

14 **ESSAY**
Ob smart oder nicht: die **Lebensdauer** entscheidet

18 **MANUFAKTUR**
Eine topmoderne **Manufaktur**

20 **DOSSIER**
Wenn weniger mehr ist – enthüllte Reize

26 **MARKETING**
Das Produkt und die Menschen kommen zuerst

30 **GEBURTSTAG**
Zwanzig Jahre für den Aufbau einer Marke samt Umfeld

34 **TECHNIK**
Die Mechanik freundet sich mit der **Elektronik** an

39 **CHRONOMETRIE**
Was genau bezeichnet der Name **Chronometer**?

« Die Antworten auf diese Frage rufen heute ein Gefühl von Unzufriedenheit hervor. »

48 **GESCHICHTE**
Die **Gehäusefabrikanten** (II)

52 **MARKTPLATZ**
Diplomatische Geschenke





Daniel Stucki

WINDBÖEN, STURM UND SEGEL

Seit letzten Herbst hat man es tausendfach gehört und überall gelesen: Das Jahr 2016 wird brandgefährlich – in jeder Hinsicht und weltweit. Wir brauchen hier nicht noch eins draufzusetzen, der globale Rahmen ist bekannt und wird Tag für Tag bei der Zeitungslektüre und auf den Bildschirmen jeder Grösse tragisch bestätigt.

Durch das Opernglas unseres helvetischen Uhrenkosmos betrachtet, fieberte man dem ersten Datum mit grossem Interesse entgegen: dem SIHH vom Januar in Genf, der einen ersten Hinweis geben sollte, ob sich die Ängste bestätigen würden oder ob man ein erstes zaghaftes Lächeln riskieren wollte.

Während vor einem Jahr die Ankündigung der Nationalbank, sie werde ihren Mindestkurs zum Euro aufgeben, auf die Stimmung am SIHH gedrückt hatte, fand dieses handverlesene Treffen von Profis in diesem Jahr in viel besserer Atmosphäre statt. Doch das Verdikt bleibt noch abzuwarten. Gute Miene zum bösen Spiel zu machen, drängt sich darum auch in diesem Kasino auf. Und zwar so sehr, dass man einen, der 2015 angeblich sehr gute Geschäfte gemacht und 2016 brillant begonnen hat, für einen Lügner hält, selbst wenn er ein Blatt von vier Assen hat.

Jenseits der Posen und Behauptungen könnte man die Bestellbücher konsultieren und daraus seine Schlüsse ziehen. Obwohl – sie müssen erst noch bestätigt werden. Und erst nach der Baselworld, wenn alle Einsätze gemacht sind, wird

man hören: «*Les jeux sont faits!*» und wird von den Jetons zu barer Münze wechseln.

Und dann? Unsere besten Gewährsleute zur Verbesserung der Prognose sind wiederum die Lieferanten, die trotz Vertikalisierung sehr gefragt sind, und stets sind sie auch die ersten Opfer, eben wegen dieser Vertikalisierung. Die Lieferanten aus dem (Neuenburger) Jura flüstern uns Markennamen ins Ohr, bei denen man nichts mehr bestellt, und andere, die die Nachfrage kaum befriedigen können. Aber ja, denn da gibt es doch einige, denen es sehr gut geht.

Trotzdem ist die Lage für die meisten Betriebe schwierig. Die Budgets werden gekürzt, vor allem in der Kommunikation, und niemand weiss das besser als die Presse, die darunter leidet. Diese uralte Verbindung erklärt die Prognose, die man vor dem Hintergrund der Krise oft hört: Wenn Bilanz gezogen wird, werden einige Marken verschwunden sein und Zeitungen auch.

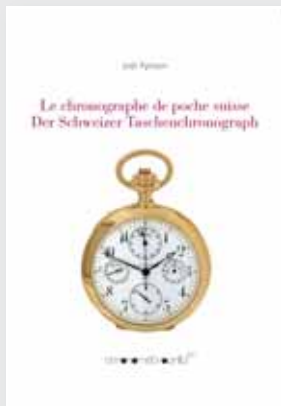
Die Alten, die schon anderes erlebt haben, relativieren. Sie schlagen vor, auf der Hut zu sein und sich zu ducken, bis der Sturm vorüber ist. Aber sind dies denn jetzt Windböen, ist es ein Unwetter oder ein allenfalls zerstörerischer Sturm? So oder so muss man die Segel raffen. Das haben wir in dieser Nummer getan. Und der alte Seebär fügt im Stil des Kapitäns Haddock hinzu: «*Und haltet Kurs, Matrosen, und habt keine Angst, nass zu werden. Hagel und Granaten!*»

Jean-Philippe Arm

10 BÜCHER HERBÜCHER

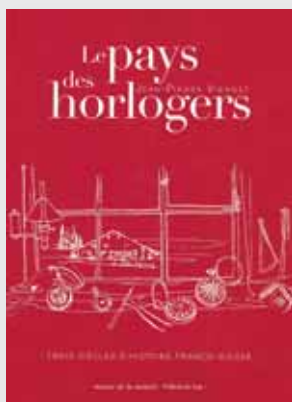
Neues für die Bibliothek

Fabrice Mugnier



Hier eine echte Studie zur bekanntesten, aber nicht unbedingt simpelsten Komplikation. Darin wird gezeigt, dass nicht ein einziger Uhrmacher die Stoppuhr erfunden hat, sondern mehrere bedeutende Uhrmacher an ihrer Entwicklung beteiligt waren und jeder seinen Teil beigetragen hat. Das mit über 800 Fotos reich illustrierte Buch zählt die Spezialitäten der bedeutendsten Schweizer Fabrikanten Region um Region chronologisch auf. Auch die Sportzeitmessung ist vertreten, wie auch Tafeln zu den 160 wichtigsten Kalibern, geordnet nach Hersteller. Eine echte Hilfe demnach für den Liebhaber und Sammler, mit einem Faltblatt zum Innenleben eines Chronographen, das es erlaubt, die besprochenen Kaliber und gleichzeitig ihre technischen Komponenten zu studieren.

Le chronographe de poche suisse, von Joël Pynson, 250 Seiten, Chronométriphilia. CHF 120



Drei Jahrhunderte Uhrmachergeschichte zwischen Frankreich und der Schweiz, erzählt vom Direktor des Uhrenmuseums Villers-le-Lac, Jean-Pierre Viennet. Die Geschichten stammen vor allem von dort und von den Ufern des Doubs. Früher war dies vor allem eine konfessionelle Grenze, die in der Region zu Spannungen führte. Doch der Uhrmacherei sind Politik und Religion egal, das «Uhrenland» zwischen Besançon und Neuenburg lebt von ihr. Im Buch kommt auch der bedauerliche Niedergang der französischen Uhrmacherei in den letzten Jahrzehnten zur Sprache, und an der Zahl der genannten Betriebsschließungen lässt sich die Verletzlichkeit der Branche ermessen. Heute stellen die französischen Grenzgänger einen beachtlichen Teil der Belegschaft der Schweizer Fabriken, während 1857 noch 535 Schweizer in der Gegend von Morteau arbeiteten.

Le pays des horlogers. Von Jean-Pierre Viennet, Musée de la Montre. 272 Seiten, CHF 53



Alle zehn Jahre beglückt uns Vacheron Constantin mit einem neuen Werk zur Geschichte der ältesten noch existierenden Manufaktur. Doch was liess sich nach dem ausgezeichneten Buch «Die Geheimnisse von Vacheron Constantin» von 2005 zum 260-jährigen noch sagen? Im historischen ersten Teil des neuen Opus besticht eine Grafik, die das Lesen und Nachschlagen erleichtert. Doch den grossen Unterschied macht der Fokus auf dem Kunsthandwerk im zweiten Teil, bereichert von den grandiosen Aufnahmen des schwedischen Fotografen Bruno Ehrns. Darauf lassen sich die Feinheiten von Dekor und Finissage entdecken, aber auch die im Hause tätigen Guillocheure und Emailleure und – für eine Uhrenfirma doch eher unerwartet – selbst Kunsttischler!

Vacheron Constantin, Artistes du temps. Von Franco Cologni. Flammarion, 354 Seiten, CHF 99

In Partnerschaft mit Watchprint können die besprochenen Bücher auf www.watch-around.com bestellt werden

Die **Zeitzone**lünette kreist in höheren Sphären



Die Vogard Blue City Personal Edition und die Fliegeruhr Timezoner Chronographe von IWC.

Jean-Philippe Arm

Was sollen wir es leugnen: Wir waren am SIHH neugierig auf IWCs Präsentation einer neuen Uhr mit Lünette, mit der man die Zeitzone direkt wählen kann – als Besitzer einer personalisierten Vogard mit der ursprünglichen Version dieses originellen Mechanismus erst recht.

Seitdem die kleine Firma aus Biel der grossen aus Schaffhausen im Dezember 2014 ihr Patent verkauft hatte, waren wir sehr gespannt, was diese damit anfangen würde: Welches oeuvre sollte die edle Zutat vervollständigen?

Zur Erinnerung: Vogard ist eine von Mike Vogt im Jahr 2003 gegründete Nischenmarke, und die ersten Uhren, die er ein Jahr später präsentierte, begeisterten die Freunde von Universalzeit- und GMT-Uhren. Gedacht waren sie für Globetrotter und alle, die mit Zeitzone jonglieren. Man bot ihnen eine innovative und praktische Art, zwischen den Zonen zu wechseln, und benötigte dazu nicht mehr als eine in beide Richtungen drehbare Lünette, auf der 24 Referenzstädte definiert waren. Der raffinierte Mechanismus wirkte in beide Richtungen auf den Stundenzeiger, auf einen 24-Stunden-Zeiger und auf den ewigen Kalender, mit Rücksicht auf die Datumsgrenze. Neu kam eine Sommerzeit-Anzeige hinzu.

Monoman. Zehn Jahre lang widmete Vogard sich ausschliesslich der Bewirtschaftung und Entwicklung seines einzigartigen Systems, verband es mit einem Chronographen und baute vor allem auch die Referenzen auf der Lünette thematisch und nach Interessen aus: Bankenplätze figurierten darauf ebenso wie Automobilrennstrecken, Golfplätze und andere Orte oder besondere Schauplätze, bis hin zu den Kürzeln von 36 Flughäfen.

Der Clou war die personalisierte Version «My Life», auf die ich zugegebenermassen stand, konnte man doch jede Zone aus unzähligen Optionen auswählen, wobei die erste Wahl natürlich Neuenburg UTC+1 war. Drängte sich South Georgia für UTC-2 angesichts des Mangels an Festland in dieser Zone praktisch auf, so gab bei Dominique (-4), Rodrigues (+4) oder Oualata (-11) Privates den Ausschlag...

Aufstieg in die erste Liga. Der gediegene Mechanismus, das intelligente Konzept und der Erfindergeist von Mike Vogt, der sich bei TAG Heuer, Ebel und Gucci seine Sporen abverdient hatte, trugen Vogard weltweit viel Anerkennung ein. Trotzdem musste man den Tatsachen ins Auge sehen: Die Marke war von zu bescheidener Grösse, um ihr Potenzial voll zur Geltung zu bringen. Darum wurde

das Patent einem Team angeboten, das bei den Grossen mitspielt: IWC. Ja, das Leben ist für die kleinen Uhrenmarken schwierig und manchmal grausam geworden. Soll man dieses traurige Schicksal beweinen? In diesem Fall nicht, denn die Geschichte nimmt eine gute Wendung.

In Schaffhausen, wo wir letzten Herbst begutachten konnten, was da in der Ideenküche brodelt, waren die technischen Entwickler und Designer nämlich nicht untätig geblieben. In Rekordzeit bauten sie den neuen Mechanismus mit Erfolg in ein Chronographenwerk ein und schufen in der Kollektion der Pilot's Watches das Modell Timezoner, das im Januar in Genf vorgestellt wurde: eine IWC pur. So wurde etwa der äussere Sicherungshebel der Vogard ersetzt um noch mehr Zeitzonenwechseln zu erleichtern. Entriegelt wird nun durch einfachen Druck auf die Lünette, ein elegantes System, das IWC schon lange bei ihren Taucheruhren einsetzt.

Wortreiche Begeisterung. Am SIHH hielt Georges Kern mit seiner Begeisterung nicht hinter dem Berg: *«Ein aussergewöhnliches Modul: der beste Timezoner auf dem Markt. Es braucht Jahre, um einen solchen Mechanismus zu entwickeln, und kostet ein Vermögen. Als man ihn uns antrug, zögerte ich keinen Moment. Ich kannte Mike Vogt, der einst bei TAG mein Chef war.»* Und lachend fügt er hinzu: *«Wir verstanden uns nicht immer gut damals, als wir in der gleichen Firma arbeiteten. Wir waren eben noch jung. Heute verstehen wir uns viel besser.»* Und wie ein Echo darauf tönt es bei Mike aus der Ferne, im selben amüsierten Ton: *«Georges war eine starke Persönlichkeit und manchmal entsprechend widerspenstig!»* Trotzdem ist da viel gegenseitige Achtung spürbar.

Aber kehren wir zum Produkt und den Reaktionen darauf zurück. Für Georges Kern hat die Timezoner ihren natürlichen Platz in der IWC-Kollektion gefunden: *«Diese Funktion passt haargenau zu einer Uhr für Piloten, die so häufig und selbstverständlich die Zeitzonen wechseln. Das System ist einfach genial und extrem praktisch. Es hat Zukunft, denn es hat zweifellos einen frischen Touch. Bei seiner Präsentation waren unsere vielreisenden VIPs hin und weg davon.»* Auch bei den Presseterminen waren die Reaktionen sehr positiv, und die Preispositionierung wurde angesichts des anerkannt hohen Mehrwerts als vernünftig erachtet. Auch weitere Applikationen des Prinzips



Der halbdurchbrochene personalisierte Gehäuseboden der Vogard und eine IWC mit eingravierter JU-52.

Timezoner sind denkbar, die nicht zwingend mit einer Komplikation gekoppelt sein müssen, sondern für ein Basismodell und somit für ein besonders attraktives Segment konzipiert sein könnten.

Happyend. Mike Vogt strahlt ebenfalls: *«Man muss sagen, sie haben das System perfektioniert. Sie haben die Idee genommen und sie auf ihre eigene Lünettentechnik übertragen. Ohne Hebel. Das ist noch praktischer und ebenso effizient und zuverlässig. Ich finde das Resultat einfach Spitze, und mehrere Sinne werden angesprochen: Du siehst, du berührst, und du hörst das Klicken, wenn die Zeitzonen wechseln.»*

Die Begeisterung des Mannes ist unverkennbar: IWC hat sein Prinzip brillant umgesetzt und den Mechanismus in stratosphärische Höhen hinauf katapultiert, die seiner eigenen Marke verschlossen blieben. Nachdem Vogard ihre Spezialität freiwillig abgetreten hat, wird man dort keine neuen Modelle mehr entwickeln. Das kleine Atelier wird nur noch Reparaturarbeiten annehmen, während der Firmenchef seine kreativen und Managementkompetenzen einer anderen Marke zur Verfügung stellen will, die sich logischerweise auf der Zeitzone UTC+1 befinden sollte. ●

The last word in **watch** factories



Jean-Philippe Arm

Like all citizens of Neuchâtel on their way to the municipal dump above the town, we have seen it rise from the ground. It was a longstanding project and it took time to get going. The aim was not just to move Officine Panerai's headquarters and workshops from the lakeshore to the forest's edge, but also to bring all its production activities under a single roof, including those of ValFleurier, which is working flat out for the Richemont Group.

It is indeed what is described as a *manufacture* that is being built here; and it is the first in the history of this Italian brand. Although it started operations in January 2014, it took two years before a handful of journalists could visit it during this year's SIHH.

Latest generation. We are familiar with almost all the watch factories and workshops from Switzerland

to Saxony, but this one took us by surprise. The impressive production machinery is of the latest generation, as are the tools and instruments that we had never before seen and which rely heavily on robotics, particularly for tests and inspections. Panerai has not stinted in its investments in this 10,000m² site where 250 people are already at work.

State of mind. Angelo Bonati is delighted at his brand's entry into the 21st century. He laughs off the stereotyped image of the watchmaker at his bench making everything by hand. History and tradition are still held in awe, but on a different level. According to what we saw during the visit, they reside in the inspiration and the state of mind. Highly tuned and sensitive machines take over

ING MANUFACTURING

repetitive jobs. But there are limits. Take for example this machine that carries out a brief rotary polish on a tiny part. The disc of abrasive paper is replaced after every operation. Can it not be used a few times before changing it? A young woman responds instantly with a smile: "Impossible. The pressure buckles the paper and that inevitably leads to flaws. And we can't have that." Not without pride, she showed us other examples, going from one machine to the next under her charge. Watchmakers have taught us to split hairs over the slightest details that make a difference. The absolute modernity of this industrial facility is nowhere near sweeping aside this attitude.

Last lines of defence. While the design work remains in Italy, the "ideas lab" at the heart of the creative process employs 50 people in Neuchâtel. Cooperation with Milan – only a few hours away by train – is close. Hand sketches remain essential; they are easily sent and online dialogue is facilitated. However, the most spectacular advances have been made in the next stage of the process – the embodiment of ideas leading to choices. Times have changed radically when it comes to making and validating prototypes, now forced onto their last lines of defence, whatever materials they are made of, by a series of remorseless tests conducted by instruments that did not exist five years ago.

Obsession. The chosen few enter the new factory's demanding production lines for mechanisms and their assembly, while the cases are mostly sub-contracted to its partner in Canton Jura, Donzé-Baume. Quality control is obsessive until the watch is cased-up, and even beyond. Water resistance gets special attention. Panerai has essentially not forgotten its underwater origins and is particularly concerned about the toughness of its watches. Their vocation as a practical sports watch is overriding, which does not exclude forays into the more delicate complications, for which a workshop is set aside. Its first moment of glory is scheduled for unveiling in summer. We can say no more; an embargo seals our lips so we leave you with this teaser. ●



Officine Panerai now produces a broader range of in-house calibres.

Around 205 employees, united under one roof, exercise more than 70 different professions.



Ob smart oder nicht: die Lebensdauer entscheidet

Nicolas Babey

Seitdem die Smartwatches in rauen Mengen auftauchen, werden da und dort stürmische Aussichten für die traditionelle Uhrmacherei befürchtet. Doch es könnte gut sein, dass die Krähenschwärme, die den Horizont verdüstern, schon bald den Tauben Platz machen werden.

Zwischen Smartwatches und traditionellen Uhren zeichnet sich nämlich eine recht klare Grenzlinie ab. Es sind weder die Funktionen noch das Design und nicht einmal der Preis,¹ die den Unterschied zwischen smart und traditionell ausmachen, es ist das mehr oder weniger schnelle Altern. Oder besser gesagt: die einprogrammierte Lebenszeit. Drei Zeitkategorien lassen sich demnach unterscheiden: kurzfristig, mittelfristig und langfristig.² Davon lassen sich drei gleichnamige Produktkategorien ableiten. Wir wollen nun einige Themen im Licht dieser unterschiedlichen Zeiten beleuchten: den Preis, die strategische Positionierung, Innovation und Umwelt, wobei wir uns vor Augen halten sollten, dass diese Zeitbegriffe in den Köpfen der Kunden fest verankert sind.

Die ideale Liebe. Es ist vermutlich eher unangebracht, seinem Schatz eine Smartwatch als Liebespfand zu schenken, wenn man ihre Lebensdauer bedenkt. Träumen Verliebte schliesslich nicht von ewiger Liebe? In diesem Fall wäre eine mechanische Luxusuhr als Geschenk sehr viel passender, natürlich vorausgesetzt, dass der Geldbeutel so gross ist wie die Gefühle.

Eine Smartwatch kann nicht einmal mit einer dreijährigen Liebe mithalten, denn ihr Verkehrswert bleibt kein ganzes Jahr lang gleich. Schon wird für das erste Halbjahr 2016 die «Apple Watch 2» angekündigt. Mit ihrer technischen Konfiguration und Batterie wird die «Apple Watch 1» schon vor dem Winter 2020 im Abfall landen... Der Konsument weiss, dass es keine Geldanlage ist, wenn er eine Smartwatch kauft. Und er weiss auch, dass eine Luxusuhr eine Anschaffung von bleibendem Wert ist. In der Volkswirtschaft wird zwischen «Haushaltsgesamten» und «Unternehmensinvestitionen» unterschieden;

¹ Der Preis ist nämlich mehr Wirkung als Ursache.

² Ich lasse mich hier vom französischen Historiker Fernand Braudel inspirieren.



toovan / Stockphoto

aber auch Einzelpersonen investieren! Somit könnte man rein vom Preis her betrachtet sagen, Smartwatches richten sich an Konsumfreudige, während langlebige Uhren für Leute gedacht sind, die in ihre Liebe investieren...

Aufgemischte Strategien. Die Ankunft der Smartwatches hat die Markenstrategien aufgemischt. Einerseits muss man sicher den alten Managerbegriff «strategische Positionierung» überdenken, weil er nur konkurrierende Räume berücksichtigt, und ihn um die Dimension der «konkurrierenden Zeiten» ergänzen. Mit jeder Zeitkategorie sind nämlich verschiedene Erfolgsfaktoren verbunden, die man durch reine Marktpositionierung nicht ermitteln kann. Andererseits ist eine mittlere Lebenszeit von ca. 5 bis 20 Jahren vielleicht die härteste Zeitoption: eine Art Grauzone im Nebel, die den Kunden im Ungewissen darüber lässt, ob er ausgibt oder investiert. Es sind die Produkte und Marken dieses mittleren Zeithorizonts, die es in den nächsten Jahren schwer haben werden. Die Innovationsprozesse bei kurz- und langlebigen Uhren sind grundverschieden. Die Smartwatches generieren pausenlos neue Anwendungen, neue Checks und neue Abhängigkeiten, dank der laufenden Optimierung ihrer Hardware und Software-Komponenten. In diesem Sinne wird die Alterung der Smartwatches vom Markt selbst und nicht von seinen Protagonisten vorgegeben, aufgrund von

Zwängen, die ausserhalb ihrer Kontrolle liegen. Erst wenn eine Technologie sich stabilisiert, wird eine längere Lebensdauer der Produkte denkbar.

Reparieren oder wegwerfen. Bei mechanischen Uhren wird ein Lebenshorizont von über hundert Jahren erwartet, trotzdem bleibt die Innovation nichts schuldig. Sie konzentriert sich aber nicht mehr auf die Anwendungen, sondern auf die ganze Wertschöpfungskette der Marken von der Produktion bis zum Reparaturservice. Eine langlebige Uhr muss reparierbar sein, während eine kurzlebige Uhr *per definitionem* ein Wegwerfprodukt ist. Die Wahl des Geschäftsmodells lässt sich leicht davon ableiten: Der Reparaturservice ist aufwändig, wie kann man demnach möglichst robuste Produkte entwickeln, die der Alterung trotzen? Design und Marketing sollten sich nach demselben Geschäftsmodell richten und Formen, ein Markenumfeld und eine Zeichensprache schaffen, die keiner Mode unterworfen sind, denn die Mode ist von Natur aus kurzlebig.³ Und schliesslich soll eine Kundschaft aufgebaut werden aufgrund von vier Schlüsselwerten, die sich ergänzen: dem Investitionswert, der von der Qualität der Produkte im Sinne der technischen Langlebigkeit abhängt, dem ökologischen Wert, der weiter unten beschrieben wird, dem Designwert und dem emotionalen Wert, der die Summe aus den anderen Werten bildet. Der Umweltfaktor wird sich rasch als entscheidendes Kriterium und vor allem als finanzieller und symbolischer Mehrwert erweisen, die den Markt der kurzlebigen Smartwatches vom Markt der langlebigen mechanischen Uhren trennt. Die «Wegwerfuhren» werden weltweit mit Umwelt- und Imagekosten rechnen müssen, mit denen sie heute schon zu kämpfen haben. Umgekehrt kann der Schutz der Umwelt für die langlebigen Uhren ein Marktvorteil sein, vorausgesetzt, dass sie den Abbau und die Bearbeitung der Rohstoffe auf möglichst umwelt- und sozialverträgliche Weise leisten. Denn von der Liebe zur Mutter Erde bis zur Nächstenliebe ist es nur ein Schritt, aber nur eine langlebige Uhr kann ihn gehen. Und zwar noch lange Zeit... ●



amy_iv / Fotolia

³ Mit einem Vergleich aus der Informatik gesagt, geht es darum, die «Langzeitspeicher» unseres kollektiven Gedächtnisses und nicht die modisch vergänglichen «Arbeitsspeicher» zu bewirtschaften.

Wenn **weniger** mehr ist – enthüllte Reize



David Chokron

Die Transparenz erlebt richtig goldene Zeiten: Noch nie haben sich die Uhrmacher so viel zur Skelettuhr einfallen lassen. Und als wäre das noch nicht genug, macht sich auch das Gehäuse rar und entzieht sich dem Blick dank durchsichtiger Materialien. Kann es denn sein, dass leer besser sein soll als voll? Und dass die Uhrmacher mehr leisten, wenn sie fürs Auge weniger tun? Dass da fast nichts mehr bleibt, und dies erst noch zu ihrem Besten? Diese Ästhetik greift immer mehr um sich, in dem Mass wie es immer mehr und vor allem auch preisgünstigere durchbrochene Kaliber und unsichtbare Gehäuse gibt.

Nach nichts aussehen. Paradoerweise ist dieser Rückzug des Sichtbaren der Weg des Fortschritts. Denn dass da Stoff fehlt, bedeutet keinen Mangel an Substanz. Der kreativen Konstruktion, Dekoration und Materialverwendung kommt diese Verflüchtigung durchaus zugute, denn umso mehr kommt es auf eine raffinierte Produktesprache an. Zwei Uhren stehen beispielhaft dafür: Da ist einmal die Tourbillon Volant Poinçon de Genève von Louis Vuitton, die mit der Transparenz und den Winkeln spielt, um ein luftiges

Skelett zu zeichnen, das der Marke gewidmet ist. Mit seinem prominenten V spricht ihr Kaliber mit äusserst sorgfältiger Finissage für sich. Und da ist die Hublot Big Bang Unico Sapphire mit völlig transparentem Gehäuse, zu dem das Werk kontrastiert. Sie ist für CHF 50 000 zu haben oder 20mal weniger als das Vollsaphir-Gehäuse. Und wie hat man eine solche Raffinesse erreicht? Indem man der Technik das Träumen erlaubte.

Arbeit an der Scheibe. Durchsichtige Uhren strebt man schon seit langem an. Eine erste Zäsur sind die 1920er Jahre. Hier findet man viele skelettierte Werke mit geometrischer Architektur im Jugendstil, die in transparenten Gehäusen aus Bergkristall untergebracht sind. Nach epochentypischer Technik hat man diese Werke aktiv skelettiert. Das heisst, die Uhrmacher haben sich schon bestehende ganze Kaliber vorgenommen und haben sie ausgehöhlt, damit Licht hindurchscheinen konnte. Eine zweite Zäsur sind die 1990er Jahre: Da taucht der durchsichtige Saphirglasboden auf und ist bald omnipräsent. Die mechanische Uhr ist eben wieder zurück,

ER DOSSIER DOSSIER DOSSIER

1 und **2** Eine ultraleichte Struktur, Finissage der Extraklasse: Die Tourbillon Volant Poinçon de Genève von Louis Vuitton vereinigt alle Stärken der modernen Skelettierkunst: schwerelos, anschaulich, ausdrucksstark und faszinierend.

3 Als Pionierin verwendet Quinting ein patentiertes Quarzwerk, um Saphirscheiben anzutreiben, die die Zeiger ersetzen.

4 Die Rotonde Astromystérieux ist die jüngste der Cartier-Uhren mit Zeitanzeige auf durchsichtiger Scheibe. Nach Zeigern und Tourbillon trägt der Saphir auch noch das Räderwerk.



3

und das muss man zeigen, auch dass die Batterie fehlt. Quinting hat schon 2000 Uhren mit Zeitanzeige durchübereinanderliegende Saphirscheiben im Angebot, bei diesen Modellen umgeben Metallringe eine zentrale Öffnung. Zwölf Jahre später gelang es Cartier, ihre Kaliber mit zentralem Fenster zu bauen. Die *Heures Mystérieuses* sind aus der Übertragung aufs Handgelenk der schwebenden Zeiger entstanden, die die Marke für ihre Tischuhren verwendete.

Spitzenkunst. Das Skelettieren ist eine alte Kunst, die als Grundwelle mit einem unglaublichen Sog um 2013/14 in die Uhrmacherei zurückkehrte. Davor hatte die Skelettierung bei zwei Firmen die Markenidentität betont: Richard Mille setzte stets leichte Strukturen als technisches und inhaltliches Werkzeug ein. Einerseits werden die Uhren durch die Materialreduktion tatsächlich leichter, und vor allem sind sie sehr ausdrucksstark, hier durch ihr Statement zum Rennsport. Ähnliches gilt für Roger Dubuis, wo man skelettierte Werke in allen möglichen Formen erdacht hat, mit zierlichen Brücken in Buchstaben- oder Herzform.



4

DOSSIER DOSSIER



5 Schon in den 1930er Jahren entwarf Vacheron & Constantin geometrische skelettierte Werke für durchsichtige Gehäuse im Tischuhr-Format.

6 Roger Dubuis ist eine Pionierin der Skelettkunst und hat als erste mit den Brücken Wörter geschrieben.

7 Die Richard Mille RM 56-01 aus Platin, Brücken und Gehäuse ganz aus Saphir: eine Glanzleistung der Fertigung und Konstruktion, hergestellt zu einem exorbitanten Preis.

8 Leere dominiert bei dieser L-Evolution Carroussel Saphir Volant von Blancpain, deren frei schwebendes Werk von überallher nahtlos sichtbar ist.

Dank dieser Pioniere hat sich das Werk von einem flachen und kompakten Teil zu einem zarten Gebilde gewandelt, mit dem sich eine Geschichte erzählen lässt. Dies wirkte sich auch auf die Herstellung der Kaliber aus. Skelettieren bedeutete nicht einfach bloss Reduzieren. Statt dass man die Werke ausschälte, konstruierte man sie fast nackt und beschränkte sich auf das grafisch und strukturell Wesentliche. So wurde aus einer Uhrmacherarbeit am Etabli ein Konzeptelement, eine Architektur und Kreation pur.



Markenzeichen. Nach der Übernahme von Roger Dubuis durch die Richemont-Gruppe nutzte diese die Expertise der Marke, was Cartier sehr zugute kam. Ihre Identität ist den Kalibern eingeschrieben, denn ihre Gitterstruktur ist ein Skelett in der Form einer III, VI, IX oder XII. In der Tat füllt man eine Lücke nicht einfach so. Man muss ihr einen Gehalt geben, und hier kommt die Geometrie ins Spiel. Sie kann klassisch sein und den Biegungen der herkömmlichen Werke bis zum Komma der grossen Minutenradbrücke folgen. Doch die Skelettierung kann auch Radikalität



7



8

ausdrücken, Kantigkeit und virile Schwünge. Sie kann inzwischen alles vermitteln.

Am seidenen Faden. Es gibt Skelettierungen jeden Grades, von einigen Aussparungen hier und dort auf der Platine und über der Unruh in Form eines offenen Herzens bis zur Arabeske. Die Öffnungen werden immer grösser, bis an die Grenzen der Festigkeit. Wenn man sich die Tourbillon Volant Poinçon de Genève von Louis Vuitton ansieht, fragt man sich, was sie noch zusammenhält. Besonders wenn man bei näherem Hinsehen feststellt, dass die oberen und unteren Werkteile aussehen, als seien sie nur durch ein Räderwerk verbunden. Die Magie wirkt: Die Transparenz einer Louis Vuitton ist ein Zaubertrick, bei dem die ultraleichte Konstruktion die grafische Wirkung der Struktur verstärkt.

Denn Material wegnehmen ist nicht alles, man muss es mit Sinn beleben. Aus ästhetischer Sicht steht man vor einem Dilemma: Wie weit soll man bei der Skelettierung und Offenlegung gehen? Das ist die Hauptschwierigkeit bei den Uhren mit

Saphirwerkplatte. Statt durch Skelettierung lässt man hier das Material durch Transparenz im Inneren des Werks selbst verschwinden. Denn reduziert man zu stark, so bleibt nichts mehr als eine blasse Erscheinung.

Spielen mit Stilen. Weil das Werk auf das Wesentliche reduziert ist, braucht es einen Blickfang und eine markante Präsenz: eine Finissage. Denn die Transparenz taugt nur zu etwas, wenn sie auch schön ist. Bei den vielen Winkeln und Flächen ist die Finissage umso wichtiger, als sie auf minimalem Raum stattfinden muss. Auf diesem Feld gibt es zwei Ansätze: Der eine ist traditionell und behandelt das skelettierte Werk wie ein Juwel, als das es seit Jahrzehnten gilt. Das ist die Gravur nach herkömmlicher Art, wie zum Beispiel bei Vacheron Constantin und ihren Mécaniques Ajourées, wo das Metall ziseliert und klassisch mit Akanthusblättern verziert ist. Der andere Ansatz ist modern, besonders bei Louis Vuitton, wo die sehr geometrische Anlage der Brücken nach einer anderen Oberflächenbehandlung ruft. Hier kommt die Satinierung zum Zug. Die



9

gezogenen Werkteile akzentuieren die Konturen des Skeletts. Dadurch verschmelzen Boden und Form zu einer Symbiose, die für gut gemachtes Design typisch ist.

Mehr Durchblick. Ist Transparenz im Gehäuseinnern erreicht, so bleibt die Arbeit an der Hülle. In diesem Bereich geht alles rasend schnell. Nach dem Boden fertigte man die Flanken aus Saphir. Doch abgesehen von der technischen Leistung bringt die Seitenansicht auf ein Werk nicht viel. Es gibt dort kaum etwas zu sehen, ausser bei Ferdinand Berthoud und ihrem Kette-Schnecke-Antrieb. Denn vergessen wir nicht, dass es sich hier um ein Spektakel handelt.

Es fehlte noch eine ultratheatralische Geste, eine radikale Inszenierung, und dafür zeichnet Richard Mille verantwortlich. Die Marke hat es tatsächlich geschafft, ihr Tourbillonkaliber mit Schleppzeiger und ihrem Glanzstück, der Drehmomentsanzeige, im ganz aus Saphirglas bestehenden Gehäuse ihrer RM 056 unterzubringen. Wenn man weiss, wie komplex die Formen dieser Gehäuse sind und



10

wie schwierig es ist, den Saphir zu bearbeiten, zu bohren und zu polieren, kann man die von der Marke angegebenen Zahlen begreifen: 1000 Stunden zu einem hohen Preis veranschlagte Fertigungszeit, aber das ist eben das Vorrecht der Pioniere. Sie teilen dann auch das Los, dass sie kopiert werden.

Kühlen Kopf bewahren. Denn unabhängig von all ihren Vorzügen befinden sich die transparenten und durchsichtigen Uhren auf einem wahren preislichen Höhenflug. Bei den skelettierten Werken gibt es welche für jeden Geschmack, und die Preisrelationen bleiben gewahrt. Aber für Saphirgehäuse sind die Preise verrückt. Richard Mille hatte die Latte mit drei Modellen, jedes für über eine Million, schon sehr hoch gelegt. Aber von dieser Marke ist man sich astronomische Zahlen gewohnt. Wer ihr nacheifert, bekundet mehr Mühe: H. Moser & Cie hat für ihre Pièce Unique für rund € 1 000 000 immer noch keinen Endkunden gefunden. Rebellion hat mit ihrer Magnum 540 Grand Tourbillon Saphir für CHF 1.6 Millionen noch

9 Hysek hat begriffen, dass leer stärker wirkt als voll. Die Zwänge der Konstruktion sind ein Spiel, das man mitspielen muss, wenn man spektakuläre Uhren bauen will.

10 Corum setzt ihr Baguette-Werk mit Glasgehäusen in Szene, mit Gehäuseboden und sogar Flanken aus Saphir.

11 Saphirflanken erlauben nur selten einen interessanten Blick. Eine Ausnahme ist Ferdinand Berthoud, wo man den Kette-Schnecke-Antrieb sieht.

12 Die Big Bang UnicoSapphire setzt den Eintrittspreis für ein Saphirgehäuse auf CHF 50000 herab.



11

mehr Mühe, und zwar so sehr, dass der neue Generaldirektor sie mit einem – Rennwagen Typ Endurance verkaufen will.

Zudem hat Hublot die Latte wieder ein wenig gesenkt: Zum einen bietet die Marke bei einer MP-05 LaFerrari ganz aus Saphir mit vertikalem Tourbillon und 50 Tagen Gangreserve das ganz transparente Gehäuse für CHF 200000 oder 67% mehr an als ein Titangehäuse, während der Aufpreis bei Richard Mille 2012 € 670000 oder 90% betrug. Vor allem aber ist die ganz transparente Big Bang Unico für rund CHF 50000 zu haben. Die Preisschwelle wird völlig neu definiert. Einen ersten Anlauf dazu machte BRM mit ihrer V6-44-MK mit Makrolongehäuse, einem harte, lichtdurchlässigen Plastik (WA020). Doch die Eigenschaften und vor allem der symbolische Mehrwert des Edelsteins Saphir fehlten.

Trotzdem sind Skelettuhren und Saphirgehäuse wie zuvor schon manch anderes nicht mehr hoch-exklusiv. Die zunehmende und immer raschere Verbreitung der Uhrenfertigungstechniken stellt den Markt immer wieder auf den Kopf. ●



12