft, den Auktionen und Märkten allgemein anerkannt wird? So lautet die Frage. Die Feststellung lautet, dass kein einziges Gütezeichen solche Qualität verlangt, nicht einmal das Genfer Siegel, das von der Marke so lange hochgehalten und auch vertreten wurde, indem sie über 90% der zu prüfenden Uhren stellte. Der Wille, diese überlegene Qualität auch in Zukunft zu erhalten, setzte voraus, sie in allen Details und in allen Produktionsphasen vom Entwurf bis zum Kundenservice zu definieren. Mit einem Pflichtenheft, das diesem Ehrgeiz entspricht, sind die Vorgaben inzwischen in Stein gemeißelt. Philippe Stern kann den Stab in aller Gelassenheit an seinen Sohn Thierry weitergeben. Auch diese Ankündigung war diskret, und doch ist es so, dass im Jahr 2009 bei Patek eine neue Seite aufgeschlagen wird. Und dies wird angesichts des Prestiges der Firma und ihrer einsamen Position an der Spitze der Pyramide nicht ohne Folgen für die Schweizer Uhrenindustrie bleiben. ●

Neue Antriebskräfte



Die Marke Pequignet aus dem französischen Jura überrascht mit ihrem innovativen neuen Basiskaliber, das von zwei ehemaligen Uhrmachern von Greubel Forsey entwickelt wurde.

Pascal Brandt
Grégoire Baillod

Eines der markantesten Phänomene des Uhrenjahrgangs 2009 ist zweifellos die grosse Anzahl neuer mechanischer Werke, die an den Salons von Genf und Basel vorgestellt wurden. Von den Originalkalibern der etablierten Manufakturen wie Vacheron Constantin, Audemars Piguet, Jaeger-LeCoultre, A. Lange & Söhne oder Blancpain ebenso wie von den spektakulären, jedoch in limitierter Serie hergestellten Werke der unabhängigen «neuen Uhrmacher» einmal abgesehen, kann man sagen, dass die entscheidende Veränderung bei den Marken mit grossem Produktionsvolumen stattgefunden hat. Der Ehrgeiz dieser neuen Zugpferde ist es, ETA 2892, Valjoux 7750 und andere patentierte und von den meisten Marken verwendete «Traktoren» mehr oder weniger zu ersetzen. So haben vor allem Breitling, Longines und Tissot, und in geringerem Mass auch Frédérique Constant und Favre-Leuba, neue Motoren präsentiert, die Frucht jahrelanger Entwicklungsarbeit. Auch weitere Labels im mittleren Preissegment wie Schwarz Etienne oder die

französische Pequignet machten in den Salons von sich reden, indem sie auf diese Karte setzten. Und schliesslich unterstrich auch Cartier seine Ambitionen als Manufaktur, indem die Firma etliche ihrer Neuheiten mit hausintern entwickelten und produzierten Werken bestückte.

Es geht nicht mehr wie so oft in den letzten Jahren darum, einem ETA-, Sellita oder Soprod-Werk zusätzliche Module zu verpassen und es dann als «auseigenes Kaliber» zu verkaufen oder bei spezialisierten Lieferanten exklusiv entwickelte Kaliber mit limitierter Verbreitung zu erwerben. Nein, die gesamte Entwicklung geschieht in der Tat intern und oft auch die Fabrikation kompletter, völlig neu konzipierter Mechanismen, die echte technische Innovationen darstellen. Für ihre eigenen Bedürfnisse haben auch weitere Marken dieses Jahr hausintern entwickelte Produkte in diesem Bereich lanciert: Corum und ihre neuen horizontal gelagerten Werke für die Bridge, Panerai mit ihren Kalibern der Familie P.9000, Carl F. Bucherer mit ihren letztes Jahr vorgestellten ersten Modellen mit dem exklusiven Firmenkaliber CFB A1000 mit peripher angeordneter Schwungmasse oder Vulcain mit ihrem automatischen Weckerwerk Cricket V-21. Etliche weitere Firmen wie Hublot, TAG Heuer oder Wyler Genève haben ähnliche Absichten bekundet: die Aufzählung ist bei weitem nicht vollständig.

Diese Tendenz könnte den Kreis jener Marken erweitern, die für sich den begehrten Titel einer Manufaktur in Anspruch nehmen dürfen, und vor allem auch den Zugang zu Uhren mit exklusiven mechanischen Werken in erschwinglicheren Preissegmenten erleichtern. Und schliesslich ist sie auch ein Fanal für die Rückkehr technischer Innovation in grossem Stil ins Herzstück dessen, was die Uhrmacherei ausmacht: das Werk. Oder, wie Didier Leibundgut, einst bei Zenith und inzwischen glücklicher Besitzer der Marke Pequignet es ausdrückt: «*Der echte Wert der Uhrmacherei, der sie zur Kunst erhebt, ist das Werk.*» Auf diesen Wert setzen die immer besser informierten und anspruchsvolleren Kunden je länger desto mehr. Dadurch wird es für Marken mit einem gewissen Renommee heikel, die Verwendung von markenspezifischen Werken, und seien diese noch so zuverlässig, zu rechtfertigen. Ein eigenes Werk wird zum Gütezeichen und bringt garantiert Anerkennung. «*Mit unserem neuen Kaliber B01*», bestätigt Jean-Paul Girardin, Vizepräsident von



Das neue Hauskaliber B01 von Breitling benötigte fünf Jahre Entwicklungszeit. Seine zuverlässige, leistungsfähige Konstruktion ist ebenso innovativ wie seine Herstellung rationell. Rechts: die vertikale Kupplung des Chronographen.

Breitling, spielen wir in der Tat in einer anderen Liga. «Als Spezialist für Chronographen mussten wir einfach ein eigenes Werk herausbringen.»

Das grundlegende Motiv einer Reihe von Marken ist aber natürlich im Wunsch nach betrieblicher Unabhängigkeit angesichts einer näherrückenden Frist zu suchen: Ab 2011 wird ETA, der hauptsächliche Werklieferant der Schweizer Uhrenindustrie, der seine Ebauches-Lieferungen schon seit 2002 laufend reduziert, nur noch komplette Werke liefern. Die Suche nach Alternativen war deshalb in der ganzen Branche zum bestimmenden Thema geworden, was die Produktionsreife einer grossen Anzahl neuer Antriebe in diesem Jahr erklärt.

Breitling: ein Chronograph zu 100% aus eigenem Haus. Das erste Anschauungsbeispiel einer unabhängigen Marke liefert Breitling mit ihrem Chronomat B01 samt neuem zu 100% hausinternen automatischen Chronographenwerk. Damit versetzt sich die grosse Spezialistin für Kurzzeitmessungen endlich in die Lage, zum Kreis jener Häuser zu stossen, die

von der Konstruktion über die Entwicklung bis zur Produktion eines markanten Kalibers die ganzen Abläufe beherrschen. Der Antrieb ist mit einem Säulenrad mit vertikaler Kupplung bestückt und sorgt für einen tadellos sauberen Zeigerstart.

Das Kaliber B01 war von Anfang an auf eine möglichst einfache Herstellung, Verwendung und Wartung ausgelegt. Dazu wurden fünf Jahre Entwicklung benötigt. Die revolutionäre computergesteuerte Produktionskette lässt die Kaliber abwechselnd zwischen automatisierten Stationen und solchen, bei denen Hand angelegt werden muss, zirkulieren. Die Rationalisierung dieses Prozesses erlaubt die Optimierung der Herstellungskosten, während man bei der Architektur des B01 auf grösstmögliche Leistung und Zuverlässigkeit bedacht war. Seine Trümpfe sind die robuste Konstruktion, die vertikale Kupplung und die für einen Chronographen einmalige Gangreserve von 70 Stunden. Für Breitling geht es nun darum, in einem Teil ihrer Modelle die bisher verwendeten Valjoux 7750 zu ersetzen, damit ihre

SALONSSALONSS



Das neue Kaliber ETA C01.211 für Tissot ist für eine hochwertige und rentable Massenproduktion bestimmt.



Das neue Kaliber L.688.2 von ETA für Longines trägt zur Profilierung der Marke bei.

Unabhängigkeit langfristig zu sichern und sich gleichzeitig markant zu positionieren.

Longines und Tissot: eine neue Generation. ETA, der industrielle Zweig der Swatch Group, lanciert gleich zwei neue Chronographenkaliber mit Automatikaufzug, das eine für Longines, das andere für Tissot. In diesem Fall ist die Markenaufwertung und -profilierung natürlich wichtiger als die Notwendigkeit betrieblicher Unabhängigkeit. Zweifellos werden künftig noch weitere Marken der Gruppe mit dieser neuen Generation von Antrieben bestückt. Doch vor allem zeichnen sie sich dadurch aus, dass sie das Produkt eines Industriekomplexes sind, der die ganze Pyramide der Uhrmacherei von unten bis oben beherrscht und sowohl über alle nötigen Forschung und Entwicklungs- wie über die Produktionskapazitäten verfügt, was es ihm letztlich erlaubt, grosse Mengen zu geringeren Kosten herzustellen, ohne dabei die Qualität zu opfern. Bei Tissot ist das Kaliber ETA C01.211 sehr innovativ konzipiert, indem die ganze Produktion und

Assemblage maximal vereinfacht wurde. Es verfügt über eine Werkplatte auf nur einem Niveau, auf die eine Kunststoffscheibe mit beispielsweise der sehr leistungsfähigen Hemmung aus demselben Material appliziert werden kann. Seine Vorzüge: optimierte Leistung, leicht, antimagnetisch, minimale Schmierung. Zudem ist die Anzahl der Komponenten beschränkt (184), was für Zuverlässigkeit bürgt. Abgesehen von diesen rein technischen Spezifikationen, bringt uns dieser neue Antrieb in die frühen 70er Jahre zurück. Er stammt in der Tat direkt vom damals von Tissot entwickelten Werk SYTAL-Astrolon ab (die französische Abkürzung steht für «total selbstschmierendes System»), als man dort schon im grossen Stil mit thermogeformten Kunststoffen arbeitete. Dieses Werk wurde in ein Plastikgehäuse eingebaut, womit die berühmte Tissot Astrolon geboren war, die zwar nicht zu einem kommerziellen Erfolg wurde, jedoch den Keim zu einer künftigen Legende in sich trug: der Swatch. Inzwischen sind fast vier Jahrzehnte vergangen, doch die Anliegen sind dieselben geblieben: noch

grössere Zuverlässigkeit und Qualität, tief gehaltene Fabrikationskosten durch eine Produktion in hoher Stückzahl. Die wirtschaftliche Situation und die Wettbewerbsbedingungen haben sich geändert, somit ist Tissot in der Lage, einen automatischen Chronographen für weniger als 800 Schweizerfranken anzukündigen. Das heisst natürlich, dass die Marke damit ihre äusserst konkurrenzfähige Position in diesem Produktesegment mit einem sehr interessanten Preis-/Leistungsverhältnis in einem zögerlichen Konsumumfeld noch signifikant verbessert.

Ähnliche Absichten werden mit dem von Longines lancierten Werk verfolgt. Das mit 27 Rubinen versehene, ebenfalls betont neuartige Werk L.688.2 (ETA A08.231) ist ein Kaliber mit automatischem Aufzug, misst 30 mm im Durchmesser und ist 7.9 mm hoch. Ein Säulenrad aus gebläutem Stahl steuert die Stoppuhrfunktionen, die einen sauberen und genauen Start und Stopp und die Nullstellung erlauben. Die sehr ästhetische Konstruktion gibt den Blick auf Säulenrad und Hemmung frei. Im übrigen genügt das Kaliber L.688.2 den chronometrischen Anforderungen, die traditionell zur Geschichte der Marke aus St-Imier gehören. Somit ist Longines imstande, Uhren mit einem sehr ansprechenden Werk zu ausgesprochen konkurrenzfähigen Preisen zwischen CHF 3000.– und 5000.– anzubieten.

Die Finanzierung der beiden von der ETA entwickelten neuen Kaliber wurde von Tissot beziehungsweise Longines übernommen, mit anderen Marken der Gruppe. Das eine Werk wird auch von Swatch verwendet werden, während das andere in Zukunft womöglich bei weiteren Marken der weltweiten Nummer Eins der Uhrenbranche zum Zug kommen wird.

Nur eine Frage bleibt vorerst unbeantwortet: Werden diese ETA-Werke künftig auch von Marken erworben werden können, die nicht zur Swatch Gruppe gehören?

Schwarz Etienne : ein alternatives Basiskaliber.

Wenn die Marke Schwarz Etienne aus La Chaux-de-Fonds dieses Jahr ihr eigenes Kaliber präsentiert, knüpft sie damit an ihre Wurzeln an. Die 1902 gegründete Firma stellte von Anfang an fertige Uhren, aber auch Uhrwerke für eine Anzahl von Kundenmarken her. Diese Tradition will das Haus wiederbeleben, indem sie ihr automatisches Basiswerk BSE 1325-A für die «Base Schwarz



Schwarz Etienne kehrt mit diesem neuen Basiskaliber für Drittkunden zu seinen Wurzeln als Werklieferant zurück.

Etienne 13^{1/4}» série A» präsentiert. Es verfügt über einen dezentralen Mikrorotor, dessen Kugellager, zusammen mit den 25 Rubinen des Werks, den Reibungsverlust bis zu einer Gangreserve von 80 Stunden vermindern.

Bis auf die Spiralfeder von Straumann® werden alle Bestandteile nach den Plänen der Manufaktur von oder für Schwarz Etienne hergestellt. Eine weitere Besonderheit ist der fehlende Rücker, reguliert wird über vier einander auf der Unruh direkt gegenüberliegende Schrauben, die mit der Spiralfeder den Gang der Uhr bestimmen. Mit ihrem Kaliber erreicht Schwarz Etienne eine neue Sichtbarkeit. Dies umso mehr, als das neue Werk einige attraktive Zusatzfunktionen wie die zweite Zeitzone oder das Grossdatum aufweist. Zudem hat Schwarz Etienne zwei Module für das Basiswerk ETA 7750 entwickelt: einen ewigen Kalender und retrograde Sekunde, sowie ein GMT-Modul mit V-förmiger Anzeige und kleinem Datum. Die Absicht dabei ist eindeutig: Man will sich einen Platz als Lieferant von mechanischen Werken sichern. ●

Ein grosses Netz ohne Anfang und Ende



MH, La Chaix-de-Fonds, Jaeger-LeCoultre

Am Anfang jeder Uhrenmanufaktur: das Schmieden und die Kunst der Metallgewinnung (hier in den Niederlanden, um 1570).

Gil Bailod

Manufaktur? Schon gut, aber wovon reden wir da? Von Uhrenmanufakturen, gewerblichen oder industriellen? Von Manufakturen von Werken, Gehäusen, Zifferblättern oder – um gleich zu des Pudels Kern vorzudringen – vielleicht gar von Spiralfedern, ist das regulierende Tandem Unruh/Spiralfeder doch der neuralgische Punkt beim Hemmungsmechanismus der mechanischen Uhr, deren Präzision es gewährleistet.

Die Manufaktur Nivarox, ein Unternehmen der Swatch-Gruppe, deckt über 95% der Nachfrage nach Spiralfedern ab, die von der Schweizer Uhrenindustrie benötigt werden. Für diese monopolistische Situation ist die gesamte Uhrenbranche mitverantwortlich. Die Herstellung von Spiralfedern ist sehr heikel und bedingt grosse Investitionen, ganz abgesehen vom Rohstoff, der aus Deutschland bezogen werden muss: Weshalb sollte man sich also das Leben schwer machen

und selber herstellen wollen, was Nivarox und ihre Vorläufer seit über einem Jahrhundert so zuverlässig produzieren?

Dasselbe gilt für die Rohwerke. Aus historischen, bis in die 1920er Jahre zurückreichenden Gründen haben sich die Uhrenhersteller mit der Produktionskonzentration für Uhrenbestandteile bei der Swatch-Group (via Ebauches S.A.-Asuag-SSIH) arrangiert und sich selber zunehmend Daumenschrauben angelegt, was ihre Belieferung angeht. Bald werden sie nur noch vom «Mutterhaus» zusammengebaute Werke zu immer höheren Preisen kaufen können. Ganz zu schweigen von der Gefahr, dass die Werke der abhängigen Firmen immer austauschbarer werden.

Deshalb florieren seit zwei Jahrzehnten neue Manufakturen für Uhren und Uhrwerke neben den historischen Häusern aus Genf, der Vallée de Joux und dem Jura wie Jaeger-LeCoultre, Patek Philippe,

MANUFAKTURMANU



BNB



Im Erdgeschoss einer modernen Manufaktur, hier bei BNB in Duillier: Maschinenpark mit CNC-Steuerung.

Audemars Piguet, Rolex, Girard Perregaux, Zenith, Ulysse Nardin oder auch Omega und Longines, die allerdings selbst zur Swatch-Gruppe gehören! Die folgenschwere, wenn auch legitime Entscheidung der Swatch-Gruppe, ihre Kundschaft ab 2010/2011 nur noch mit montierten Werken zu beliefern, schafft eine höchst ambivalente Situation, und die Swatch-Gruppe mit ihren achtzehn Produktmarken, unter denen Tissot, Longines und Omega als Speerspitze fungieren, wird zur scharfen Konkurrentin ihrer Kunden! Angesichts dieser Gewitterwolken am Uhrenhorizont hat rund eine Handvoll Betriebe damit begonnen, neben der schon seit kürzerer oder längerer Zeit laufenden Ebauches-Produktion auch Spiralfedern herzustellen.

Maschinelle Präzision. Seit dem letzten Viertel des 19. Jahrhunderts ist die fortschreitende Mechanisierung in den aufkommenden Fabriken,

die der Etablissage allmählich ein Ende machte, eine Konstante: Stets sind vor den präzisen Maschinen da. Heute arbeitet ein CNC (Computer Numeral Control)-Fertigungszentrum auf den Tausendstelmillimeter genau, wenn die Programmierung stimmt, ganz zu schweigen von den Technologien DRIE (Deep Reactive Ion Etching) und Liga (Lithographisch-galvanische Abformung), mit denen sich Metalle zehnmal präziser als auf herkömmliche Weise bearbeiten lassen. Auf Silizium angewandt, arbeiten Patek Philippe, Ulysse Nardin und ihre Partner mit dieser Technik und schneiden damit Spiralfedern aus ganz neuen Materialien. Allerdings kommt ein CNC-Fertigungszentrum auf ca. CHF 600 000 und eine CNC-Drehbank auf rund CHF 300 000 für die Grundausstattung zu stehen, die um spezifische Ausrüstungsteile ergänzt werden muss. Und mit bloss zwei Maschinen wird

MANUFAKTURMAI

selbst eine « gewerbliche » Manufaktur nicht glücklich. Es braucht schon einen kleinen Park samt Zubehör, was eine Investition von mehreren Millionen bedingt, die nicht jeder Industrielle so ohne weiteres aufbringen kann, um so mehr als nach den sträflichen Fehlritten der Banken der Kreditmarkt ausgetrocknet ist.

Ach, aber das ist doch nichts Neues, sei in Klammern bemerkt. Nicht zum ersten Mal bleiben der Uhrenindustrie die Tresore verschlossen, wie dem folgenden Zeugnis aus den rauhen 1920er Jahren zu entnehmen ist: «*Die Banken werden direkt angeprangert, weil sie, einzig ihren Gewinn vor Augen, die gesamte Industrie auf Irrwege führten, indem sie ihr entweder in Zeiten der Prosperität ungebührliche Fazilitäten gewährten oder ihr im Gegensatz dazu in der Krise die Türen verschlossen.*» Mit den « ungebührlichen Fazilitäten » ist die « Kriegsproduktion » der Munitionslieferungen an alle Kriegführenden zwischen 1914 und 1918 gemeint, deren Produktionsmittelsteigerungen die Banken massiv förderten, so dass nach Ende der Kampfhandlungen schwere Krisen infolge Überproduktion auftraten. Klammer geschlossen!

Autarkie durch Übernahme. Die Umstrukturierung und Vertikalisierung der Produktion bei den Manufakturen beschleunigt sich seit einigen Jahren insbesondere innerhalb der Uhrenkonzerne.

Abgesehen vom ständigen Anliegen der Qualitätssicherung hat der Drang nach Autarkie einen gewaltigen Konzentrationsprozess ausgelöst, und die Marken, die über die nötigen Mittel dazu verfügen, übernehmen ihre Hauptlieferanten vollständig oder zum Teil.

Von den angesehensten bis zu den bescheidensten Firmen griff der Konzentrationsprozess während des sagenhaften Anstiegs der Schweizer Uhrenindustrie, in der sich ihr Umsatz während eines Jahrzehnts Jahr für Jahr um eine Milliarde Franken erhöhte, immer weiter um sich. Doch nun ist das Fest vorbei, und es geht um Selbstbehauptung und Klärung!

Patek Philippe, die seit 1839 erfolgreiche Uhrenmanufaktur, ist nebst anderen ein gutes Beispiel dafür, wie man sich die besten Zulieferer diskret, aber beharrlich einverleibt. 2001 kontrolliert Patek den renommierten Gehäusehersteller Calame in

La Chaux-de-Fonds, dann, nach einleuchtender Industrielogik, den Polissage-Betrieb Poly-Art, ebenfalls aus La Chaux-de-Fonds, und steigt auch beim Sertissage-Unternehmen SHG ein. Neueren Datums ist der Kauf eines Geländes von 18000 m² in Le Crêt du Locle, wo Patek den Grundstein zu einer neuen Fabrik gelegt hat, in der man die Habillage konzentrieren will. Dies wäre nötigenfalls auch ein Beweis dafür, dass der Neuenburger Jura, die Wiege der industriellen Uhrmacherei, dank des bedeutenden Zuflusses von Grenzgängern wie etwa in der Vallée de Joux attraktiv bleibt. In der Tat! Was wäre die Schweizer Uhrenindustrie ohne sie, so wie einst ohne die italienische, spanische und portugiesische Belegschaft, die inzwischen Wurzeln geschlagen und selbst zahlreiche Ateliers oder Manufakturen gegründet hat, so wie jene des Uhrmachermeisters Michel Parmigiani in Fleurier. Daraus ging, mit Unterstützung der Fondation Sandoz, Vaucher Manufacture Fleurier hervor, die das ganze Know-how einer Manufaktur vereint: Elwin in Moutier für die Decolletage, Bruno Affolter in La Chaux-de-Fonds für die Habillage, während Atokalpa in Alle Drehteile, Räder und Triebe herstellt und vor allem auch einen kompletten Hemmungsmechanismus, inklusive Spiralfeder.

Weiter seien in zufälliger Auswahl die Filiale von Dimier Manufacture in Bovet genannt, die STT (ex Progress) in Tramelan übernommen und sich im Schloss von Môtiers niedergelassen hat, oder die Richemont-Gruppe, die für Montblanc die Manufaktur Minerva in Villeret erwarb und in Meyrin jene von Roger Dubuis erstand.

Die Liste der Beispiele lässt sich beliebig fortsetzen, auch mit Uhrenmarken wie Zenith Watch Manufacture. Bei der Produktion dieser Marke mit ihrem berühmten Werk « El Primero » gibt nun die weltweit führende Gruppe für Luxusartikel LVMH den Takt an, die zuvor im Uhrensegment noch nicht vertreten war.

Ein anderes bekanntes Exempel ist Bulgari. Im Jahr 2000 sicherte sich die Firma mit der Übernahme von Daniel Roth und Gérald Genta erstklassige Werke und stärkte ihre Positionierung als Manufaktur durch den Kauf von zwei Kalibern beim Tourbillon-Hersteller Leschot in Neuenburg, der ebenso diskret wie effizient neue Kaliber entwickelt

Ausserdem ist Bulgari zu 50% an Cadran Design in La Chaux-de-Fonds beteiligt und kontrolliert Prestige d'Or (Armbänder) in Saignelégier. Durch diese Aktivitäten sichert sich Bulgari zunehmend ihre Autonomie, wie unter anderem auch die Gruppe Franck Muller von Genf bis in den Jura, oder wie Hublot mit dem geplanten Bau einer Manufaktur in Nyon, in der betriebseigene Werke gebaut werden sollen, um den Erfolg der Firma zu festigen.

Unweit davon, in Duillier, steht die Vorzeige-Manufaktur von BNB Concept, das perfekte Beispiel eines Designers und Konstrukteurs, der seine Kunden « schlüsselfertig » und in Serie mit komplizierten Werken aus eigener Kreation beliefern kann.

Und nochmals die Handwerkskunst. Im funkelnenden Gehäuse der grossen Komplikationen an der Spitze der Uhrmacherkunst findet sich häufig ein erstklassiges Werk aus der Hand des Uhrmachers und Unternehmers Christophe Claret aus Le Locle. In 20 Jahren hat er rund fünfzig neue Kaliber und, inklusive Varianten, gegen 200 Originalwerke gebaut. Seine Haut de Gamme-Manufaktur ist mit äusserst raffinierten Maschinen bestückt, trotzdem arbeitet man dort in einem handwerklichen Geist, denn auf geschickte Hände kommt es immer noch an.

Am anderen Ende dieses Spektrums steht dessen Aushängeschild Philippe Dufour, in der Abgeschiedenheit seines schönen Ateliers von Le Sentier, wo nichts über das Handwerk geht. « *Eine Uhrenbranche, die in die Krise gerät?* » sagt er und zieht an seiner Pfeife. « *Ich habe Bestellungen bis zu meiner Pension und darüber hinaus* » – für das « darüber hinaus » wird sein einziger Mitarbeiter besorgt sein müssen.

Ebenfalls in Le Sentier macht der junge einheimische Uhrmacher Romain Gauthier, der « *wie jedermann!* », sagt er, « *die Spiralen, Federn und Steine bei den Zulieferern kauft* » mit seinen Werken aus Manufaktur auf sich aufmerksam.

Und wenn man durch die Säle jener grossen Häuser geht, die ihre Seele vor keinem Besucher verbergen, stellt man fest dass die Uhrmacherpassion dort noch lebendig ist. So zum Beispiel in den obersten Stockwerken der Manufaktur Jaeger-LeCoultre. Die



Christophe Claret

Bei Christophe Claret in Le Locle entstand dieses Teilchen aus Stahl auf einem CNC-Fertigungszentrum und wurde mit Laser ausgeschnitten.

Atmosphäre, die Werkstücke, der freundliche Empfang, die Gesprächsbereitschaft und offene Diskussion über die Eigenheiten ihres Metiers sprechen sehr dafür, dass die wichtigsten Werte einer Manufaktur intakt sind: das Engagement für die Erhaltung und Pflege einer Uhrenkultur, die weltweit nach wie vor einmalig ist, und die Verpflichtung auf Qualität, für die letztlich noch immer die Handarbeit bürgt.

Zum Schluss: Jeder Versuch, ein Gesamtbild der Uhrenhersteller aller Sparten, Regionen und Länder zu zeichnen, muss vergeblich bleiben. Ebenso gut könnte man versuchen, mit einem dünnen Faden alle Sterne am Himmel an ihre Sonnen in Europa und Asien zu binden.

Was bleibt ist ein zauberhaftes Gewimmel, die Manufaktur als gewaltiges Netz, als Gewebe einer wunderschönen Stickerei aus Messing, Stahl und Gold, auf der Diamanten aufblitzen. ●