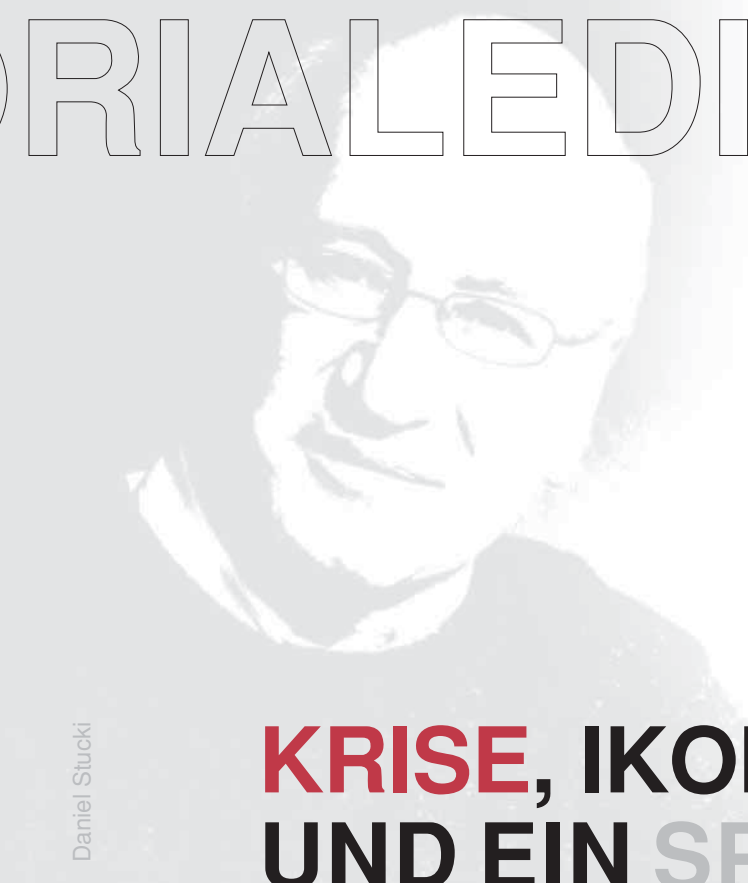


- 12 BÜCHER**
Mit den **Alten** auf Du und Du
- 14 MARKETING**
Erkundung der **Märkte**
- 18 KÖNNEN**
Die **Berührung** zählt
- 24 DESIGN**
Die Handschrift von **Pininfarina**
- 26 PORTRÄT**
Sébastien Perret: Designer hinter den Kulissen
- 30 GEBURTSTAG**
Warum **Girard-Perregaux** wieder ganz vorne mitspielt
- 34 COVER**
Die Stunde der **Saphir-Revolution** hat geschlagen
- 39 UHRENERBE**
Schweizer Marken in **ausländischen** Händen
- 42 MANUFAKTUR**
Rolex, eine Kultur der Qualität
«Was macht einen modernen Mythos aus?»
- 48 ZEITGENOSSEN**
Vom **Uhrwerk** zur Höllenmaschinen
- 52 GESCHICHTE**
Die **Gehäusefabrikanten** (III)





Daniel Stucki

KRISE, IKONEN UND EIN SPANNTTEPPICH

Wovon redet man derzeit in der Uhrenbranche? Von allem und nichts, wie überall, aber ein Thema taucht ominös oft in den Gesprächen auf: die Krise. Wie läuft das Geschäft? Das Lachen des Gegenübers verschwindet: Für uns ganz ordentlich, aber es ist nicht einfach, das muss man sagen. Und bei näherem Hinsehen wird es echt kompliziert, und es folgen dieselben Erklärungsversuche, die man schon hundert Mal gehört und vielleicht selber zum Besten gegeben hat.

Nichts Neues also unter der Sonne, nur der Eindruck des auch schon Gehörten, auch schon Beobachteten, auch schon Gelesenen – und Geschriebenen? Man gehe in sich – aber ja: Ein unlängst in diesem Magazin erschienener Leitartikel könnte fast wortwörtlich in diesem Heft wieder erscheinen: Wir gaben die einhellige Meinung wieder, dass 2016 ein hochriskantes Jahr werde. Da müsste man nur 2017 schreiben und weiter nichts ändern. Das ist amüsant und deprimierend zugleich. Und sonst?

Noch ein anderes Wort taucht täglich auf, und zwar in den Pressedossiers, –mitteilungen und anderen epischen Ausführungen der Werbeleute, die eine neue Variante eines klassischen oder traditionsreichen Modells anpreisen, Kein Witz, es ist heute zwangsläufig «ikonisch». Als ob ein paar Jährchen auf dem Buckel für einen Heiligenschein genügen würden. Als hätten die Uhrmacher im 20. Jahrhundert nichts als Ikonen hergestellt. Dabei gibt es eig entlich nur eine Handvoll, die einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen haben, ungeteiltes Lob fanden, überall

einschlugen und im kollektiven Gedächtnis haften blieben, sodass sie diese ehrenvolle Bezeichnung verdienen. Vielleicht ein Dutzend? Seien wir nicht so streng, und sagen wir zwanzig. Der Rest könnte ruhig darauf verzichten, sich Verdienste zuzuschreiben, die er nicht hat. Es gäbe sicher genug andere Argumente, die man für sich in Anspruch nehmen könnte. Schliesslich ist die Kreativität der heutigen Uhrmacherei unbestreitbar. Da braucht es keine oft lächerliche Anmassung. Sie ist ja auch kontraproduktiv, denn es könnte gut sein, dass der umworbene Kunde den Hype gereizt in einem «Icon» anderer Art am Bildschirmrand versenkt: im Papierkorb.

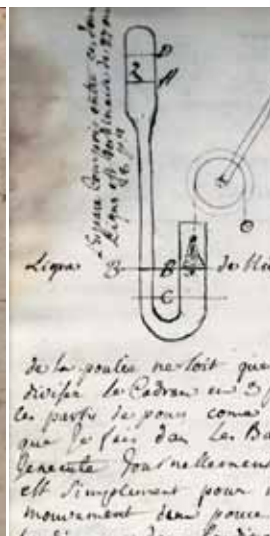
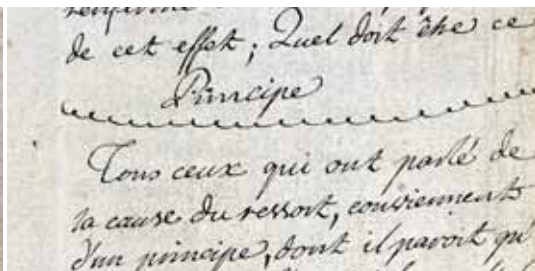
Zum Glück gibt es beim Mailen auch ab und zu etwas zu lachen. Es ist ja leider so, dass eine Sekunde Unachtsamkeit genügt, und schon werden die privaten oder beruflichen Nachrichten ins Blaue hinaus versandt. Daran sind schon Beziehungen zerbrochen, und Staatsgeheimnisse wurden publik, aber nicht immer sind die Folgen so schlimm. Ich zum Beispiel habe die Detailskizzen eines Firmenstands bekommen, der demnächst an einem Uhrensalon zu sehen sein wird. An den Rand hatte man echte Fragen gekritzelt, und ich antwortete höflich: «Für mich geht die Farbe des Spanntteppichs in Ordnung.»

Übrigens muss man auch beim Gedanken an 2017 den Humor nicht zwingend verlieren.

Jean-Philippe Arm

12 BÜCHERBÜCHE

Mit den **Alten** auf Du und Du



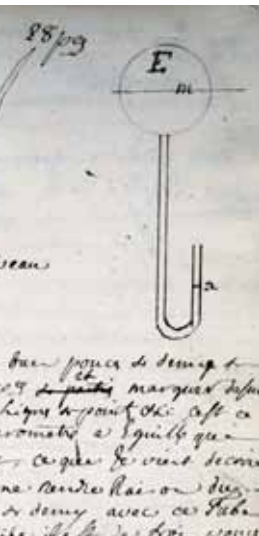
Jean-Philippe Arm

Es geht um Liebe und Freundschaft bei dieser Geschichte: Wir Bücherfreunde und Liebhaber alter Schriften und Schriftstücke aller Art sind zahlreich seit Gutenberg – und schon früher, denn auch für Manuskripte begeistert man sich seit je. Darum ist es kein Zufall, wenn in dieser Zeitschrift jedes Heft mit einer Rubrik beginnt, die den Büchern gewidmet ist. Und als wir erfuhren, dass François-Paul Journe die Uhrenbibliothek von Jean-Claude Sabrier ersteigert und ihr in seiner Genfer Manufaktur einen Ehrenplatz gegeben hatte, stand für uns fest, dass wir uns eines Tages mit Genuss in dieses aussergewöhnliche Universum versenken wollten. Denn man muss wissen, dass es sich bei den Dokumenten des normannischen Historikers, der im November 2014 verstarb, um eine einzigartige ausschliesslich der Uhrmacherei gewidmete Privatsammlung handelt. Alle sind sie zum Greifen nah – mit Handschuhen, wie es sich aus Respekt vor ihnen gebührt: Abraham-Louis Breguet, Antide Janvier, Ferdinand Berthoud, Pierre LeRoy, Louis Moinet, diese Ikonen des französischen Zweigs der Entwicklung und Weitergabe des Uhrmacherwissens in Abhandlungen, Denkschriften, Aufsätzen vor allem des 18. und 19. Jahrhunderts. Natürlich stand für diese ausgezeichneten Praktiker und klugen Köpfe die Chronometrie mit ihren Längenuhren

und Marinechronometern im Zentrum ihrer tief-sinnigen Betrachtungen, Beschreibungen und Entwürfe. Dabei fallen zwangsläufig die Namen von John Harrison, Thomas Mudge, John Arnold oder Thomas Earnshaw. Doch findet man in der Sammlung bei den Engländern vor allem Werke von Kommentatoren, Analytikern oder Theoretikern, die naturgemäss mehr Worte machen als die Uhrmacher selbst: William Holder zum Beispiel mit seinem «Discourse concerning Time»* von 1694. Und auch der Däne Urban Jürgensen ist gut vertreten.

Fast tausend Werke und wertvolle Manuskripte sind hier in Ordnern, Schachteln und Kassetten, die selbst wie Bücher aussehen, vereinigt. Auf eine systematische Durchsicht, die wochenlang gedauert hätte, haben wir verzichtet und uns mit Stöbern begnügt: Hier von einem Einband gefesselt, dort von einem Namen angesprochen, von einem Titel verblüfft, einem Thema absorbiert, von einer Zeichnung begeistert oder von einer Handschrift fasziniert. So sind wir bei diesem wunderbar spannenden, improvisierten Streifzug auf diese überraschende Widmung Antide Janviers an seinen Freund L. M. Waille gestossen: «Wer seinen Ruf mehren will, widmet seine Werke den Gelehrten; ich jedoch, der ich keinen anderen Ehrgeiz habe, als meinem Herzen nachzuleben,

ERB'U'CHERB'U'CHE



Le sentiment de convenance et de grand intérêt que
je prends de donner de vous peut-être un peu de
connaissances, mais je ne suis que passagèrement à Genève,
aussi au delà de la suite de ma vie, et sans un intérêt
qui ne feroit pas de vous de la province amitié des
cités. Dans une ville qui ne se suppose que de doubler
l'usage, on est par un être parvenu, et par un autre
que l'on ne se croit pas... après deux, sans explication,
malgré le peu de connaissances des forces, les pensées
que j'ose vous offrir, et toutes ces idées de l'homme
qui pensent plus que moi ne peuvent pas être en
de la sagesse des sens, mais de la sagesse de l'âme.
C'est dans ces pensées que j'aurais pu vous
Respect
F. Breguet
Horloger ordinaire de Roi

intéressé.
adieu réfléchissez muni
Sur tout ce que je vous
dit en vous votre intérêt
vivement, et surtout
de la vie et de l'homme en
tout. mille amitiés et
Toujours
23. 1820



Jeunes artistes, qui sentez en vous-mêmes le feu brûlant du génie; et toi, respectable citoyen que les tems ont blanchi (b), si quelques idées neuves germent dans vos têtes, si vous les mettez en pratique, gardez-vous bien de tomber dans les mains de M. Breguet; vos modèles (c), vos pensées même ne vous appartiendraient plus.

widme Ihnen dieses Buch als öffentliches Zeugnis der treuen und ungetrübten Freundschaft, die uns seit fünfzig Jahren verbindet. »
Zwei Jahrhunderte später klingen diese Worte ergreifend nach, denn genau dies bewog François-Paul zwei Tage bevor sie an der Auktion zu verschwinden drohte, die ganze Sammlung seines alten Freundes Jean-Claude zu erwerben, nur um ihm die Ehre zu erweisen. Die beiden waren 17 respektive 35 Jahre alt, als sie sich im berühmten Pariser Atelier des Onkels begegneten, bei dem FPJ sein Metier erlernte und das alle von der Uhrmacherei nach alter Schule Begeisterten magisch anzog.
Der fruchtbare Austausch zwischen den beiden sollte über 40 Jahre lang dauern: « *Ich verdanke ihm enorm viel* », bringt der Uhrmacher es auf den Punkt: « *Und da war es das Mindeste, sein Andenken dadurch zu ehren, dass ich den ganzen Bestand der Dokumente übernahm, die er ein Leben lang zusammengetragen hatte und die in ähnlicher Weise ein sprudelnder Quell des Wissens sind, wie er selber es war.* »
Die Reihe der grundlegenden Werke, die da Revue passieren, ist eindrücklich mit ihren Texten, hervorragenden Bildtafeln und Zeichnungen, die die Drucker im Auftrag des Königs und später der Republik sorgfältig ausführten, um sie möglichst

erfolgreich unters Volk zu bringen. Ob es nun um astronomische Gesetze oder um die Theorie der Federn geht, spürt man den Elan der Verfasser, ihren nie gestillten Erkenntnishunger und ihren Drang nach dem vollkommenen Lehrstück und dem ultimativen Beweis.
Doch bei aller Faszination von den brillanten Synthesen und gelehrten Theorien dominiert das Gefühl, sich am Puls des Geschehens der Anfänge und Fortschritte von Wissenschaft und Technik zu befinden. Manche Denker und Forscher haben ein Logbuch geführt, in dem sie all ihre Eingebungen aufzeichneten. Man steckt mittendrin in ihren Gedanken – eine aufwühlende Sache.
Noch spannender wird es bei den Manuskripten. Manche waren zwar zur Veröffentlichung vorgesehen, gingen dann aber doch nicht in Druck, wie zum Beispiel die Wälzer von Pierre LeRoy, an dem Sabrier besonders viel lag. Andere waren gar nie für den Druck bestimmt und sind von berührender Intimität: Man fühlt sich in Ferdinand Berthouds Atelier hineinversetzt und kann ihm dank seiner unschätzbaren Aufzeichnungen bei der Arbeit über die Schulter schauen. Man teilt die Gedanken und auch die Sorgen von Antide Janvier in jenem Alltag, der manchmal auch bei grossen Männern weniger glanzvoll ist als die leuchtende Spur, die ihr Genie in der Geschichte der Zeitmessung hinterlassen hat. ●

Erkundung der Märkte



RedcupStudio Fotolia.com

Nicolas Babey

Stellen wir uns einen Augenblick eine Herzmedizin vor, die unfähig wäre bei der Vorbeugung und mitelmässig bei der Behebung von Herzkrankheiten, aber brillant im Sezieren...

Eine solche Medizin wäre zugegebenermassen Irrsinn. Oder man würde sich ins 16. Jahrhundert zurückversetzt fühlen, das goldene Zeitalter der Autopsien. Und doch taugt dieser medizinische Vergleich vielleicht zur Veranschaulichung unseres aktuellen Kenntnisstands über die Märkte, die immerhin seit mehr als zwei Jahrhunderten die « Herzen » unseres aktuellen Wirtschaftssystems sind. Wer wüsste zu sagen, wie viele davon es allein in der Uhrenbranche gibt? Dutzende oder mehr? Und wer könnte beschreiben, wie genau sie ticken? Dabei steht und fällt jede Unternehmensstrategie mit der Kenntnis des Marktes, auf dem man operieren will. Daran lässt sich die Wichtigkeit dieses Themas ermessen!

Den Märkten den Puls fühlen. Wie ein Arzt, der einem Patienten den Puls fühlt, registrieren wir sehr genau, wie kerngesund oder angeschlagen die Märkte sind: Anhand der verkauften Stückzahlen, der geschaffenen oder gestrichenen Stellen, der Gewinne oder Verluste. Doch ohne stringente Theorie über ihr Funktionieren können wir nicht erklären, was Märkte leisten oder warum sie versagen. Stattdessen verlieren sich unzählige Auguren in Mutmassungen über den Patienten.

Fast wähnt man sich in einem Theaterstück von Molière, wo Argan, der « Eingebildete Kranke » von gelehrten Medizinern umschwärmt wird, deren Doktorhüte genügen, um oft widersprüchliche Diagnosen und Therapien zu rechtfertigen.

Tote Märkte sezieren. Viele Historiker haben ausgezeichnete Analysen von « toten Märkten » vorgelegt und hatten dabei die wirtschaftliche Entwicklung bestimmter Regionen, Tätigkeitsfelder, Technologien oder einzelner Firmen im Fokus. Und die Geschichtsschreibung der Uhrmacherei bleibt hier nichts schuldig!¹ Natürlich ist es nicht immer ratsam, in den Rückspiegel zu schauen, wenn man wissen will, wohin der Weg führt aber die Geschichtswissenschaft hat immerhin Analyse- und Forschungsmethoden entwickelt, die inspirierend sein können, wenn man verstehen will, was heute geschieht. Doch wie kann man solche Einsichten anderen Disziplinen vermitteln, solange man angehenden Ökonomen immer noch Märchen wie das von der « unsichtbaren Hand des Marktes » erzählt?

Kranke Märkte heilen. Es vergeht keine Woche, ohne dass eine nationale oder internationale Norm einen Uhrenmarkt beeinflusst, sei es auf Angebots- und Wertschöpfungs- oder auf der Nachfrageseite.

¹ Zu nennen sind insbesondere die Arbeiten von François Jequier und, aus neuerer Zeit, jene von Pierre-Yves Donzé.

MARKETINGMARK



lovemelovemyPicFotolia

Genannt seien angesichts der bekanntlich grossen Bedeutung der Uhrenverkäufe an chinesische Gäste in Europa und in der Schweiz für den Tourismus nur einige asiatische Beispiele: Der obligatorische biometrische Pass für die Einreise in den Schengenraum und wie beschwerlich es für die Chinesen ist, sich ihn zu beschaffen, die chinesischen Anti-Korruptionsgesetze oder die kürzliche Einführung einer Steuer von 60% auf die Einfuhr von Luxusprodukten. Der Infarkt hat stattgefunden, und der Uhrmacherverband macht sich stark als Chirurg und verlangt von der Schweizer Regierung Bypass-Operationen, um die verstopften Gefässe zu umgehen. Schliesslich muss das Blut zirkulieren können! Aber wäre es nicht auch möglich gewesen, solchen Herzattacken vorzubeugen?

Den Marktkrankheiten vorbeugen. Es kommt vor, dass ein normales EKG eine schon fortgeschrittene Herzkrankheit nicht anzeigt. Wie soll man denn die Risiken erkennen und ihnen vorbeugen, wenn der Puls den Märkten anscheinend eine gute Gesundheit attestiert? Sie alle entwickeln sich in einem permanenten Wechselspiel von Angebot, Nachfrage und Normen. Das Angebot ist gut bekannt, aber bei der Nachfrage und den Normen müssen die Uhrenfirmen mit Ungewissheiten umgehen können. Dabei spielt die Qualität der beschafften Informationen eine entscheidende Rolle. Diese hängt von einem

doppelten Perspektivenwechsel ab: Was die künftigen Normen betrifft, so *muss das Ferne in die Nähe rücken*. Und was die Nachfrage angeht, so sollen die Letzten in der Hierarchie vielleicht nicht gerade die Ersten sein, aber wenigstens wieder in den Blick genommen werden.

Fernes in die Nähe rücken. An den genannten Beispielen aus Asien zeigt sich, dass es für die Uhrenfirmen von strategisch entscheidender Bedeutung ist, diese Normen zu kennen, *bevor* sie in Kraft treten. Die Umsetzung einer Norm steht ja immer am Ende eines gesetzgeberischen Vorstosses oder eines Plans der Regierung; es ist demnach möglich, sich diese Informationen zu beschaffen. Doch haben die Uhrenfirmen auch Zugang dazu? Sicher verfügt das Schweizer Botschaften- und Diplomatenetz über den Zugang zu solchen Informationen. Es liegt aber in der Natur der Sache, dass die Diplomaten und Botschaften nicht absehen können, welche Norm welchen Markt wie beeinflussen wird, darum werden sie theoretisch nur die Daten liefern, die man bei ihnen nachfragt. Wenn man sie denn fragt...

Hierarchien umkehren. Die «Merchandiser» wissen vielleicht noch viel mehr als die Marketingprofessoren. Und das Nachfüllpersonal der Supermärkte weiss noch mehr als die «Merchandiser». Eine wunderbare umgekehrte «Hackordnung» die Geheimnisse verschworener Interessen zu offenen Geheimnissen macht, aber nur wenn man sich herbeilässt, die praktische Erfahrung derer, die man verachtet, immer stärker zu würdigen.²

Vielleicht mehr als alle anderen Märkte sind die Uhrenmärkte einer leidenschaftlichen Nachfrage unterworfen. Und wer kann das rasende Herzklopfen oder im Gegenteil sein Erlahmen ermessen? Die Verkäufer natürlich! Sie sind es, die Tag für Tag den Gang der Leidenschaften beobachten! Um Krankheiten vorzubeugen, sind ihre Auskünfte Gold wert, wenn man ihnen denn gute Fragen stellt. Doch um gute Fragen zu stellen, braucht es eben eine Theorie der Märkte, die etwas über das rigide Gesetz von Angebot und Nachfrage hinaus reicht. ●

² Zitiert nach dem Philosophen Bruno Latour, *Enquêtes sur les modes d'existence, La Découverte, Paris, 2012 (S. 434)*.

Die **Berührung** zählt



AlenaPaulusStock

Louis Nardin

Der Tastsinn, über den ein Fötus schon nach sechs Wochen verfügt, spielt eine wichtige, aber weitgehend unterschätzte Rolle, wenn es darum geht, die Schönheit und Qualität einer Uhr zu würdigen. Das war allerdings nicht immer so: Manche Patrons sollen eine neue Uhr immer erst mit geschlossenen Augen gestreichelt haben, bevor sie sie weiter prüften oder ihre Teams noch einmal an die Arbeit schickten. Diese Berührungskultur hat sich jedoch immer mehr verflüchtigt. Vielleicht ist daran das sagenhafte Wachstum der Uhrenindustrie in den letzten zwanzig Jahren schuld, das sich Hunderten von neuen Arbeitskräften verdankt, die oft nicht viel davon wussten. Und auch der Aufwand spielte eine Rolle, denn störende Kanten abzuschleifen, den Übergang von der Lünette zum Mittelteil zu glätten oder eine seidenweiche Haptik hinzukriegen, ist zwar bestimmt eine Frage des Könnens, aber auch des Preises.

Wie im Kunsthandwerk allgemein ist der Kostendruck nach wie vor spürbar, und man will hier bei einer Anglierung und dort bei einem letzten Schliff ein paar Rappen sparen, sodass Uhren, die sich wirklich gut anfühlen, heute in der Minderzahl sind. Dabei ist ein elegantes Produkt, das gut

in der Hand liegt, eindeutig attraktiver, und die Haptik ist eine ebenso diskrete wie verführerische Waffe.

90 % des gefühlten Werts. « Der Tastsinn ist eine äusserst intuitive Sache und wandelt sich mit dem Alter », erklärt Dominique Lavaur vom Entwicklungs- und Konstruktionsbüro « Le toucher minuscule ». « Das ganze Talent der Designer besteht in ihrer Fähigkeit, sich diesen Sinn zunutze zu machen, um Emotionen zu schaffen. Der Tastsinn ist nämlich für den Aufbau einer Wertschätzung sehr wichtig, also für die Vorstellungswelt, die ein Mensch mit einem Produkt verbindet. »

Man sollte also nicht unterschätzen, wie stark eine Uhr einen Menschen über die Erinnerungen, die sie in ihm wachruft, erden und durch ihre angenehme Haptik für sich gewinnen kann. Darüber hinaus ist sie ein wesentlicher Teil der Wertschöpfungskette und spielt eine wichtige Rolle beim Entwerfen einer Uhr: « Für die Uhrmacher besteht die Herausforderung darin, sowohl dank konkreter Funktionalität und Bedienungskomfort wie dank eher emotionaler Aspekte, zu denen eine gute Haptik beitragen kann, Vertrauen zu schaffen. »

K'O'NNENK'O'NNEN



Die Galet Square von Laurent Ferrier, Erste Lektion: Wie man den Übergang von der Lünette zum Mittelteil glättet.

Luxuriös leicht. Interessanterweise reagiert ein Mensch zunächst auf die Dichte und Temperatur des Gegenstands, dem er sich annähert. Letztere zählt bei einer Uhr wenig, die Gleichsetzung von massig mit wertvoll jedoch sehr wohl. Gold und vor allem Platin sind schwerer als andere Metalle und «bürgen» somit für ihren Wert durch ihr Gewicht. Dies ist ein beinahe atavistischer Reflex, gegen den jedoch etliche Uhrmacher angetreten sind, mit Richard Mille an der Spitze, der seinen Kampf für ultraleichte Uhren diesmal gewonnen hat. Die einst vieldiskutierte Vorliebe stört heute niemanden mehr, und das auch sehr leichte Titan hat in allen Preiskategorien zugelegt. Jean-Claude Biver, CEO von TAG Heuer und Präsident der Uhrenabteilung von LVMH, setzt übrigens bei den interaktiven Modellen seiner Marke der mittleren Preisklasse ganz darauf.

Sanfte Skulpturen. Als virtuosen Schöpfer zeitlos klassischer Uhren und Uhrmacher mit einmaligem Stilbewusstsein ist für Laurent Ferrier die angenehme Haptik einer Uhr ein unverzichtbarer Teil ihrer Ausstrahlung. «*Es handelt sich hier mehr um Skulpturen, mit möglichst sanften Formen.*»

Und er ärgert sich über moderne Fabrikationswerkzeuge wie Diamantmeissel, die zwar hochgradig leistungsfähig und präzise sind, aber Uhren mit so scharfen Kanten herstellen, dass man sie abschleifen muss. «*Die Erfahrung hat meinen Blick geschärft*» – Laurent Ferrier war 37 Jahre bei Patek Philippe tätig, bevor er 2010 seine eigene Marke schuf – «*und ich weiss sofort, wie sich eine Endkurve unter den Fingern anfühlt. Da hat sich eine Art Instinkt entwickelt, sodass ich recht schnell einen realistische Skizze entwerfen kann.*» Und er trifft mit seiner Kunst der Formbeherrschung ins Schwarze, vor allem bei den Frauen, die sich nur zu gerne die Laurent Ferrier ihres Liebsten schnappen.

Wieder mehr Haptik. An der ungenügenden oder mangelhaften Beachtung der Haptik heutzutage soll der Siegeszug des Visuellen schuld sein. «*In den letzten fünfzig Jahren haben sich viele Industrien auf das Erscheinungsbild ihrer Produkte konzentriert*», meint Dominique Lavour. «*Diese Bilder versprechen höchste Qualität, die man dann auch liefern muss. Doch der Abstand zwischen Versprechen und Wirklichkeit wird immer grösser,*

K'O'NNENK'O'NNEN

was das Vertrauen der Kundschaft untergräbt. Es wird eine Welt der Illusionen geschaffen, die erst wankt, wenn das Objekt greifbar wird. Für die Uhrmacher geht es folglich darum, eine sinnlich fassbare, glaubwürdige Synthese der multiplen Identitäten ihres Produkts wiederherzustellen.»

Die Rehabilitierung des Tastsinns beginnt natürlich beim ergonomischen Tragkomfort. Wenn eine Uhr am Handgelenk nicht verrutscht und dieses nicht reizt, ist schon viel gewonnen. Dies klingt zwar banal, doch oft begnügt man sich mit der Einhaltung von Gesundheitsvorschriften. Immerhin tun sich da einige Marken schon mehr hervor, Rolex zum Beispiel, wo sich eine ganze Abteilung ausschliesslich um den Trag- und Bedienungskomfort kümmert.

Gesten der Zukunft. Beim Tastsinn denkt man natürlich auch an die Gesten, die es zur Bedienung von Uhren braucht. Und hier bietet sich

Die Galet Square, Zweite Lektion: Wie man sich Zeit nimmt, störende Kanten zu schleifen.



den Uhrmachern ein Tummelfeld, das sie vielleicht bisher zu wenig genutzt haben. Natürlich, es gibt zum Beispiel die Chronographen-Drücker, die eine ganz nette Interaktion zwischen dem Benutzer und seiner Uhr ermöglichen. Und, ja, beim Drehen an der Krone spürt man den Widerstand und die Raffinesse des Uhrwerks. Bei der Reverso von Jaeger-LeCoultre kann man den Mittelteil des Gehäuses drehen, ein rituelles Markenzeichen. Und die EMC von Urwerk zeichnet sich dadurch aus, dass man mit einer Kurbel eine Elektronik speist, die die Gangabweichung anzeigt.

Aber ist es nicht erst die Konkurrenz durch die « ärgsten Feinde » der herkömmlichen heutigen Uhren – die elektronischen Gadgets mit ihren Touchscreens – , die der Haptik wieder ganz zu ihrem Recht verhilft? « *Diese neuen Geräte erweitern die möglichen Interaktionsfelder* », erklärt Patrice Duchemin, Soziologe und Konsumforscher. « *Sie bereichern die Nutzungserfahrung, indem sie sich auf Berührung bewegen, was sie in den Augen des Benutzers lebendig erscheinen lässt. Es entsteht ein stärkerer, lebhafterer Dialog, den man im Wesentlichen durch Berührung kontrolliert. Diese verleiht den Objekten zudem etwas Magie, weil sie wortwörtlich auf Fingerdruck oder gar Augenkontakt gehorchen. Die Uhrmacher sollten deshalb bestrebt sein, den Gefühlswert der Uhren mit neuen exklusiven Gesten zu verstärken, die sich klar von der elektronischen Konkurrenz abheben.* »

Einige Initiativen in diese Richtung sind in letzter Zeit unternommen worden, zum Beispiel bei der Marke De Grisogono, die an der letzten Baselworld eine Gear S2 von Samsung mit diamantgefasster Lünette präsentierte, über die die Funktionen gewählt werden können. Dieser Ansatz passt gut zur Philosophie des anerkannten Industriedesigners Yves Béhar, eines Spezialisten für interaktive Objekte. Als Co-Designer des Fitnessarmbands Jawbone und Neugestalter der Museum Watch von Movado, die dank seines Zeichenstifts zur Movado Edge mutierte, plädiert er für einen Ansatz, der das Beste aus zwei Welten zusammenbringt. So könnten der Tastsinn und die damit verbundenen Gesten zu wertvollen Inspirationsquellen werden, die das Band zwischen einer Uhr und ihrem Träger beleben und ihm einen neuen Zauber verleihen. ●

Die Handschrift von Pininfarina



Jean-Philippe Arm Oben: Nach Boliden und Jachten die Architektur, hier für Flugzeuge: Der Kontrollturm des Flughafens von Istanbul trägt die Handschrift von Pininfarina.

Unten: Skizze des Tourbillons der Ottantasei von Bovet.

Rechts:

Die Ottantasei by Pininfarina, ein Spiel mit der Transparenz, signiert auf der Flanke

Traumautos? Die Concept Cars H2 Speed und Ferrari Sergio.



Zwischen der Uhren- und Automobilwelt gab es schon immer enge und vielfältige Beziehungen, angefangen bei der Zeitmessung im Rennsport und der Lieferung von Borduhren. Hinzu kommen natürlich all die Uhrenlabels, die die Karosserien schmücken und die Autologos auf den Zifferblättern sowie unzählige Partnerschaften, die ein günstiges Terrain fanden auf berühmten Rennstrecken oder auch auf dem Asphalt von Nebenstrassen.

Wenn es um neue Modelle ging, verlangten die Marken von ihren Designern oft, sie sollten sich von Rennautos inspirieren lassen. Doch finden sich die vierrädrigen mechanischen Schönheiten mit Achtzylindermotoren tatsächlich auf wunderbare Weise am Handgelenk wieder? Nicht wirklich. Die Designer haben oft nur ein bestimmtes Element übernommen und liessen sich etwa von einem Kühlergrill, Armaturenbrett, einer Nabe, einem Scheinwerfer, Tankdeckel oder gar Auspufftopf animieren... Trotz vielbeschworener Symbiose ist das Resultat oft nur anekdotisch, und man hat sich eher von einem Lüftchen anwehen als von einem starken Windstoss aus den Boxen inspirieren lassen.

Und wenn man stattdessen die Autodesigner bitten würde, ihre Kompetenzen auf schöne Uhren zu übertragen? Genau dies hat Bovet vor acht Jahren gewagt und ging eine Partnerschaft mit Pininfarina

Sébastien Perret: Designer hinter den Kulissen



Louis Nardin

Ebenso wie die Architektur oder Mode bringt auch die Uhrmacherei ihre eigenen grossen Künstler hervor. Doch im Unterschied zu den erklärten Stars ziehen manche Designer den Schatten vor und die äusserste Diskretion. So hält sich in Neuenburg das Büro *Etude de Style* weiterhin im Hintergrund. Sein Gründer Sébastien Perret will es so. Der schlanke Mann um die vierzig gleitet von Raum zu Raum in dieser alten Fabrik, die zum kreativen open space umfunktioniert wurde. Im Erdgeschoss, bevor man ins Epizentrum vordringt, schützt ein Schild mit der Inschrift «Geheime Zone» symbolisch die Geheimnisse des Tüftlers.

Im Schatten glänzen. Sébastien Perrets Bescheidenheit steht in starkem Gegensatz zu seinem gewichtigen Kundenportfolio. Nach einem Jahr des Wirkens am neuen Ort schenken schon rund zwanzig Marken seiner Design-Agentur *Etude de Style* – EDS, wie Eingeweihte sie nennen –, ihr Vertrauen. Und nicht die unbedeutendsten: Von der Quarzuhr für 120 Franken bis zu grossen Komplikationen für über 700 000 kann Sébastien Perret sich rühmen, in allen Segmenten für Tissot über Mido, Bell & Roses, Omega, HYT, Harry Winston oder Fabergé bis zu Audemars Piguet tätig gewesen zu sein. Seine Devise? «*Ich stehe nicht gern im Rampenlicht und halte mich lieber vom Glitzern und Funkeln der Uhrenwelt fern. Darum habe ich Etude de Style aufgebaut, indem*

ich auf alte Geschäftsbeziehungen zurückgriff, die mit der Zeit intensiver wurden, und auf Qualität, Diskretion und angemessene Preise setzte. Dieses Vorgehen entspricht auch meiner persönlichen Geschichte, denn ich wuchs im Herzen der Uhrenzulieferindustrie auf.»

Familienbetriebe. Am Weihnachtstag 1974 geboren – was ihm etliche «vergessene» Geburtstagsgeschenke bescherte –, schnuppert Sébastien Perret von Anfang an Uhrmacherluft. Sein Vater Blaise war ein Mann mit solidem Unternehmergeist, der mehrere Firmen, hauptsächlich in den Sparten Habillage und Oberflächenbehandlung, aufbaute. Der Sohn wächst in diesem Milieu im Umfeld der Marken auf, das er schätzt und auch achtet: «*Dieses Netz, zwischen Kunsthandwerk und Industrie aufgespannt, trägt den ganzen Mikrokosmos der Uhrenwelt. Ich habe sehr viel gelernt über Produktionsprozesse, das Umfeld und den Stellenwert dieser Arbeit, indem ich meinen Vater beobachtete und mich selber einbrachte.*» Eine Laune des Schicksals will es, dass Blaise Perret nun seinerseits als Finanzverantwortlicher und Berater für Sébastien arbeitet. «*Etude de Style beschäftigt heute 12 Personen, 2011 waren es erst 5*», sagt Sébastien Perret. «*Mein Vater ist mir durch seine über 40-jährigen Erfahrung in der Branche,*

Linke Seite: Nach den Skizzen, Zeichnungen und Informatikprogrammen ist der Designer Sébastien Perret nun an den 3D-gedruckten Prototypen wieder wie in seinen Anfängen als Bijoutier am Werk.

Nebenstehend: Neben Design, Videoproduktion und Motorrädern haben die starken Persönlichkeiten von Etude de Style offensichtlich auch etwas für Tischfußball übrig.

wo er Betriebe mit gegen 200 Angestellten geleitet hat, eine grosse Hilfe: Ich habe absolutes Vertrauen in ihn.» Dieses Einvernehmen freut Sébastien Perret, denn so bleiben die heikelsten Angelegenheiten im Familienkreis.

Kreieren und konzipieren. Dass es in Richtung Uhrendesign gehen würde, stand für Sébastien Perret bald einmal fest. Mit diesem Ziel vor Augen entschied er sich zunächst für eine Ausbildung als Edelsteinfasser, denn hier sind Kreation und Ausführung des Objekts eng verbunden. Dieser direkte Bezug zwischen einer Idee und ihrer Verwirklichung ist ihm sehr wichtig. Nach einem Vorbereitungsjahr an der *Académie de Meuron* in Neuenburg fängt Sébastien Perret an der Kunstgewerbeschule La Chaux-de-Fonds an, aus der einst wie heute viele bedeutende Uhrmacher hervorgingen. Dort lernt er unter anderem Guillaume Tripet kennen, einen angehenden Graveur, der später für diverse Uhrenmarken in leitender Stellung tätig sein sollte. Heute liegen ihre Büros bei EDS gleich nebeneinander, und sie bieten zusammen Projektmanagement an. Als Endzwanziger hatte Sébastien Perret schon seine eigene Schmuckmarke lanciert und sich autodidaktisch die Zeichenprogramme angeeignet. Mit einer Teilzeitanstellung bei seinem Vater bestritt er seinen Lebensunterhalt. Doch so über die Runden



zu kommen, erwies sich mit der Zeit als zu aufwändig. Daraufhin gründete Perret «*Etude de Style*», als Hommage an die ästhetischen Anstrengungen der Autodesigner der 1960er und 70er Jahre – und als kompromisslos frankofones Markenzeichen.

Schöpferische Geister und Motorradfans. Sébastien Perret versenkt sich bei jedem Projekt völlig in die Markenidentität, misst ihre Marktpräsenz und –positionierung aus. «*Es geht darum, einen Perimeter abzustecken, wo die Ideen keimen und wachsen können.*» Darauf folgt die Analyse der Tendenzen, das Studium der Einflüsse und Moden, um dem Produkt seinen eigenen Stil zu geben. «*Jedes Mal arbeiten wir zu dritt oder viert an einem Projekt, denn dies bereichert den Austausch und lässt Ideen zu, was dem Endergebnis entsprechend zugutekommt. Ich habe mein Team in dieser Absicht zusammengestellt und dafür besonders starke und unkonventionelle Leute gewählt, zum Beispiel auch Computerspiel-Freaks oder sogar ein Bandmitglied von Rambling Wheels, einer national bekannten Rockband. Etude de Style hat auch etwas von einer Motorradgang, weil fast die Hälfte des Teams eine schwere Maschine fährt. Letztlich besteht meine Rolle darin, die Übersicht über jedes Projekt zu behalten und Diskussionen in Gang zu setzen, um die beste Option zu wählen. Ich habe für das Design einen künstlerischen*

PORTRÄT PORTRÄT



Anspruch, der uns mit den anderen Zulieferern auf eine Stufe stellt. »

Dieser Ansatz funktioniert gut, hat EDS doch schon fünf Preise gewonnen, davon einen Öffentlichkeitspreis. Letzterer fand beachtliche Resonanz, schliesslich handelte es sich um eine Internetabstimmung, auf Initiative von Mido. Die Marke lud drei Designer ein, eine Uhr zu kreieren, bei der sie sich vom ehrwürdigen Londoner Uhrturm Big Ben inspirieren lassen sollten. In einem anderen Format hat *Etude de Style* diverse Empfängerinnen des Grand Prix d'horlogerie de Genève eingekleidet: Die HYT H1 und die Black DCL 2012, die Margot von Christophe Claret 2014 und die Lady Compliquée Peacock von Fabergé 2015.

Ergänzende Dienstleistungen. Sébastien Perret lebt vom Uhrendesign – das er nach dem winzigen Massstab, in dem sich alles abspielt, gerne « Mikrodesign » nennt – , achtet aber darauf, ein ganzes Bündel ergänzender Kompetenzen und Dienstleistungen zu unterhalten und zu entwickeln. Er weiss zwar um die künstlerische Natur seines Berufs, lehnt aber auch technische Innovation nicht ab, ganz im Gegenteil! « 80% unserer Mandate umfassen die Kreation einer Uhr von den ersten Skizzen bis zur Endherstellung. Diese Polyvalenz ist für die Qualitätssicherung von enormem Wert. Sie hat uns erlaubt, auch andere Dienstleistungen

Zwei Modelle illustrieren die Vielfalt der von *Etude de Style* vorgelegten Designs

Links: Die Lady Compliquée Peacock von Fabergé mit sich auffächernden Pfauenfedern zur Minutenanzeige. Die Stunden werden gegenüber der Krone bei 3 Uhr angezeigt.

Rechts: Die H2 Platinum von HYT und ihr starkes Gehäuse aus Titan und Platin zum besseren Schutz, das die kühne Verbindung von Mechanik und Flüssigkeiten zur Geltung bringen soll.

auszubauen. Dank unserer Kompetenzen im computerassistierten Design können wir auf die ursprünglichen Dateien zurückgreifen, um Trickfilme oder synthetische Ansichten herzustellen, die dann zum Beispiel in der Kommunikation zum Einsatz kommen können. Wir haben auch gegen 120 000 Franken in einen 3D-Drucker investiert, um Prototypen, Halterungen oder Schutzvorrichtungen für unsere Kunden herzustellen. Und auch wenn wir mit der Uhrmacherei vollauf beschäftigt sind, arbeiten wir doch auch am Aufbau neuer Tätigkeitsfelder, in der Medizin etwa oder beim Wohnen. »

Völlige Freiheit. Beim Herumzigeunern von einer Pension zur andern bis ans Ende der Welt mit nichts als einem Rucksack am Rücken und als Gourmet, der Degustieren und Kochen gleichermaßen liebt, hat dieser Ehemann und Vater einer kleinen Tochter nur einen Wunsch: Seine Unabhängigkeit behalten. « Ich habe verstanden, dass es nichts Besseres gibt als diese Arbeitsform, um sich seine Brötchen in aller Freiheit zu verdienen. Natürlich kann es aufreibend und mühsam sein. Doch in einer Welt, in der wir immer mehr kontrolliert und überwacht werden, ist sie einer der letzten Freiräume, die wir ohne fremde Einflüsse gestalten können. »

Ja, haben Sie denn noch nie etwas von dem freiheitlichen Geist gehört, der schon seit je im ganzen Jurabogen weht? ●

Warum Girard-Perregaux wieder **ganz** vorne mitspielt

David Chokron



Oben: Die 1889 Esmeralda Tourbillon sous Trois Ponts d'Or in einem reich verzierten Rotgoldgehäuse mit Sprungdeckel, Chronometerhemmung

Unten: Esmeralda Tourbillon sous Trois Ponts d'Or: Neues Gehäuse, ehrwürdiges Kaliber, hervorragende Finissage.



Es ist ein seltsamer Moment, der aber immer öfter eintritt: Dank eines Wechsels in der Leitung erfährt man erst, dass es einer Marke schlecht ging. Und dass sie jetzt bei ihren Produkten, ihrer Strategie, ihren Teams über die Bücher gehen werde. So war es auch 2015 bei Girard-Perregaux, als das Unternehmen der Kering-Gruppe die Ernennung von Antonio Calce an seine Spitze bekanntgab. Es musste bei GP, wie man die Firma nennt, wieder bergauf gehen, denn seit einigen Jahren war man etwas aus dem Tritt geraten. Schauen wir darum etwas genauer hin, was die Marke zwischen 2011 und 2015 versucht hatte, und worauf sie seit 2016 setzt.

Visionär. Girard-Perregaux ist eine der etabliertesten Marken der Schweizer Uhrmacherei, daran sei erinnert. Seit ihrer Übernahme durch die Familie Macaluso im Jahr 1992 hatte sie mit ihren schönen und reich ausgestatteten Prestigeuhren noch an Bedeutung gewonnen. Indem die Marke ihr Modell Tourbillon mit drei Goldbrücken 1981 als Taschenuhr und 1991 als Armbanduhr neu lancierte, konnte sie die glorreichsten Stunden ihrer Geschichte wieder aufleben lassen. Dieses an den Weltausstellungen, die das 19. Jahrhundert so liebte, vielfach ausgezeichnete Modell erwies sich als erstklassiger Markenbotschafter.

GP hatte einen guten Riecher gehabt, denn damals war das Tourbillon, das es zum Superstar der 2000er Jahre bringen sollte, eine fast unbekannte Grösse. Bei diesem Modell und seinem Werk von ganz besonderer Bauweise geriet eine ganze Generation junger Uhrmacher ins Schwärmen, die nun da und dort als technische Leiter in den Chefsesseln sitzen. Wie sagt einer von ihnen doch so treffend dazu: «*Drei Brücken, das war damals ein Knaller.*» Visionär war auch die Entscheidung, ab 1994 eigene Manufakturkaliber zu entwickeln, und damit zehn Jahre bevor dies im Luxussegment zur Regel wurde, auf eine Strategie der Unabhängigkeit zu setzen.

Drei Zeiten. Dann verstarb 2010 der Mann, der Girard-Perregaux zu ihrem hohen Ansehen verholfen hatte. Luigi Macaluso hinterliess eine verwaiste und orientierungslose Firma, denn er hatte immer alle Entscheide getroffen. Seine Familie führte den

EBURTSTAGGEBUR



Die Neo-Tourbillon mit drei Brücken: Gebaut wie die klassische Trois Ponts, aber in modern interpretierter Linienführung.

Betrieb weiter, unterstützt von der Kering-Gruppe, die seit 2008 finanziell beteiligt war und schliesslich 2011 Mehrheitsaktionärin wurde. Die Gruppe berief Michele Sofisti, der von Gucci-Uhren kam, auf den Chefposten.

Doch er scheiterte mit seinen Vorstössen, trotz des Potenzials seiner Ideen, die sich mit einem Wort umschreiben liessen: Modernität. Modelle wie die Traveller, Hawk, Neo-Tourbillon mit Drei Brücken und die mehrachsigen Tourbillons versuchten den nach bester Uhrmachertradition hergestellten Stücken Zeitgeist einzuhauchen. Doch der Versuch misslang, und auch die konstante Hemmung blieb ein Phantom, so intelligent sie war, aber nur mit viel Mühe zu verlässlichem Funktionieren zu bringen. Wenn man der neuen Kommunikationspolitik glaubt, die auf Tradition und Legitimität setzt, konnte Girard-Perregaux genau darum von den fetten Jahren 2010 – 2015 nicht profitieren, weil dieses Zeitgeistige nicht gefragt war. Darüber hinaus konnte Girard-Perregaux gegenüber einer Konkurrenz mit unverminderter Strahlkraft ihre Preise nicht rechtfertigen.



Die Répétition Minutes Tourbillon sous Ponts d'Or: Eine neue Generation von Läutwerkuhren mit langer Tradition. Kräftiger, klarer Klang, wirkungsvolles Design mit den Attributen des Hauses. Kaliber GP9500 von MHC, dem neuen Werklieferanten für die Minutenrepetitionen von Girard-Perregaux.

Drei Pfeile. GP stellt sich also neu auf. Welche Pfeile hat sie im Köcher? Abgesehen von den Markenbotschaften und den internen Restrukturierungsprozessen muss es ja schliesslich um die Produkte und das Uhrmacherkönnen gehen. Glücklicherweise fehlt hier die Munition nicht. Der erste Pfeil im Köcher heisst – wie wohl? Tourbillon mit Drei Goldbrücken. Dieses Werk ist zwar seit 25 Jahren im Angebot, hat aber nie an Bedeutung verloren. Dabei wurde es beliebig kombiniert: Mit Tonneau, rechteckigem, ovalem, rundem, grossem oder kleinem Gehäuse, mit verschieden geformten Brücken und mehr oder weniger Finissage, skelettiert, gefasst, mit zusätzlichen Komplikationen...

Immer hiess es: Zurück zur Quelle und in Canossa Busse tun. Dies scheint der unausweichliche Weg zu sein in diesem Augenblick der Neusortierung.

Finissage. Die Neuheit 2016 heisst Esmeralda, nach der reich dekorierten Taschenuhr, die – ein Triumph der Gründerzeit – eine Goldmedaille an der Pariser Weltausstellung von 1889 errungen

GEBURTSTAGGEB



Der Chronograph CompetizioneCircuito mit Titan- und Karbongehäuse in Bienenwaben-Optik, eine super sportliche Uhr mit roten Akzenten.



Das Modell 1966 aus Stahl, Grösse 40 mm, das neue Einstiegsmodell der Marke in ihrem gängigsten Gehäuse.

hatte. Rund, neu konzipiertes Gehäuse mit grosser glass box (ein Saphirglas, das bis unter die Lünette reicht): Alles soll das Kaliber zur Geltung bringen. Es weist die gepflegteste Finissage bei dieser Marke seit Jahren auf: Alle Ebenen der Werkplatte sind guillochiert. Die pfeilförmigen Brücken sind oben spiegelpoliert, mit satinierten Flanken und von Hand gebrochenen Kanten. Die zentralen Teile sind ausgerundet, das arrondierte Profil ist spiegelpoliert. Und noch eine Pionierleistung bei dieser Uhr: Sie hat einen Automatikaufzug, was bei einem Tourbillon selten ist, und erst noch mittels Mikrorotor.

Mit diesen Trümpfen will Girard-Perregaux ihre Tourbillon Sous Trois Ponts d'Or wieder zu einer Referenz machen, trotz der inflationären Präsenz dieser Komplikation auf dem Markt und einem schleichenden Qualitätsverlust.

In der Schwebe. Diese historische Verankerung ist umso sinnvoller, als sie um eine zeitgenössische, strukturierte und sehr gelungene Variante ergänzt wird: Die Neo-Tourbillon mit Drei Brücken. Mit ihren neu entworfenen skelettieren, schlanken Brücken über einer sandgestrahlten Platine wirkt sie klassisch in neuer Interpretation. Um die Mechanik des versenkten Mittelteils des dreidimensionalen Werks zu inszenieren, hat Girard-Perregaux es mit einem extrem gewölbten Gehäuse und einer Rundum-glass box versehen. Die grafisch ausdrucksstarke Uhr lebt mehr von ihren Linien als von ihrer Polissage.

Drei Klänge. Der dritte Pfeil im Köcher ist die Minutenrepetition. Girard-Perregaux führt davon sehr eigenwillige Exemplare im Katalog, nachdem man Christophe Claret in den späten 90er Jahren die vielleicht verrücktesten und visionärsten Werke dieser Epoche abgekauft hatte, die Serie Opera. Nach einem Versuch mit den Werken von La Fabrique du Temps, die nicht mehr erhältlich sind, fand man in MHC einen neuen Lieferanten. Die damit bestückte Répétition Minutes Tourbillon sous Ponts d'Or erfüllt alle Ansprüche der Marke. Am wichtigsten ist allerdings der schöne und kräftige Klang. Das ist zwar das Mindeste, und doch bleibt es die Ausnahme.

BURTSTAGGEBURT

Neuer Einstieg. Am oberen Ende der Preis- und Komplikationsskala hat Girard-Perregaux also gute Karten. Aber die Marke war immer breiter aufgestellt gewesen. Es braucht einen starken Namen, um gleichzeitig Stahluhren für 9000 Schweizerfranken und dreiachsige Tourbillons für 500 000 anzubieten. Doch die Eintrittsmodelle sind auch die umkämpftesten, dort wird das Publikum am meisten umworben und ist besonders preisbewusst.

Girard-Perregaux setzt dabei auf zwei Strategien: Die erste ist die Lancierung ihrer Toplinie 1966 mit Stahlgehäuse. Diese Uhr ist das Einstiegsmodell der Marke, für rund CHF 7600. Das ist der halbe Preis für ein Modell, das es bisher nur in Gold oder Palladium gab. Aber mit ihrem ausgewogenen Design und ihrer schnörkellosen Eleganz hat sie Klasse. Damit kann Girard-Perregaux, wenn es um Preise und Stückzahl geht, wieder mithalten. Es gilt schliesslich die Ateliers zu beschäftigen, die die Manufakturkaliber GP3000, GP2700, GP1800 und ihre zahlreichen Varianten produzieren. Denn sie sind das Rückgrat der Marke, und die Maschinen und Montagebänder müssen laufen, um rentabel zu sein.

Aufbruch bei den Chronos. Der zweite Vorstoss im erschwinglichen Preissegment liegt auf der Hand. Bis 2009 war Girard-Perregaux eine Referenzmarke für schicke Chronographen aus Stahl mit drei Zeigern und elegantem Lederarmband. Sie standen immer im Zeichen des Rennsports, denn Luigi Macaluso war ein Rallyefahrer. Nun füllt eine neue Kollektion die Lücke, die unerklärlicherweise während sieben Jahren bestand. Sie heisst Competizione. Die erste Version, Stradale, ist aus Stahl mit schlanker Finissage des Zifferblatts. Die zweite, Circuito, ist aus Titan und schwarzem Karbon und hat ein schwarzes Zifferblatt in Bienenwaben-Optik. Am Handgelenk sehen beide sensationell aus. Da ist keine Rede mehr vom Versuch, das integrierte Chronographenwerk mit Handaufzug GP3800 in 1966er Gehäusen unterzubringen. Dafür war es zu klein und behinderte das Zifferblatt, und die Uhren waren überhaupt viel zu teuer.

Weltsichten. Girard-Perregaux hat noch eine Kollektion in petto, die das Rampenlicht verdient. Erst spät ist die Marke auf dem Markt der kunstgewerblichen Uhren angelangt. Bedrängt von Ideen



Das Kaliber GP3300 mit Ausführung des Rotors in massivem Gold. Es ist das Basiskaliber für die meisten modularen Komplikationen von Girard-Perregaux.

für immer grössere, manchmal absurde technische Raffinessen, war es nicht einfach, die eigene Stimme zu finden. Das ist Girard-Perregaux jedoch mit ihrer *Chambre des Merveilles* gelungen. Jedes Jahr zeigen die drei Modelle auf ihrem Zifferblatt eine weitere historische Karte. Trotz der unterschiedlichen verwendeten Techniken ist die Wiedergabe makellos. Sie tun sich hervor, indem sie einen kleinen Abriss universeller Kultur bieten. Indem Girard-Perregaux aufzeigt, wie der Mensch Erde und Himmel darstellt, reiht sie sich ein in eine Geisteshaltung, die unser Verhältnis zur Welt befragt.

Schicksalsjahr. Mit weniger Referenzen, weniger Kollektionen, revidierten Preisen und einem Haut de gamme-Segment in alter Stärke will Girard-Perregaux sich Gehör verschaffen. Das trifft sich gut: Die Marke feiert ihren 225. Geburtstag. Diese Zahl hat nichts sehr Auffälliges, das Jahr 2016 hingegen schon. Die Uhrenkäufer werden immer rarer und hochnäsiger. Sich in einem solchen Umfeld neu zu erfinden, ist eine Herausforderung, für die man wahrhaftig alle Register ziehen muss. ●

Die Stunde der **Saphir-Revolution** hat geschlagen



Die L.U.C Full Strike ist 11.5 mm dick, bei einem Durchmesser von 42.5 mm. Ihr Schlagwerk ist auf der Zifferblattseite sichtbar.

David Chokron

2016 feiert Chopard das 20-jährige Bestehen ihrer Manufaktur in Fleurier und ihrer Kollektion L.U.C mit der Lancierung diverser neuer Modelle. Der Höhepunkt dieser Festlichkeiten ist die erste Minutenrepetition der Marke, die L.U.C Full Strike. Die Manufaktur brütete schon lange über der edelsten aller Komplikationen. In dieser Zeit konnte sie das Erscheinen einer Neuheit nach der anderen auf dem Markt beobachten, und einigen ist es gelungen, den Klang der Minutenrepetition über das gedämpfte Murmeln anzuheben, mit dem man sich einst zufriedengab. Da brauchte es schon ein einmalig neues, herausragendes Markenzeichen: den Saphir. Nach den Lagersteinen, kratzfesten Gläsern und unsichtbaren Gehäusen hat der Korundkristall somit eine neue Anwendung gefunden, die Chopard patentieren liess. In ihrer L.U.C Full Strike sind die Tonfedern, die den Klang erzeugen, aus demselben Saphir wie das Uhrenglas.



Puristisch. Die Full Strike ist eine reine Minutenrepetition. Ohne weitere Komplikation sagt sie Augen und Ohren bloss an, wie spät es ist. Mit bisher einmalig vielen Absicherungen wird ihr Kaliber 08.01-L vor den unzähligen Fehlmanipulationen der Besitzer geschützt. Ihr Schlagwerk bezieht seine Energie aus einem speziellen Federhaus mit genügend Kraft für zwölf Zeitansagen hintereinander und wird von einem Drücker in der Krone ausgelöst. All

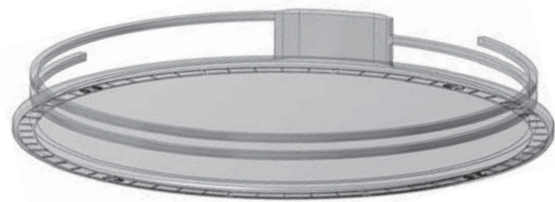
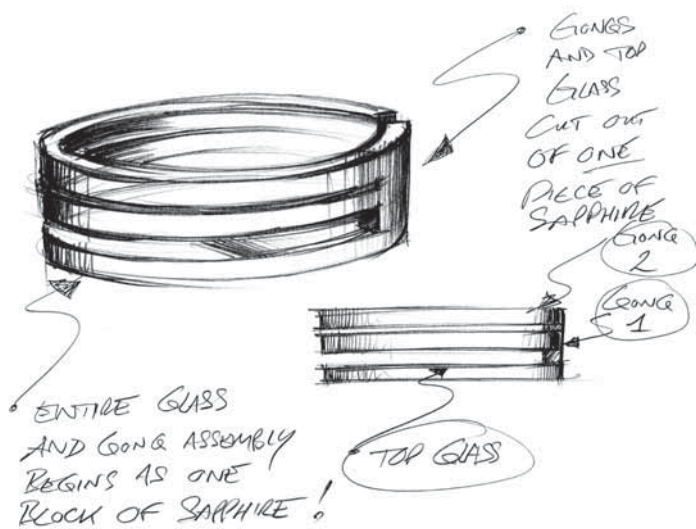
Rückansicht des Kalibers 08.01-L mit seiner grossen Platine aus unbehandeltem Neusilber.

dies macht diese Uhr unverwechselbar. Doch abgesehen vom Erfindungsreichtum und den Patenten kann sie vor allem eines sehr gut – eigentlich das einzige, was man von einer Minutenrepetition verlangt: Sie schlägt stark, rhythmisch und mit reichem, vollem Klang. Das tönt bescheiden, wenn man es so liest. Und doch gibt es nur eine Handvoll Uhren, die es mit der Full Strike aufnehmen können, und an die mit dem vollsten Klang reicht sie fast heran. Das Minutenrepetierwerk ist völlig lautlos, nur die Hemmung hört man im Hintergrund. Jeder Ton klingt fast zwei Sekunden nach, was einen Rekord bedeutet. Mit ihrem Tonumfang gehört sie zu den Top Drei der Läutwerkuhren auf dem Markt. Und besonders fasziniert sie mit ihrer einmaligen Klangfarbe: der warme, volle Ton erinnert an ein Kristallglas. All dies steckt in einer klassischen Hülle aus ethisch verträglich und nachhaltig abgebautem Rotgold nach den Vorgaben der Kollektion L.U.C., in der man keine Muskelprotze, sondern die klassischen Komplikationen von Chopard findet. Zudem kann die Uhr mit dem Genfer Siegel, einer exquisiten Finissage in Handarbeit und einer Werkplatte ganz aus unbehandeltem Neusilber aufwarten.

Homogen. Zwei Aspekte machen die Full Strike einmalig: Sie verwendet ein nicht-metallisches Material, um Schallschwingungen in



COVERCOVERCOVERCOV



Oben: Uhrenglas und Tonfedern wurden aus einem einzigen Block Saphir gefertigt.

Gegenüberliegende Seite: Auf dieser Ansicht ohne Strukturelemente zeigt sich das Kaliber 08.01-L in seiner ganzen Komplexität, die vor allem den vielen Sicherheitsmechanismen geschuldet ist.

einer Uhr zu verbreiten, und weist eine völlige Übereinstimmung zwischen Erreger und Verteiler auf. Bei einer Hi-Fi-Anlage bewegt elektrischer Strom einen Magneten. Dieser wandelt die elektrische Information in Schallwellen um, die vom Lautsprecher abgestrahlt und durch die Luft verbreitet werden. Diese Schallwellen werden vom Trommelfell aufgenommen, und dadurch erklingt die Musik. Bei einer Schlagwerkuhr schlägt ein Metallhammer eine Tonfeder an. Dieser lange Steg (aus Stahl, manchmal auch aus Gold) lässt Gehäuse, und Glas, die Abstrahler, mit einer Kraft vibrieren, die von der Verbindung dazwischen abhängt. Je enger diese ist, desto besser wird der Ton übertragen. Einige Marken schrauben die Tonfedern an das Gehäuse oder kleben sie ans Glas. Andere pressen das Werk im Gehäuse ein, statt es anzuschrauben, und vergrößern somit die Kontaktfläche. In all diesen Fällen haben Gehäuse, Glas und Tonfedern Übergänge und sind heterogen. Die Folge davon sind eine verminderte Intensität und ein verwandelter Klangcharakter. Nur die Full Strike kann Homogenität liefern. Und dies geht so weit, dass die Verbindung mit dem Gehäuse unwichtig wird und man sich auf die grösste Oberfläche bei einer Uhr konzentriert, das Glas, das sich mit der Membran eines Lautsprechers vergleichen lässt.



Hart. Saphir ist ähnlich wie Glas, nur unendlich viel robuster. Chopard garantiert, dass die Tonfedern der Full Strike auch nach zwei Millionen Anschlägen mit ihren Stahlhämmern weder rissig, kaputt noch abgenutzt sind. Das Ensemble Glas und Federn fühlt sich zwischen den Fingern erstaunlich fragil und geschmeidig an. Man ahnt kaum, was für eine harte Nuss bei seiner Herstellung zu knacken war. Auch eine Manufaktur wie Chopard stellt ihre Saphirgläser nicht selber her. Vier Jahre Zusammenarbeit mit dem Lieferanten kostete es, bis dieser einen fast ebenso harten Werkstoff wie Diamant mit der gewünschten Souplesse bearbeiten konnte. Man muss aus einem gut einen Zentimeter dicken Block eine grosse Linse und den Fuss herausschneiden, der sie mit zwei langen, ins Leere ragenden Fortsätzen verbindet, die keinen Millimeter dick sind. Darum braucht es Hunderte von Stunden und mehrere Werkzeugwechsel, bis man ein Gehäuseteil aus Saphir gefertigt, darin eine Kurve eingepreßt und entgrätet hat.

Wohlklingend. Neben der Lautstärke ist der Wohlklang das Bemerkenswerteste an der Full Strike. Wie bei einem Vibraphon wird eine komplexe Schwingung erzeugt, die das Ohr als wohlklingend empfindet. Denn auch wenn es nicht alle gern hören: Klang ist nicht nur Geschmackssache, sind doch alle Töne, auch Misstöne, natürlich; sondern Klang

ist auch messbar. Um die Schwingungsfrequenzen des Glases, also die von ihm generierten Töne zu definieren, hat sich Chopard mit einer auf Akustik und Materialwissenschaften spezialisierten Ingenieurschule aus Frankreich zusammengesetzt. Gemeinsam wurden sämtliche Eckwerte des Werkstücks in allen drei Dimensionen berechnet. Auf diese Weise werden die gewählten Töne C und F und vor allem viele Obertöne erster, zweiter und dritter Ordnung erzeugt, die den Wohlklang ausmachen. Die Dauer der Schwingung ist eine natürliche, unerwartete Eigenschaft des Saphirs. Somit wird zum ersten Mal in der Geschichte der Schlagwerkuhren der zentrale Herstellungsschritt der Klangabstimmung überflüssig. Die Tonfeder ist von Anfang an intoniert und muss weder geschnitten, gefeilt noch am Befestigungspunkt abgeschrägt werden, und was der geheimnisvollen Tüfteleien mehr sind. Chopard musste nicht das Innenleben ihrer üblicherweise verschraubten Gehäuse bearbeiten und keine Wände dünner machen, damit das Gehäuse leichter und besser anstimmbar wurde. So war zwar die Entwicklung der Full Strike komplex, die Assemblage wird aber letztlich einfacher.

Praktisch. Eine ganze Serie von Sicherungssystemen sorgt beim Kaliber 08.01-L für grösstmögliche Verlässlichkeit und Tragkomfort. Sobald

COVERCOVERCOVERCOVER



Das ganze Werk und darunter eine Detailansicht der zwischen 8 und 11 Uhr konzentrierten Minutenrepetition.



das Läutwerk betätigt wird, wird die Krone vom Werk abgekoppelt. Unmöglich, die Uhr aufzuziehen, zu stellen oder erneut schlagen zu lassen. Auffällig ist die Architektur: Statt das Werk sandwichartig auf die rückseitige Minutenrepetition und den zifferblattseitigen Rest aufzuteilen, befindet sich alles in einer Ebene, und das Läutwerk ist nach gängiger Mode durch das durchbrochene Zifferblatt sichtbar. Die Uhr hat zwei Federhäuser, die über ein Differenzial in der Krone aufgezogen werden. Das erste sorgt für gleichmäßigen Gang, und dank dem zweiten kann das Läutwerk mehrmals schlagen, ohne dass das Uhrwerk aufgezogen werden muss. Wenn diese Energiereserve nicht genügt, kuppelt deren Anzeige bei zwei Uhr das Läutwerk aus, um einen unvollständigen Schlag zu verhindern. Ein letztes und in der Tat seltenes Plus ist die Tatsache, dass es für die ungeschlagenen Stunden, Viertelstunden und Minuten keine Pausen gibt. Die drei Sperrräder stehen übereinander und treiben sich gegenseitig an. Ist es 3 Uhr 29 hört man die Uhr dreimal do, einmal do-fa und vierzehnmal fa schlagen, ohne die Pausen, die bei fast allen anderen Schlagwerkuhren stören.

Praktisch, tragbar und bedienungsfreundlich ist die Full Strike also, und sie klingt aussergewöhnlich gut. Kann man sich mehr erträumen? ●

Schweizer Marken in ausländischen Händen



Die 2015 lancierte Smartwatch-Linie von Frédérique Constant basiert auf einem intern durch die Division MMT (Manufacture Modules Technologies Sàrl) entwickelten Modul. MMT wurde nicht an Citizen verkauft und bleibt unabhängig.



Alpina erhielt dieselben durch MMT entwickelten Module für ihre Horological Smartwatches und wird weiterhin davon profitieren, wie auch Frédérique Constant und die übrigen bestehenden Kunden.

Der Kauf der Genfer Uhrenmarke Frédérique Constant und ihrer Schwestermarken Alpina und Ateliers de Monaco durch die japanische Gruppe Citizen im vergangenen Frühling hat für Kommentare gesorgt, die zwischen Erstaunen, Betroffenheit und Skepsis schwankten. Schmerzhaft Erfahrungen mit chinesischen Investoren sind die Erklärung. Man muss nur an Universal Genève denken, eine Marke, die nur noch in der Erinnerung existiert... Das Verschwinden von Familienunternehmen ist ein in der Schweiz oft bedauertes Phänomen, vergleichbar mit dem Verlust des Schweizerkreuzes. Ist das nun trauriges Schicksal? Oder könnte es sein, dass die Nationalität des Inhabers keine Rolle für die Entwicklung einer Firma spielt, oder sogar eine Chance darstellt?

Im Allgemeinen ist zu beobachten, dass renommierte Schweizer Namen nach und nach in ausländischer Hand landen, ohne dass man sich dessen wird. So haben wohl die meisten wieder vergessen, dass Valser Wasser zu Coca Cola (USA), Toblerone zu Mondeléz International (USA) und Syngenta einem chinesischen Staatsunternehmen gehören.

Auch in der Uhrenindustrie ist, abgesehen von der Swatch Group, längst nicht mehr alles in Schweizer Hand. So ist beispielsweise die Richemont Gruppe, trotz Sitz in Genf, ein stark französisch angehauchtes Unternehmen mit einem südafrikanischen Hauptaktionär. Auch Marken wie Hublot, Zenith und TAG Heuer gehören einem französischen Unternehmen, der Luxusgruppe LVMH. Und dann gibt es noch die ebenfalls französische Kering-Gruppe mit Marken wie Girard-Perregaux, Jeanrichard und Ulysse Nardin. Movado und Ebel schliesslich gehören einer amerikanischen Familie. Richtig hellhörig wurde man hierzulande allerdings erst, als sich die bislang unbekannte Hong-Kong-chinesische Gruppe China Haidian 2012 zu Wort meldete und sich überraschend Eterna einverleibte, von der österreichischen Familie Porsche notabene, um ein Jahr darauf auch Corum und kurz darauf Rotary via die Gruppe Dreyfuss zu kaufen.

Die Kultur. Im Falle von Citizen dürfte allerdings wenig in diese Richtung zu befürchten sein. Das japanische Unternehmen ist eine industrielle Gruppe, die tief im Uhrengeschäft verankert ist und weiss, welche Mechanismen darin spielen. Einen

Timm Delfs

UHRENERBE UHRE



Die diskrete, doch leistungsfähige Produktionsstätte La Joux-Perret in La Chaux-de-Fonds, eine gut ausgestattete Manufaktur mit grosser Produktionskapazität.

Drittel des Umsatzes generiert die Firma mit Uhren und Komponenten, wie beispielsweise den mechanischen Miyota-Werken. Im Übrigen fabriziert die Gruppe, die weltweit 19000 Personen beschäftigt, CNC-gesteuerte Präzisionsmaschinen, unter anderem für die Uhrenindustrie, sowie elektronische Komponenten für Kameras und andere elektronische Geräte von Drittmarken. Weitere Produkte sind Schmuck und Medizinaltechnik. Zu den exotischeren Produkten der Firma gehören vollelektronische Kegelbahnen und ähnliche Einrichtungen für Lokale und Freizeitangebote.

Der 2012 gewählte CEO Toshio Tokura (67) will der Uhrensparte als Kerngeschäft von Citizen wieder mehr Gewicht verleihen als seine Vorgänger, wie er in einem Interview mit der Zeitung *Le Temps* vom Juni dieses Jahres erläutert. Er ist sich im Klaren, dass Citizen als Uhrenmarke seit den siebziger Jahren fest im Segment der Quarzuhren verankert ist, und es wenig Sinn macht, unter diesem Markennamen teure mechanische Uhren einzuführen. Aus diesem Grund kaufte die Gruppe im Jahr 2008 die amerikanische Bulova Corp., die Marke, die in den Sechzigern dank ihrer elektronischen Stimmgabeluhren zu Ruhm kam, heute jedoch hauptsächlich Quarzuhren im Mittelpreissegment produziert.

Eine der ersten Amtshandlungen Tokuras im Jahr 2012 war dann die Acquisition der schweizerischen Gruppe Prothor, unter deren kaum bekanntem Namen sich die Hersteller von Uhrwerkskomponenten La Joux-Perret und Prototec sowie die Marke Arnold & Son verbergen. Für Citizen war dieser Kauf insofern sinnvoll, als niemand wusste, ob man von der Swatch Group künftig noch genügend Werke für Bulova beziehen

Arnold & Son konnte sich mit grosser Handlungsfreiheit entwickeln. Das Modell Nebula mit seinen sternförmig angeordneten Brücken und seinen zwei Federhäusern, die eine Autonomie von 90 Stunden gewährleisten.



ENERBEUHRENERI

könnte. Ausserdem erhoffte sich Tokura einen Technologietransfer von Lajoux-Perret zu Miyota, ein Hersteller, der in grosser Zahl mechanische Standardwerke herstellt, aber wenig Innovation zu bieten hat. Könnte Miyota Werke mit interessanten Modulen und Zusatzfunktionen produzieren, wäre auch eine Erweiterung des Angebotes von Citizen um preislich interessante Uhren denkbar.

Aus Schweizer Sicht. Frédéric Wenger, der im Jahr 2012 den Verkauf von Prothor vollzog, und unverändert den Posten als CEO der Gruppe innehat, fühlt sich unter der Ägide von Citizen wohl: « Wir konnten unsere Eigenständigkeit uneingeschränkt beibehalten. La Joux-Perret und Prototec dürfen ihre angestammten Kunden weiterhin beliefern und auch neue akquirieren, während Arnold & Son wie eine unabhängige Marke weiterbesteht. Wir hatten sogar die Freiheit, eine alte Marke, Angelus, neu zu beleben. Alle anderen Interessenten an Prothor hätten uns diese Freiheiten nicht zugestanden und unsere Produkte exklusiv für ihre Eigenmarken beansprucht. » Auch für das holländische Ehepaar Aletta und Peter Stas war der Verkauf ihres Lebenswerks Frédérique Constant die beste aller Optionen: « Unsere Kinder haben beide Berufe ausserhalb der Uhrenindustrie, und arbeiten mit viel Engagement an ihrer eigenen Karriere, weshalb ihr Einstieg bei Frédérique Constant ausser Frage stand. Wir wussten also, dass wir unser Erarbeitetes eines Tages verkaufen würden. Wir hatten auch schon diverse Angebote, da die Gruppe auf sehr soliden Füissen steht und vollkommen vertikalisiert ist. Doch bis zum Angebot von Toshio Tokura Ende 2015 hatten wir keine Absicht zu verkaufen, da

uns kein einziges Angebot überzeugte. In allen Fällen hätten unsere drei Marken ihre Eigenständigkeit eingebüsst», erklärte uns Peter Stas am Telefon. Auch Aletta und Peter Stas werden sich nicht sofort von ihrer Firma verabschieden müssen; Toshio Tokura legte grossen Wert darauf, dass sie die Marken, welche sie wie ihre eigene Hosentasche kennen, für mindestens weitere fünf Jahre als CEO führen.

Eine Win-Win-Situation. Für Citizen ist Frédérique Constant ein Glücksfall. Peter Stas: « Unsere Gruppe erfüllte die drei wichtigsten Punkte für Citizen: Distribution, Finanzierung und Technologie. Über die Jahre, in denen wir unsere Firma aufbauten, entstand ein solides Netz von Händlern auf der ganzen Welt, die unsere Produkte mit Überzeugung verkaufen. Citizen profitiert von diesem Distributionsnetz, während unsere drei Marken Frédérique Constant, Alpina und Ateliers de Monaco natürlich vom Netz der Japaner profitieren. Unsere Gruppe ist gesund gewachsen und hat nirgends Schulden. Und zum letzten Punkt: Wir sind eine vertikalisierte Manufaktur mit eigenen, exklusiven Spezialitäten, wie zum Beispiel Tourbillon und Chronograph und verfügen über unseren eigenen Maschinenpark. Ein ähnlich umfangreiches Angebot hätte Citizen nirgends anders gefunden. » Für Citizen bedeuten die Schweizer Marken Alpine, Frédérique Constant, Arnold & Son, Ateliers de Monaco und Angelus einen interessanten Ausbau ihrer Produktpyramide, deren Fundament Citizen Watch darstellt. Für die Schweizer Marken ist die Übernahme durch den rücksichtsvollen japanischen Konzern mit seiner fast hundertjährigen Geschichte ein Glücksfall. ●

Die Manufaktur La Joux-Perret entwickelt und produziert eine grosse Bandbreite von Uhrwerken, wie beispielsweise den Schleppzeigerchronographen im Modell Angelus U-30.



Rolex, eine Kultur der Qualität



Explosionsansicht des soliden, robusten Kalibers 3255 mit seinen zu 90% neuen Komponenten, aber stabiler Konstruktion.

David Chokron

In Uhrenkreisen gilt es fast als Selbstverständlichkeit: Rolex sei die verlässlichste und solideste Marke. Wie alle Selbstverständlichkeiten kursiert dies als eine Art moderner Mythos, den man nicht weiter hinterfragt. Mit ihrem geschätzten Umsatz von rund 4.5 Milliarden Franken ist Rolex tatsächlich die führende Uhrenmarke, doch gilt dies auch für die Qualität? Zwar schwärmt man von ihren Werken, ihren Stahlgehäusen und Schliessen, den Preisen, die sie auf dem Occasionsmarkt erzielt – doch wird sie ihrem Ruf auch wirklich gerecht? Und wenn ja, worauf beruht dieser? Auf den Komplikationen? Nein, solche hat sie fast keine. Auf attraktiven Preisen? Nein, diese steigen laufend und waren immer schon höher als die der direkten Konkurrenz. Auf der schönen Finissage? Die sieht man nie, denn bei Rolex gibt es kein einziges Modell mit transparentem Gehäuseboden.

Ein so durchschlagender Erfolg beruht nur auf einem Pfeiler: Qualität zählt bei Rolex über alles. Wie kommt es dazu? Wie drückt sich dies aus? Was ermöglicht dies? Die Antworten fallen bei dieser Marke nicht leicht, denn sie geizt mit Informationen und kultiviert ihr Geheimnis wie keine andere. Da muss man schon ihre Geschichte und ihre Produkte, die Patentanträge, ihre seltenen Verlautbarungen und die der offiziellen Schweizer Chronometer-Kontrollstelle, des COSC, unter die Lupe nehmen.

Gründe. Name und Motto verpflichten zur Exzellenz. Man kann nicht «die Marke mit dem

Krönchen» sein, ohne dass man an die Englische Krone denkt und das Land, wo Hans Wilsdorf Rolex ersann. Als er seine Marke im Wortfeld ROyal und EXzellenz ansiedelte, machte er dadurch ihren Herrschaftsanspruch geltend. Soweit, so gut. Rolex hat die dichte Uhr und den umlaufenden Rotor erfunden, darauf beides kombiniert und so die moderne Armbanduhr geschaffen. In ihrem Produktions- und Preissegment ist sie Spitze in Sachen Qualität.

Dafür gibt es vier objektive Gründe: Erstens zertifiziert Rolex ihre sämtlichen Werke als Chronometer. Da reden wir von 600 000 bis 800 000 mechanischen Werken jährlich zwischen 2000 und 2015, in guten und weniger guten Jahren, und von 750 000 im Schnitt seit 2010. Zweitens zertifiziert Rolex seit 2015 mit dem firmeneigenen Label Superlative Chronometer, das eine tägliche Gangabweichung von -2 bis +2 Sekunden der fertigen Uhren (nicht der Werke) garantiert, verglichen mit den -4 bis +6 Sekunden des COSC vor der Einschaltung. Drittens gibt Rolex für die nach dem 1. Juli 2015 verkauften Modelle eine rückwirkende Garantie von fünf Jahren auf die ganze Produktion. Und viertens lassen die Händler inoffiziell verlauten, dass ein Service nach zehn Jahren empfohlen wird, während sonst fünf Jahre gängig sind.

Kultur. Nach den Tatsachen die Gründe: Der meistzitierte ist der, dass Rolex einer Stiftung gehört

MANUFAKTURMANU

und somit keine Dividenden verteilt. Der ganze Gewinn wird reinvestiert, um den seinerzeit von Wilsdorf bestimmten Zwecken zu dienen. Nun war dieser Mann immer davon beseelt, die Rolex-Uhren zu den besten der Welt zu machen. Von dieser Philosophie ist die ganze Firma durchdrungen, sie macht ihre Kultur aus. Am besten heisst aus uhrmacherischer Sicht am genauesten.

Dass alle Werke die COSC-Tests bestehen, ist noch nicht weiter verwunderlich. Deren Kriterien sind nicht unerfüllbar (siehe *WA021*). Nur gelingt dies Rolex seit über zwanzig Jahren in grossem Massstab. Was haben denn ihre Werke so Spezielles? Sie sind solide, weil sie massiv sind. Da wird nicht am Material, an der Festigkeit und Robustheit gespart. Mit seinen 6 mm ist das Kaliber 3135 ein richtiger Puck, und sein Nachfolger, das 3235, bringt es auf 6.18 mm oder das Doppelte der gängigen Automatikkaliber. Seit 1998 wird die Unruhebrücke auf zwei höhenverstellbaren Säulen montiert für eine bessere Ausrichtung und um die Auskrugung zu minimieren. Die Microstellamuttern der Unruh mit variabler Trägheit liegen auf dem inneren Fusskreis, wegen der besseren Aerodynamik und um Fehlmanipulationen zu vermeiden. Die Unruh wird von einer Brücke geschützt, die sie vor Verformungen des Rotors und vor Gehäusesetzern bewahrt. Aber das wahre Geheimnis besteht darin, dass die Teile alle aus einer einzigen Quelle stammen.



Oben : Die Werkmanufaktur von Rolex in Biel.

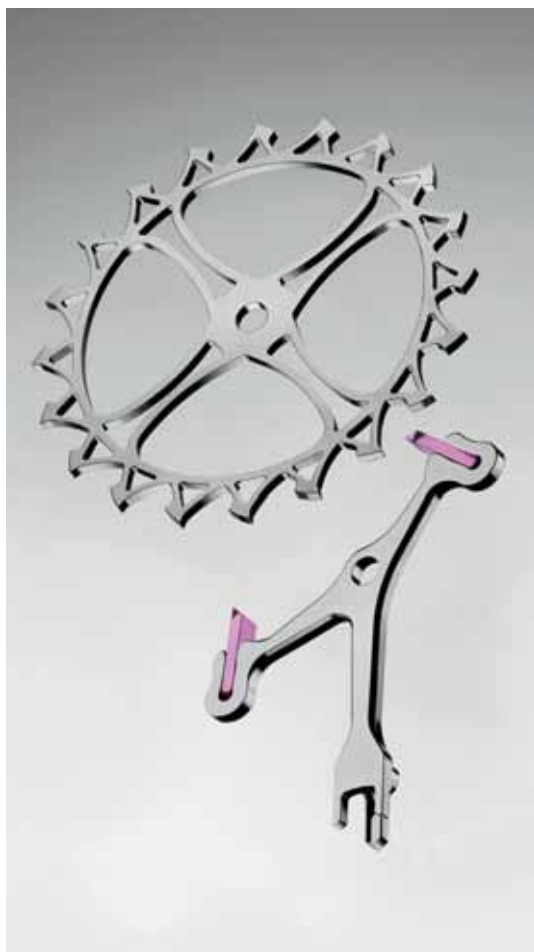
Unten : Der Hauptsitz von Rolex in Genf.

MANUFAKTURMAN



Oben: Oyster-Gehäuse mit exquisiter Finissage, auch dank des besonders glänzenden und korrosionsfesten Stahls 904L.

Unten: Die neue Chronergy, eine optimierte Schweizer Ankerhemmung mit modifizierter Geometrie und Materialien.



Umfassend. *La Manufacture des Montres Rolex SA:*

So hiess diese Fabrik lange Zeit. Die Manufaktur in Biel war unabhängig, unterhielt aber exklusive Beziehungen auf Gegenseitigkeit mit der Genfer Firma, die ihre Werke einschalte. Die Übernahme der Bieler Manufaktur durch die Genfer Firma 2004 (für angeblich über 2 Milliarden Franken) sicherte die Autonomie der Marke auf der Herstellungsseite. Dann wurde die vertikale Integration auf alle durch Zulieferer hergestellten Teile ausgedehnt: Auf die Armbänder mit der Übernahme von Gay Frères, auf die Zifferblätter mit Beyeler und auf die Gehäuse mit Genex. Dadurch wurde Rolex in industrieller Hinsicht fast ganz autark.

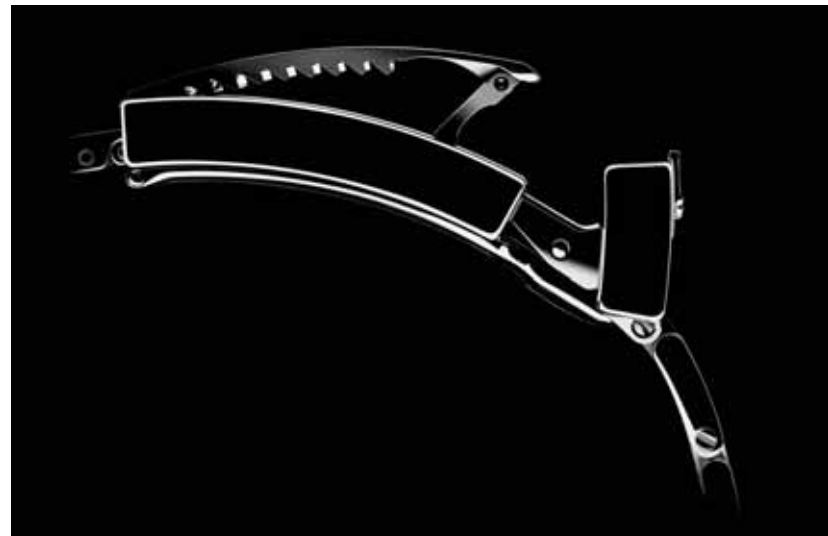
Zur Qualitätskontrolle prüft die Firma laufend ihre Retouren- und Fehlerquote und geht ihnen auf den Grund. Das tun alle Firmen, aber Rolex verfügt über die Mittel, um die Nachverfolgbarkeit auf die Spitze zu treiben. Dank der Konzentration aller Werkherstellungsschritte in Biel verfügt die Marke über eine örtliche Konzentration, die den anderen grossen Schweizer Manufakturen abgeht, und dazu enorme Produktionsmengen. Sie kann die Herkunft jeder Schraube, jedes Kettenglieds, Rubins, jeder Kronenwelle und jeder Maschine, die sie hergestellt hat, benennen. Dieser vollständige Überblick über die Herstellung erlaubt es der Firma, ihr Produkt ständig zu verbessern. Meist sind diese Änderungen diskret, aber wenn neue Werke lanciert werden, treten sie ins Scheinwerferlicht.

GlideLock: Die fein regulierbare Schliesse der Taucheruhren.

Ein Meilenstein war 2000 mit der Einführung des Chronographenkalibers 4130 erreicht, das eine hauseigene Spirale, eine neuartige Stossfederung und vor der Konkurrenz eine Gangreserve von 72 Stunden hat und sich beispiellos leicht zusammensetzen und reparieren lässt.

Einfach. Seine Zuverlässigkeit laufend zu steigern, geht umso einfacher, als Rolex eine limitierte Anzahl Werke produziert. Drei Basiskaliber samt Varianten, die derzeit erneuert werden, machen den grössten Teil der Verkäufe aus: Das Kaliber 2235 ist klein und mit oder ohne Datum erhältlich. Das 3130er Werk gibt es mit Datums- und Wochentagsoption und zweiter Zeitzone. Das 4130 ist ein Chronographenkaliber. Die anderen sind Spezialitäten mit limitierter Produktion. Diese Basiskaliber ähneln sich alle in ihrem Aufbau.

Die Mutualisierung der Komponenten, Systeme und Blöcke hat ihren Höhepunkt erreicht. Selbst die zu 90% erneuerte Generation der Basiskaliber vom Typ 3255, kann ihre Herkunft nicht verleugnen. Rolex beherrscht ihr Metier gründlich, denn ihre Bandbreite ist schmal und ihr Produktionsausstoss einzigartig. Tatsächlich verlassen sich die wenigen Marken, die mehr mechanische Uhren verkaufen als Rolex, auf Motorenhersteller, die naturgemäss mehrere Marken bedienen, und keine agiert auf so gehobenem Niveau. Bei Rolex besteht eine Einheit zwischen den Komponenten



des Produkts, den Fertigungsprozessen und der Kundenorientierung der Marke. Es gibt die hauptsächlichsten Produktelinien schon mindestens seit den 1950er Jahren, und diese entwickeln sich in überschaubaren, regelmässigen Schritten. Das stärkt die Identität der Produkte.

Besonderheiten. Doch Unabhängigkeit ist auch nicht alles. Und bei genauerem Hinsehen entdeckt man bei manchen Lieferanten Rolex noch auf der Kundenliste. Das ist eine strategische Notwendigkeit, denn schliesslich setzt man nicht alles auf eine Karte, sondern ist Teil eines ökonomischen und industriellen Geflechts, mit dem man sich austauscht und von dem man lernt.

Dafür ist eine der heikelsten Komponenten das beste Beispiel: Rolex hat als erste in grossem Stil eine hauseigene Spirale lanciert: Die Parachrom besteht aus einer exklusiven Legierung aus hauptsächlich Niobium und Zirkonium. Der Rest ist geheim. Doch man verwendet auch eine Siliziumspirale, die Syloxi, die vorläufig nur bei Damenuhren zum Einsatz kommt. Rolex hat auch nach wie vor gute Beziehungen zu Nivarox FAR, wo man die ganze Schweizer Uhrenindustrie versorgt, und verfügt über ansehnliche Vorräte ihrer Spiralen, und sei es nur für den Kundenservice. Und Rolex stellt nicht nur ihre Platinen, Brücken und Schrauben, sondern auch ihre Stossdämpfer und ihre Rubine selber her. Sie hat ihre eigenen Öle,

MANUFAKTURMAN



Spiralfeder aus der hauseigenen Legierung Parachrom auf einer Microstella-Unruh montiert.

Keramiken und Saphirgläser. Und die technischen Büros wachen über die Kohärenz des Ganzen.

Grips. Studiert man die Patentanmeldungen von Rolex, so erstaunt der Abstand zwischen dem Forschungsgegenstand und der Produkteapplikation. Die Marke betreibt eben nicht nur technische Entwicklung, sondern auch Grundlagenforschung. Sie studiert Atomoszillatoren und Alternativen zur Ankerhemmung und zum Gesperr... Rolex verhält sich wie eine Universität, die den brillanten Köpfen Zeit und Freiraum gibt, um knifflige Uhrmacherprobleme zu studieren, ohne sie gleich lösen zu müssen. Wenn es dann um praktische Anwendungen geht, sind diese klugen Köpfe hochmotiviert.

Ein zweiter Grundsatz lässt sich an den Legierungen für Federn, Motoren, Spiralen ablesen und an deren Verstiftungssystemen. Rolex wählt jene Lösungen, die gleichzeitig technisch überzeugend, wirtschaftlich und leicht umsetzbar sind. Wenn man 750 000 Werke zusammensetzen will, muss es einfach gehen. Bei Tausenden von Verkaufsstellen und Rhabilleuren, die mit der Technik des Hauses vertraut sein müssen, geht nichts über Kohärenz. Zudem kann Rolex nicht das ganze Kundendienstpersonal bei den weltweit verstreuten Händlern rekrutieren, sondern muss es auch selbst ausbilden. Vermutlich aus diesem Grund hat man die hauseigene

Hemmung Chronergy anderen Optionen vorgezogen. Bei all seiner Neuheit und Intelligenz ist es doch eine Schweizer Ankerhemmung, die in den Kalibern 3255 und 3235 zum Einsatz kommt. Die Geometrie der Bestandteile wurde nach intensivem Studium des Wirkungsgrads und dank LIGA-Fabrikationstechniken optimiert.

Pragmatismus. Dem Werk gilt nicht das alleinige Interesse der Marke. Sie hat mit ihrer Oyster auch als erste dichte Gehäuse auf den Markt gebracht. Somit gibt es eine ganze Beziehungsgeschichte zwischen Rolex und der Krone, über das Wortspiel hinaus. Auch im Kampf gegen das Oxydieren engagiert sich Rolex. Sie hat vor allen andern zunächst punktuell, dann systematisch die Stahllegierung 904L verwendet, die teurer, aber auch weniger korrosionsanfällig ist als die Industrienorm 316L. Eine Pionierleistung waren auch ihre ersten Gläser aus durchsichtigem Saphir, schon 1977. Rolex hat eine hauseigene Goldlegierung, Everose, wo ein ungenanntes Metall die Komponenten homogenisiert. Leder altert schlecht? Darum musste die emblematische Day-Date bis 2014 auf Schliessen aus Alligatorleder warten. Diese werden bisher nur bei der neuen Linie Cellini eingesetzt, alle anderen Armbänder sind noch meistens aus Metall. Die Schliessen sind raffinierter und sicherer als bei teureren Marken mit mehr Technik.

Und all diese praktischen, alltagstauglichen Qualitäten werden in Testreihen geprüft, die dem



Vernehmen nach einiges länger und strenger als anderswo sind. So soll Rolex ihr 3255 sechs Jahre lang auf Herz und Nieren geprüft haben, während eine grosse Manufaktur sonst drei Jahre für ein neues Basiskaliber braucht.

Mengen. Schaut man sich die COSC-Zahlen an, so ist der Produktionsausstoss von Rolex nicht explodiert. Er ist von 1991 bis 2015 um 8 bis 10% gestiegen. Und die Marke hat nur eine kleine hauseigene Boutique in Genf. Sie hat den Monomarken-Boutique-Hype in den Jahren 2000 bis 2015 nicht mitgemacht und ihr Geld anderswo investiert: In Maschinen, Prozesse, Produktivität, Invention, vertikale Integration und Modernisierung. So ist die Belegschaft der Manufaktur in Biel von 1000 Personen 2002 auf 2000 im Jahr 2012 gewachsen, wie man den Pressemitteilungen entnimmt.

Ziele. Welches sind die Vorteile dieser Kultur? Sie hat es Rolex erlaubt, in einen positiven Kreislauf einzutreten, wo Qualität Erfolge bringt, die weitere Qualität finanzieren. Bei jeder anderen Marke wird der Kreislauf durch die Notwendigkeit unterbrochen, die Aktionäre mit Dividenden zu belohnen, was etwa bei der Swatch Group, einem anderen stark industrialisierten Schwergewicht, 400 Millionen Schweizerfranken ausmacht. Das würde für ein nettes Forschungs- und Entwicklungsbudget reichen.

Links: Zifferblattherstellung einer Cosmograph Daytona, vom Logo über die Anzeige bis zu den Zeigern sind alle Attribute aus Gold.

Rechts: Das grüne Siegel steht für den neuen Rolex-Präzisionsstandard Superlative Chronometer, der doppelt so streng ist wie das COSC und für fertige Uhren gilt.

Rolex verbucht weltweit die meisten Verkäufe in Boutiquen und bei Auktionen. Mit ihrem Katalog und seinen über 4500 Referenzen in wechselnden Kombinationen von Zifferblättern, Materialien und Schmucksteinen hält die Firma eine aussergewöhnliche Bandbreite von Getreuen bei der Stange. Aber insbesondere erhöht man regelmässig die Preise: Zwischen 2000 und 2010 kletterten diese um 60% höher, wenn man von den offiziellen Preisen für ein Dutzend populäre Modelle ausgeht. Seit 2010 sind sie nochmals um 40% gestiegen. Rolex hat einen Gang höher geschaltet und ihre Konkurrenz hinter sich gelassen, ohne an den Grundfesten ihres Angebots zu rütteln. Die Kundschaft hat mitgemacht, überzeugt davon, dass das Produkt den Aufwand wert sei. 1927 verkündete Wilsdorf seinen Detailhändlern: «*Meine Herren, wir produzieren die beste Armbanduhr der Welt.*» Seine Botschaft soll nach wie vor aktuell sein. ●