



Foto: Daniel Stucki

## EINE SCHWEIZER UHR

### DAS GENÜGT ...

Wer ein neues Magazin herausbringen will, steht vor denselben Fragen, wie sie sich bei der Lancierung einer neuen Marke oder eines neuen Produkts stellen. Es gibt zunächst einmal sehr gute Gründe für den Verzicht: weil der Markt doch bereits gesättigt sei, weil alles getan und gesagt und auch schon wieder vergessen ist. Und doch hat diese vernünftige und oft genug realistische Feststellung die von der Qualität, Einmaligkeit und Bedeutung ihres Projekts überzeugten Enthusiasten vom Dienst noch nie daran gehindert, sich in neue unternehmerische Abenteuer zu stürzen. Der Erfolg stellt sich nicht zwangsläufig ein, und manchmal werden Illusionen teuer bezahlt. Das Schlüsselwort, die Würze des Lebens ist das Projekt. Darüber hinaus gibt es kein Wunderrezept, man kennt bloss die Grundzutaten, die es für jede Spezialität, egal in welchem Bereich, braucht. Man muss die richtigen Partner finden, die dasselbe wollen, das Vorhaben unterstützen und den nötigen Freiraum gewähren. Man braucht die besten Lieferanten und engagierte Mitarbeiter mit den nötigen Kompetenzen, die sich ergänzen. Letztlich machen immer Menschen den Unterschied. Es ist das Team, das über Erfolg oder Misserfolg eines Projekts entscheidet. Auch bei unserem Projekt Watch Around ist die menschliche Dimension zentral. Was wir mit diesem Heft wollen, ist ganz einfach: von Schweizer Uhren aus

der Schweiz reden. Punkt. Die Uhr steht im Mittelpunkt unserer Aufmerksamkeit, aber uns interessiert auch alles in Raum und Zeit um sie herum, und vor allem die Männer und Frauen im Hintergrund, die mit ihrem besonderen Know-how für sie einstehen. Das sei chauvinistisch? Nicht wirklich, denn wir sind zwar im Jurabogen verwurzelt, aber unser Blick geht auf beiden Seiten ins Tal hinaus, und wir wissen um die Bedeutung der Zu- und Abwanderungen in Geschichte und Gegenwart. Der Schweizer Uhrenindustrie ging es noch nie so gut wie heute, und doch ist dieser Erfolg wohl zerbrechlicher, als man glaubt. Im prächtig gedeihenden Uhrmachergarten liegen einige Zeitbomben verborgen: das Swiss Made mit unverständlichen Einschränkungen; eine auf Hochtouren laufende Produktion, der die Luft auszugehen droht; infolge des Produktionsbooms absehbare Probleme beim Service; Rekrutierungsschwierigkeiten... Auch davon soll hier die Rede sein. Wir wollen weder den Teufel an die Wand malen noch die Augen vor der Wirklichkeit verschliessen. Es gibt einen Raum dazwischen, und auf dieser Baustelle wollen wir arbeiten, in kritisch wohlwollendem Geist unseren bescheidenen Beitrag leisten und vor allem die Verbindungsstrassen vorantreiben. Darin sehen wir als Herausgeber unseren Auftrag.

Jean-Philippe Arm



7

# AKTUELELAKTUELE17

## Ein Streifzug durch die Uhrenwelt

Der Uhrenindustrie geht es gut, und trotzdem schätzt man die Zahl gefälschter Uhren auf 40 Millionen Stück im Jahr weltweit. Besonders viel Kopferbrechen bereitet Brasilien. Als fünftgrösste Nation der Erde hat das Land des Samba im vergangenen Jahr keine 200'000 Uhren importiert; schuld daran sind zu hohe Zölle und Abgaben. Immerhin gibt eine kürzliche Übereinkunft zwischen der Schweiz und Brasilien Anlass zur Hoffnung auf Besserung. Doch damit ist das Problem der billigen Imitate, vermutlich aus Paraguay, noch nicht gelöst. 17'000 Uhren wurden im letzten November beschlagnahmt und gegen fünfzehn chinesische Schmuggler verhaftet. Die Grenzen zwischen Brasilien und seinen Nachbarländern sind eben unendlich lang. Die Schweiz hofft auf abschreckende Strafen.



Unterwegs auf den Uhrenwegen des Jurabogens entdeckt der Laie in Villeret, dass die 1858 gegründete Marke Minerva mit ihrer stolzen Vergangenheit, die heute auf die Herstellung hochwertiger mechanischer Werke spezialisiert ist, von der Richemont Gruppe übernommen wurde und für Montblanc und andere Marken der Gruppe arbeiten wird. In La Chaux-de-Fonds gibt Corum die Wahl des neuen Generaldirektors Antonio Calce bekannt, der früher für Panerei und Piaget tätig war. Arbeit, viel Arbeit: die Uhrenindustrie hungert nach Fachkräften. Diese Tatsache hat zwei Jungunternehmer aus der Branche auf die Idee gebracht, Job Watch zu lancieren, eine Internet-Jobbörse für Uhrenfirmen und Stellensuchende. Die Bewerber erhalten innert 48 Stunden eine Antwort... (reto.schneider@jobwatch.ch)

Bernadette  
Richard



In einer Zeit, wo die Manager und Marketingleute der Uhrenindustrie sich stetig um die weltweite Aufmerksamkeit für ihr Produkt bemühen müssen, sind auch die Unternehmen selbst in Bewegung: bauen neu, ziehen um und werden grösser. So ist zum Beispiel Tag Heuer von Marin nach La Chaux-de-Fonds gezogen, wo sich heute der Firmensitz befindet. Ausschlaggebend waren praktische Gründe wie die Nähe zu einem Flugplatz und das Beschäftigungspotenzial. Die Marke beschäftigt 300 Personen in der Region und 130 weitere im Kanton Jura. In den USA firmiert sie hinter Rolex an zweiter Stelle.

Mit ironischem Augenzwinkern in Richtung Fälscherei hat die Plastikerin Maât dem Musée de la Contrefaçon in Paris ein Werk geschenkt, das aus 4'717 Imitaten, vor allem von Breitling, Longines und Tag Heuer besteht. Die Künstlerin arbeitete mit einer am 17. Mai 2006 beschlagnahmten Lieferung aus China, in den Zollgebäuden von Roissy und mit Unterstützung der Zollbehörden. Sie stampte die Ramschuhren mit einer hydraulischen Presse ein und goss sie dann in vier Blöcke aus Kunstharz, die auf einem Sockel ruhen, der zwei Uhren grosser Marken enthält. In seinem spannungsvollen Gegensatz zwischen Seltenheit und Überfluss, Qualität und Mittelmass illustriert das Kunstwerk eine unbestreitbare Tendenz unserer Gesellschaft: die Geringschätzung hochwertiger Arbeit.



# AKTUELA AKTUELA

Wer von der Uhrenindustrie spricht, denkt oft auch an das Sponsoring sportlicher Anlässe. Der Segelsport ist ein Lieblingskind der Uhrenwelt, und zahlreiche Hersteller lassen sich den Wind um die Ohren blasen, aber auch der Automobil-, Reit- und Golfsport ist prominent vertreten. Und soeben hat Hublot den Fussball adoptiert und verkündet, man sei als nationaler Sponsor Partner der Euro 2008. Die Marke war schon an der Weltmeisterschaft 2006 mit der Schweizer Mannschaft dabei, und kann sich nun als offizieller Zeitnehmer der EM präsentieren. Auch das Tennis kann die Uhrenfabrikanten nicht kalt lassen, wenn die Schweiz einen Federer hat! Und weil Roger damit beschäftigt ist, den guten Ruf von Rolex hochzuhalten, wählt Longines als alter Hase auf den Courts einen etwas indirekteren Weg und setzt nicht mehr auf Namen, obwohl die vornehme Lady aus Saint-Imier noch in den neunziger Jahren Gabriella Sabatini und Michael Chang unterstützte. Diesmal lässt sie sich in Roland-Garros nieder und löst Rado als neuer offizieller Partner und Zeitnehmer des Turniers ab. Im Finale steht die Marke mit der geflügelten Sanduhr damit heute schon!



Nach dem Sport die Entspannung, oder auch umgekehrt. „O Augenblick, verweile doch, du bist so schön!“ Für die Gäste von Parmigiani, Sponsor des winterlichen Heissluftballon-Festivals von Château-d’Oex, geht dieser Wunsch in Erfüllung. Sie gondeln sanft durch eine majestätische Alpenlandschaft, die Stille wird auch durch die Gasbrenner kaum gestört, und so schweben sie vollkommen der Welt entrückt dahin und wissen nicht, wann oder wo sie landen werden. Hier hält die Zeit inne, dort wird sie zerstückelt: Eine Viertelstunde Schlaf aufs Mal muss Bernard Stamm genügen, der als Weltumsegler am Around Alone Race teilnimmt. Über Videosatellit mit Château-d’Oex verbunden, führt der Alleinsegler das Rennen am anderen Ende der Welt an und hält Kurs auf die Roaring Forties.



EPA-FOTO/dpa/Ulrich Perrey

Was die Finanzen betrifft, verbucht die Schweizer Uhrenindustrie fulminante, unverschämte Erfolge. Erste Feststellung: Die Exporte nahmen laut Angaben der Fédération horlogère (FH) um 10.9% auf 13.7 Milliarden Schweizerfranken zu. Dies ist ein zweistelliges Wachstum wie schon 2005, als der Zuwachs sogar über 11% betrug. Nach Stückzahl der exportierten Armband- und übrigen Uhren fällt das Wachstum um 2.1% gegenüber dem Jahr 2005 etwas bescheidener aus. Vom Gesamtumsatz entfallen stolze 5 Milliarden Franken auf die Swatch Group, die diese Schwelle zum ersten Mal in ihrer Unternehmensgeschichte überschritt und ihren Umsatz im Jahr 2006 um 12.3% steigern konnte. Innerhalb der Gruppe erwirtschaftet alleine Omega einen Umsatz von gegen eineinhalb Milliarden.

# AKTUELEAKTUELELA

Wer in der kleinen Welt der Schweizer Uhrenindustrie spazierengeht, weiss, dass er da und dort ein paar Dutzend oder gar Hundert Kerzen ausblasen darf... Der erste Abstecher führt nach Saint-Imier, wo die Firma Longines am 1. März mit der Eröffnung von zwei neuen Museumssälen die Feiern zu ihrem 175-jährigen Jubiläum eröffnete. Die Marke mit der geflügelten Sanduhr hat ihr Erbe eben immer schon in Ehren gehalten. In einen der beiden neuen Säle werden die 50 Firmenjahre von 1957 bis heute ins rechte Licht gerückt. Hunderte von Modellen werden hier ausgestellt, von der Longines Flagship von 1957 über L990, das letzte automatische Kaliber von 1977, bis zur Dolce Vita und der Evidenza von 2003. In einem kleineren Raum nebenan werden 800 Produktionsregister präsentiert, welche die Geheimnisse der 15 Millionen vor dem Informatikzeitalter hergestellten Uhren enthüllen. Der zweite Werbung gewidmet, von den Jahrhundert bis zu jenen zu Anhand von gegen fünfzig sich die Besucher sehr von Longines informieren. und Plakate von der Hand der 20. Jahrhunderts bleibt die neuer Museumsflügel Am anderen Ende des minder traditionsbewusste das hundertjährige Bestehen de Genève mit dem Atelier Spéciale. Um den Wünschen Kundschaft nachzukommen, der Marke wie der New Yorker Bankier Henry Graves Jr. oder König Fuad von Ägypten und der Maharaja von Patiala gehörten, ist nun dort eine ganze Equipe mit der Herstellung von Einzelstücken beschäftigt, die die Träume einer Elite Wirklichkeit werden lässt. Vier Serien von Wahlmöglichkeiten stehen zur Verfügung für das Werk und die Komplikationen, das Gehäuse, die Anzeige, das Zifferblatt (aus guillochiertem Email in diversen Farbtönen) samt Ziffern oder Markierungen, die Zeiger und das Armband, alles in bester Manufakturtradition ausgeführt. Bei Concord leitet zu Beginn ihres zweiten Jahrhunderts ein neues Team die Geschicke der Firma. Das ist frisches Blut für das Unternehmen, das seit Juni 2006 von Vincent Perriard präsidiert wird, der mit einer „kühnen Strategie“ die Marke neu positionieren will. In die Spitzenklasse aufsteigen heisst auf der Basis unseres Kapitals und unseres Know-hows die Devise, mit dem Ziel, „die bewährten Eigenschaften eines Chronographen neu zu interpretieren.“ Auch Omega hat Grund zum Feiern: Die Marke wird im Jahr 2010 in Vancouver zum 23. Mal offizieller Zeitnehmer an den Olympischen Spielen sein. Bis dahin braucht es zwar noch etwas Geduld, aber in berechtigtem Stolz über diese Ehre – die ihr 1932 in Los Angeles zum ersten Mal widerfuhr - , hat die Marke im Land des Ahornblatts bereits Präsenz markiert und eine monumentale Countdown-Uhr installiert. Diese riesige Uhr wurde in Zusammenarbeit mit der Karacters Design Group, einer kanadischen Design- und Grafikagentur, entwickelt und ist von ihrer urbanen Umgebung inspiriert. Das sechs Meter hohe Monument aus Stahl, Zedernholz und Glas steht mitten in der Stadt, gegenüber der Vancouver Art Gallery.



Saal ist der Geschichte der Plakaten aus dem späten 19. Beginn des 3. Jahrtausends. Ausstellungstafeln können umfassend über die Werbung Dank der Gravuren, Medaillen grossen Grafiker des frühen Zeitreise, zu der Longines' einlädt, immer kurzweilig. Jurabogens feiert das nicht Haus Vacheron Constantin seines Hauses auf der Ile Cabinotiers Commande einer anspruchsvollen zu der begeisterte Sammler

Photo: Tom Grill | Corbis

# 22 AKTUELLAKTUE

## Rendez-vous im Frühling



Timm Delfs

Gegen Ende jedes Jahres macht sich in den Manufakturen der Schweizer Uhrenmarken eine Unruhe bemerkbar, von der im Sommer noch überhaupt nichts spürbar war. Die Uhrmacher werden schweigsam und ziehen sich in ihre Ateliers zurück, wo sie sich konzentriert über ihre winzigen Arbeitsstücke beugen. Es ist die Zeit, in der die Vorbereitungen für die grossen Events der Uhrenindustrie auf Hochtouren laufen, die beiden Frühlingssmessen in Basel und Genf. Die beiden Städte sind durch ihre Weltmessen zu Schaufenstern des schweizerischen Uhrmacherhandwerks geworden.

Die Baselworld kann auf eine lange und bewegte Geschichte zurückblicken und geht ursprünglich aus der Mustermesse hervor, die erstmals 1917 durchgeführt wurde. 1963 dann wurde sogar ein neuer Pavillon für dieses wichtige Segment der Schweizer Industrie erstellt. 1972 öffnete sich der Ausstellungsbereich der Uhren erstmals für Marken aus anderen europäischen Ländern. 1984 spaltete sich die mittlerweile «*Basel 84*» genannte Messe von der Mustermesse ab, da sie ihr an Wichtigkeit mindestens ebenbürtig geworden war. 1986 schliesslich öffnet sich «*Basel*» auch den Ausstellern aus Übersee.

**Der SIHH entsteht.** 1991 verlassen 5 Aussteller (Baume & Mercier, Piaget, Cartier, Gérald Genta,

In Basel herrscht ein Gedränge; der Genfer Salon will einen intimen Rahmen bieten.

Daniel Roth) Basel und führen in Genf auf 4500 m2 einen alternativen Salon durch, zu dem nur Händler und die Fachpresse zugelassen werden, den Salon International de la Haute Horlogerie (SIHH). Das Konzept des ruhigeren Salons, von dem das Publikum ausgeschlossen ist, bewährt sich, denn die Zahl der Aussteller steigt nach vier Jahren der Stagnation allmählich an. «Basel» zieht die Konsequenzen und investiert in mehr Luxus, um die Argumente für «Genf» zu entkräften. Als «Basel 98» zu Ende geht, warten draussen bereits die Bagger. Im Zeitraum von weniger als einem Jahr wird die alte Halle 2 durch ein attraktives Gebäude ersetzt, das rechtzeitig zur «Basel 99» eingeweiht werden kann. In Etappen werden auch die übrigen Hallen modernisiert und luxuriös ausgestattet. Mit der Namensänderung der Messe zu «Baselworld» im Jahr 2003 wird auch der Messeplatz von Grund auf umgestaltet und in das Messegeschehen einbezogen. Zur «Baselworld» 2004 kann der 105 Meter hohe Messturm mit Restaurant, Hotel und Konferenzräumen einbezogen werden. Die beiden Messen unterscheiden sich dennoch deutlich in ihrer Philosophie. Während Basel von den Ausstellern eigene Standbauten verlangt, setzt der SIHH auf ein uniformes Auftreten.

**Bedeutende Wechsel.** Die Jahre 2001 und 2002 sind geprägt durch die Übernahmeaktivitäten der Luxusindustrie. Diverse Marken wechseln ihre Konzernzugehörigkeit und damit auch die Messe. Das folgende Jahr ist von zwei Ereignissen überschattet. Nachdem bereits 2002 vom Fall der Türme des World Trade Center geprägt war, kommt 2003 der Ausbruch des Irakkriegs und die Lungenkrankheit SARS hinzu, die dazu führt, dass sowohl Baselworld als auch SIHH massive Besuchereinbussen erleiden. Basel findet ohne asiatische Aussteller statt.

Seit 2005 wird der SIHH von der durch die Richemont Gruppe, Audemars Piguet und Girard-Perregaux gegründeten «Fondation de la Haute Horlogerie» organisiert, während die «Baselworld» von der «Messe Schweiz» organisiert wird, die unabhängig von der Uhrenindustrie agiert. Die Teilnahme an einer der Messen ist nicht billig. Die Standmiete und die aufwändigen Messestände verschlingen Unsummen. Da erstaunt es nicht,

dass bereits seit Jahren Marken ausscheren und zeitgleich in Hotels und Privathäusern Genfs und Basels ihre eigenen Schauen veranstalten. In Genf lädt die Franck Muller Gruppe bereits seit 7 Jahren aufs eigene Gelände zur «World Presentation of Haute Horlogerie». Basel verliert dieses Jahr die amerikanische Fossil-Gruppe als Aussteller: die Amerikaner haben ihren europäischen Sitz nach Basel verlegt, wo sie von nun an die Händler und Journalisten aus aller Welt empfangen werden. Obwohl die «Baselworld» ihre Infrastruktur ständig verbessert und an Attraktivität gewinnt, wird sie den Wildwuchs nicht ganz unterbinden können, denn billiger wird sie kaum werden.

KOS  
TS  
PIE  
LIG.

# 26 AUKTIONEN ENAUK

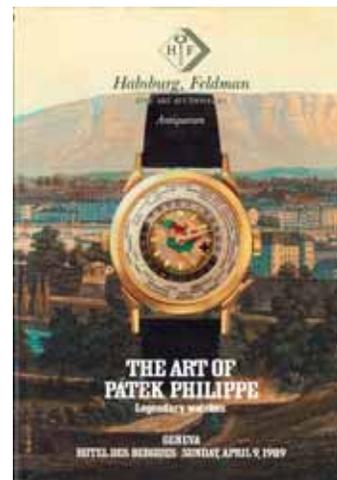
## Die Schweizer Marken schulden ihnen viel

Ollivier Broto Vor 1980 waren die Auktionen dominiert von Grossuhren und Taschenuhren unterschiedlichster Herkunft. Vom Auftauchen der Armbanduhren auf diesem Markt dank dem Auktionshaus Antiquorum profitieren vor allem die Schweizer Uhrenmarken: In den siebziger Jahren beispielsweise bezahlte man an einer Auktion für eine Armbanduhr Ref. 1518 von Patek Philippe um die 12»000 Schweizer Franken. Heute bekommt sie den Zuschlag für rund 300»000 Franken. Das ist vergleichbar mit den besten Börsenkursen. Schlaue, wer das voraussehen konnte!

**Der Boom der Armbanduhren.** Seit 1980 handeln die Auktionshäuser die Kategorie der alten Armbanduhren als etwas vom Begehrtesten und tragen damit zur weltweiten Vorherrschaft der Schweizer Uhrenindustrie, insbesondere der Manufakturen, bei. Vorher handelte man eher mit Pendeluhr und Taschenuhren. An Uhren aus der Schweiz gelang es höchstens mal einer Breguet oder einer Berthoud, unter den vorwiegend aus Deutschland, Frankreich oder England stammenden immensen Schätzen des 18. und 19. Jahrhunderts herauszuragen. Die paar vereinzelt Armbanduhren, die überhaupt in Katalogen auftauchten, stammten aus Nachlässen, die als ganzes Erbschaftspaket unter den Hammer kamen.

Mit dem Erfolg der Armbanduhr hat sich der Kreis der potentiellen Bieter vergrössert. Osvaldo Patrizzi, Gründer von Antiquorum, erinnert sich: «Am Anfang interessierte das die Sammler nicht, weil es ihnen zu industriell war. 1981 haben wir dann die erste Versteigerung organisiert, die ausschliesslich Armbanduhren gewidmet war. Für uns war es ein Markttest, obwohl die Begeisterung der italienischen und deutschen Kunden bereits ein ermutigendes Indiz darstellte. Mit Erstaunen haben wir festgestellt, dass das durchschnittliche Alter der Sammler plötzlich fiel. Ein neues Kundensegment der Zwanzig- bis Vierzigjährigen hat sich aufgetan.»

Am 9. April 1989 organisierte O. Patrizzi die erste Thematische Auktion.



# AUKTIONEN AUKTIONEN AUKTIONEN

**Wohltat für die Schweizer Marken.** Wie auch Nicolas G. Hayek, haben die Auktionen und ihre unzähligen Zuschläge dem weltweiten Ruf der Schweizer Uhrenmarken und der edlen Manufakturen nachhaltig geholfen. Dank ihrer unerreichten Auktionsrekorde hält sich Patek Philippe einsam auf ihrem Thron. Die Manufaktur schuldet den Auktionären einen Tribut des Dankes. Dieser frische Wind hat selbst die Entwicklungsbüros der ehrenvollen Marke erreicht und sie zu neuen aussergewöhnlichen Produkten inspiriert. Etliche so entstandene «*Grandes Complications*» kommen bereits in neuem Zustand in Auktionen zu Ehren. Besonders begehrt sind die Nummern 0 und 1 nummerierter Sondereditionen. Ähnliches gilt auch für die übrigen Marktführer wie Rolex, Vacheron Constantin, Breguet, Cartier, Audemars Piguet und Omega.

**Das Kriterium «Schweizer Qualität» gilt wieder etwas.** Eine Konstellation weiterer Faktoren trägt zur Wiederauferstehung des Glanzes von «Swiss made» durch die Auktionen bei: das Engagement der Marken selbst, die sich auf jedes dieser Ereignisse mit der Gier eines privilegierten Bieters stürzen. Man muss sich schon die historischen Schätze sichern, die sich noch arglos auf dem Markt tummeln, jetzt wo die Markengeschichte sich als neue Disziplin der Branche entpuppt. Gezwungen, ihre Anstrengungen der Dokumentation zu intensivieren, erarbeiten sich die edlen Marken die Fähigkeit, ihre Produktion optimal zurückverfolgen zu können, aufbauend auf der einfachen

Referenznummer. Diese Transparenz bis zurück zur Fabrik erfüllt die Puristen mit Genugtuung.

Das Thema «*Swiss made*» schlägt sich auch bei einem wachsenden Kreis von Sammlern nieder, denn trotz ihrer industriellen Herstellung und der grossen Stückzahlen sind die Produkte einwandfrei und datierbar, die Archive sind voller nützlicher Daten und die geschickten Hände der Mitarbeiter fähig, die originalgetreuesten Restaurationen und subtilsten Reparaturen auszuführen.

Inwiefern begünstigt die Frage der Quantität wider jede Erwartung den Erfolg an Auktionen? Eine Marke, die lediglich zehn bis hundert Uhren pro Jahr produziert hat, hätte trotz historischem Wert und einer wachsenden Nachfrage eine geringe Chance, genügend Sammler zu faszinieren, um einen wachsenden Strom neuer Käufer zu nähren.

Die Proportion des Überangebots ist grösser, wenn die Marke über eine bedeutende Produktion verfügte.

Omega, die ehrwürdige Marke, die als erste ein eigenes Museum eröffnete, tritt nun endlich auch dem begehrten Podium der thematischen Auktionen bei (siehe Artikel «*Omegamania*»). Unabhängig von einer absehbaren Inflation ihrer Modelle auf Internet-Auktionen wie eBay oder Ricardo, wird Omega sich wie die Marktführer unwiderruflich auf dem fruchtbaren Boden etablieren, auf dem handgefertigte Uhren und das Erbe der Uhrmacherei gedeihen, nicht mehr bloss auf demjenigen der Stars, der olympischen Exploits und Abenteuer der Raumfahrt.

# AUKTIONEN ENAUKTI

## Omegamania, ein herausragendes Ereignis

Per Satellit mit der grössten Uhrenmesse der Welt, «Baselworld», verbunden, wird die thematische Auktion «Omegamania» es wohl einer ganz neuen Sorte Bieter, die über etwas bescheidenere Budgets verfügen, ermöglichen, sich während der Salons unter die Auktionssüchtigen zumischen. Und laut Osvaldo Patrizzi dem Direktor des Auktionshauses «Antiquorum» ist «die immense Modellvielfalt der Marke Omega wahrscheinlich repräsentativer für die Entwicklung der Uhrmacherei des zwanzigsten Jahrhunderts als bei irgend einer anderen Manufaktur». Am 14. und 15. April wird Antiquorum, der Pionier der thematischen Auktionen, also vom Mandarin Oriental Hôtel du Rhône in Genf seine erste der Marke Omega gewidmete grosse Veranstaltung orchestrieren.

Christian Pfeiffer-Belli, Chefredakteur des Magazins «Klassik-Uhren», weist uns auf eine Handvoll herausragender Beispiele aus zwei Privatsammlungen hin: eine berühmte Taschenuhr in Email von 1914, die für die Landesausstellung in Bern gefertigt wurde, eine Armbanduhr aus dem Jahr 1947, die von Marcel Vuilleumier, dem damaligen Direktor der Uhrmacherschule Le Sentier, entwickelt und von J.P. Mathey-Claudet realisiert wurde. Ausserdem das Rekordchronometer mit einem Werk von 47,7mm Durchmesser und die Observatoriumsuhr mit Guillaume-Unruh, 23 Rubinen, goldenen Reglierschrauben und Spiralfeder aus Stahl mit Endkurven.

Im Ganzen werden dreihundert bereits sortierte Lose in Genf unter den Hammer kommen, nachdem sie als Wanderausstellung von New York via Los Angeles, Tokio, Shanghai, Hong Kong, Singapur, Dubai, Mailand, München und Paris bis London gelangt waren. Die 1884 vom Neuenburger Louis Brandt (1825-1879) aus La Brévine gegründete Marke wird dank dem System der online-Versteigerung zweifellos noch bekannter werden als sie durch die Mondlandung, Testimonials wie James Bond, oder die Olympischen Spiele bereits ist.



Modell Planet Ocean. Diese Uhr trägt Daniel Craig als 007 im neusten Bond Casino Royale.



Rekord von 365 Tagen im All für diese Uhr, die nach ihrer Rückkehr immer noch exakt lief

## Daten der Frühjahrsauktionen in Genf

Antiquorum - Omegamania - 14. April 2007 - 15 h  
Antiquorum - Omegamania - 15. April 2007 - 11 h - 14 h  
Antiquorum - 12. et 13. Mai 2007 - Zeiten noch nicht festgelegt.  
Christie»s - 14. Mai 2007 - 10 h - 14 h - 17 h  
Sotheby»s - 15. Mai 2007 - 10 h

## Auktionsorte

Antiquorum :  
Hôtel Mandarin Oriental du Rhône  
1, quai Turretini, 1201 Genève  
Tél. + 41 22 909 00 00  
[www.antiquorum.com](http://www.antiquorum.com)

Christie»s :  
Four Seasons Hotel des Bergues  
33, quai des Bergues, 1201 Genève  
Tél. + 41 22 908 70 00  
[www.christies.com](http://www.christies.com)

Sotheby»s :  
Hôtel Beau-Rivage  
13, quai du Mont-Blanc, 1201 Genève  
Tél + 41 22 716 66 66  
[www.sothebys.com](http://www.sothebys.com)

## Die Uhrenbranche **schwört** auf die Stars

Victoria Marchand Der Wettlauf um die Stars, den die Marken sich seit ein paar Jahren liefern, führt allmählich zu Interessenkonflikten, vor allem wenn man an die investierten Summen denkt. Maurice Lacroix gehört zu den ersten Opfern dieser Entwicklung. Aber die kleine Manufaktur hat, als sie Roger Federer verlor, auch bewiesen, dass ein Uhrenhersteller immerhin aus dem Tanz um die Schutzgötter aussteigen kann, ohne dabei seine Seele zu verlieren. Die Frage ist somit gestellt: Gibt es noch ein Leben, wenn eine Diva die Firma wegen eines lukrativeren Vertrags verlassen hat?

**Hintergründe einer Trennung.** Im Juni 2006 bedeutete die Versöhnung Roger Federers mit der Agentur IMG das Aus für die Zusammenarbeit der Marke aus Saignelégier mit dem Tennis-Ass. Noch lange kein Grund für ein Drama! Wenn man in der obersten Liga mitspielt, kennt man die Regeln und ... den Einsatz. Und zwar so gut, dass sich die Trennung sowohl für die Marke wie für Federer ausbezahlt hat. In der Tat sollen die beiden Jahre der Zusammenarbeit mit Maurice Lacroix dem Sportler etliche Millionen Franken eingetragen haben. Und die Ablösung des Vertrags durch Rolex, drei Jahre vor dessen Auslaufen, konnte die von der Firma in die Werbekampagne investierten Summen mehr als nur decken. Also ging die Sache in jeder Hinsicht auf? Nicht ganz. Denn so wie eine Schwalbe noch keinen Sommer macht, bedeutet ein gutes Geschäft noch nicht unbedingt

DIV  
EN  
AD  
IEU !

Die neue Kampagne wagt das Träumen



eine erfolgreiche PR-Aktion. Nein, ein abruptes Kampagnenende ist in der Tat nicht harmlos, und jede Werbepanne kann vom Markt negativ aufgenommen werden. Zum Glück hatte die Marke mit ihrer Werbung nicht ausschliesslich auf den Star gesetzt, sondern es waren zwei Ansichten (eine mit Federer, die zweite mit der Nahaufnahme eines Modells) von derselben Vorlage gestaltet worden. Der Übergang liess sich demnach geräuschlos bewerkstelligen. Trotzdem musste das Marketing-Team von Maurice Lacroix, unter der Leitung von Claudia Staber, wenige Monate vor Jahresende und der Zeit der Uhrensalons die ganze Kommunikationsstrategie von Grund auf neu erfinden.

**Eine Direktion schwimmt gegen den Strom.** Welche neue Muse sollte Federer ersetzen? Ein anderer Sportler, ein Schauspieler oder ein VIP? Philippe Merk, CEO von Maurice Lacroix, räumt ein, dass es sein erster Gedanke war, zum produkteorientierten Ansatz zurückzukehren. «*Unsere Analyse aller Parameter führte uns zum Schluss, es sei Zeit, dass Maurice Lacroix wieder auf seine Produkte fokussiere. Ein wenig so, wie das die Uhrenhersteller in den sechziger und siebziger Jahren taten.*» In einer Zeit, wo die ganze Uhrenindustrie nur noch auf die Stars setzt, grenzt es fast schon an Verwegenheit, wieder auf die Produktwerbung zu setzen. Bei Maurice Lacroix hebt man lieber den Unterschied hervor. «*Seit 2006*», fährt der CEO

fort, «*ist unsere Marke mit der Lancierung unseres ersten Chronographen, der vollständig in unseren Werkstätten in Saignelégier entstand, zu einer Manufaktur geworden. Wir wollten zu den Ursprüngen unseres Handwerks zurückkehren: zur technischen Kompetenz, zur Passion und Leidenschaft.*»

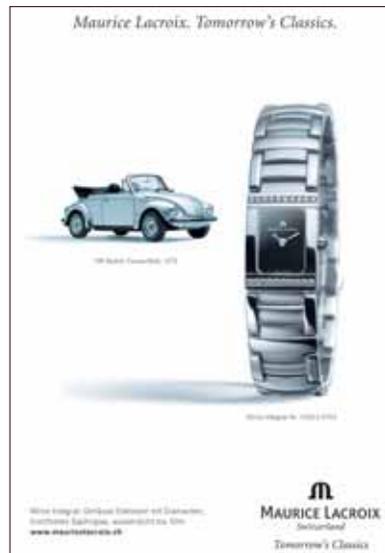
Kein Bluff also, sondern man will das Greifbare vermitteln. Ob dies mit dem deutschen Ursprung der Marke zu tun hat? Mit dem zwinglianischen Geist Zürichs, wo Maurice Lacroix heute seinen Firmensitz hat? Oder mit Philippe Merks pragmatischer Einstellung? Dieser Manager, der nicht während seiner ganzen Laufbahn in der Uhrenindustrie tätig war, weiss nämlich, wie beschwerlich im Segment der Luxusuhren der Weg zum Gipfel ist. Eine Marke neu positionieren heisst die Produktion grundlegend auf mehr mechanische Komponenten umstellen, was eine geringere Produktion bedeutet und mehr Know-how verlangt.

Inzwischen sind die Resultate da. Mit 40% Quarz gegen 60% mechanische Uhren überwiegt heute das letztere Segment. Es werden zweihundertzwanzig Mitarbeiter beschäftigt, und der Umsatz hat 100 Millionen Franken erreicht. Mit Federer als Repräsentanten dieses Aufschwungs hatte die Marke die richtige Wahl getroffen. Und wie der Champion, behielten Philippe Merk und sein Team im Erfolg kühlen Kopf. «*Es bleibt noch so viel zu tun. Und um glaubwürdig zu sein, darf man keine falschen Versprechungen machen.*»

# KOMMUNIKATIONK



Testimonials...



...Lifestyle....



...Emotionen

**Die Seele einer Uhr zeigen.** Die neue Kampagne umschiffte diese Klippe souverän. Zunächst galt es, mittels Wettbewerb eine geeignete Agentur zu finden. Zu diesem pitch wurden fünf Agenturen eingeladen, von denen eine schliesslich das Rennen machte. «*Wir haben verschiedene Optionen verfolgt und uns dann entschieden, unsere Agentur (Springer Jakobi) zu behalten*», erklärt Claudia Staber. «*Dieses kreative Büro hat den Vorzug, die Marke gut zu kennen und sich in geografischer Nachbarschaft zu unseren Büros zu befinden.*» Eine kühne Wahl auch dies, denn in der Regel wollen die Uhrenmarken von den Schweizer Werbebüros nicht viel wissen.

Nachdem das ursprüngliche Image am Lifestyle orientiert, das zweite emotional und das dritte produktebezogen gewesen war, kam nun die Zeit, das Träumen zu wagen. Der kreative Ansatz hat diesmal zum Ziel, sich vom Zifferblatt zu lösen und sich das Innenleben der Uhr vorzustellen, ihre Seele. Dieses Konzept wird von einem neuen Slogan begleitet: «*More than meets the eye*». Und weil der Luxus im Detail steckt, werden es die Französischsprachigen schätzen, dass die Marke neu nun nicht mehr mit «*Maurice Lacroix Switzerland*», sondern mit «*Maurice Lacroix Manufacture Horlogère Suisse*» firmiert.

«*Französisch ist immer noch die Sprache des Luxus.*» Was die Medienarbeit betrifft, erlaubt das Marketingbudget von 20% des Betriebsbudgets, inklusive Kommunikation und Verkauf, keine flächendeckende Werbung. Die Inserate werden demnach auf die internationale Wirtschaftspresse konzentriert. Und zum ersten Mal wurde auch ein Spot für die Business-Ketten in den USA und in Asien produziert.

Das ist natürlich nur die Spitze des Eisbergs. Denn ein Marketing Mix bedeutet nicht nur Werbung, sondern auch Beratung am Verkaufspunkt. Und hier wird nicht von der klar definierten Linie abgewichen. Keine angesagten Boutiquen. «*Wir arbeiten weiterhin mit den besten Einzelhändlern zusammen*», betont Philippe Merk. Mehr Shop-in-Shops und mehr Corners. «*Um unsere Sichtbarkeit am Verkaufspunkt zu stärken, werden wir einen neuen POS-Auftritt, nach dem Vorbild des Designs unseres Stands in Basel, präsentieren.*»

Sage mir, wie du kommunizierst, und ich sage dir, wer du bist! Dieses Sprichwort passt auf die Marke Maurice Lacroix wie angegossen. Eine kleine Marke, der nichts von einer grossen fehlt...

## Ein Funke, ein Feuer, eine Passion

Als Hoheit oder Hetäre bezaubert die Schweizer Uhrenindustrie im Zeichen des Swiss Made die Welt immer noch mit ihren Reizen und wahrt ihre Exklusivität, während sie zwielichtige Nebenbuhlerinnen dazu verlockt, Flitter anzupreisen und als hochkarätiges Gold auszugeben. Die Zeit ist gekommen, das *Swiss Made* auf die Werkbank zu legen und einer willkomme-

nen Auffrischung zu unterziehen, so dass es wieder im alten Glanz erstrahlen und seine adlige Herkunft verteidigen kann, damit nur die ebenso wohlgeborenen wie erlesenen Uhren gekrönt werden. Eine Merkwürdigkeit gibt es trotzdem: Unsere schönsten Uhren sind mit ihrem Renommee zufrieden und brauchen das Prädikat *Swiss Made* nicht, das sie aus Treue, Solidarität, wer weiss, oder doch auch Interesse immerhin beibehalten, denn wer kennt schon ausserhalb des Metiers nicht allein Genf, sondern auch die drakonischen Bestimmungen des Genfer Siegels, das seit 1886 das Qualitätshandwerk der prestigeträchtigen dortigen Marken schützt, und nur dieser? Seit der Mechanisierung der Uhrenbestandteilindustrie in der Schweiz Ende des 19. Jahrhunderts, nach amerikanischem Vorbild, wetteifert die Quantität mit der Qualität. Aus den grundlegenden Vorgängen der Fertigstellung, Einscha-

lung und des Vertriebs gehen die nach Qualität und Preis vielfältigsten und unterschiedlichsten Produkte hervor, die dann auf den Markt geworfen werden. Als Europa zwischen 1914 und 1918 ausblutete und litt, nahm die Schweizer Uhrenindustrie einen beispiellosen Aufschwung, angetrieben von der überhitzten und lukrativen «Kriegsproduktion», wie man

Gil Baillod

# SWISSMADESWISS

damals verschämt die Munition und anderes Material nannte, das dem unparteiischen Gemetzel unter den Kriegführenden diente. Nach Kriegsende stand der Ausstoss in einem so krassen Missverhältnis zur Nachfrage, dass die Hersteller die «*Chablonnage*» förderten, die Ausfuhr von Schablonen eines ganzen Uhrwerks oder von Teilen. Die Schweizer Uhrenindustrie überschwemmte Europa und Asien mit Hunderten von Millionen Bestandteilen, aus denen dann Uhren gebaut wurden, die sich schweizerischer Abstammung rühmen konnten. Dabei entglitt die Qualitätskontrolle der renommierten Schweizer Branche. Mehrfach erlitt die Schweizer Uhrenindustrie seit dem 19. Jahrhundert schwere, gar existenzbedrohende Krisen, unter dem Druck äusserer

Umstände (Kriege, Konkurrenzdruck, Zölle, Währungsturbulenzen) und vor allem auch interner Widrigkeiten wie der Aufsplitterung und Zerstückelung ihrer industriellen Produktion, die bei allen versuchten Zusammenschlüssen anfällig für Abspaltungen blieb. Die Krise von 1921 bis 1922 war besonders gravierend... und der aufstrebenden Uhrenbestandteilindustrie förderlich, ohne den fatalen Spaltpilz ausrotten zu können. Um dem Faszinosum des *Swiss Made* nachzuspüren, seine Notwendigkeit und Aktualität zu begreifen und nach seiner Zukunft zu fragen, wollen wir seine Geschichte in drei Kapiteln nacherzählen: weil sie authentisch ist und es gut ist zu wissen, woher man kommt, wenn man entscheiden will, wohin man geht!

# HER KU NFT

## 1. Vom Genfer **Siegel** zum Swiss Made

Die Echtheit des Materials und der verbürgten Qualität sind bei den Goldschmieden seit dem Spätmittelalter oberstes Gebot, denn bereits gibt es Goldfälscher und Hersteller «*minderwertiger*» Kopien.

Das Label *Swiss Made* ist diesem Erbe des Strebens nach Echtheit verpflichtet.

*«Redlichkeit in den Geschäftsbeziehungen ist eine Grundvoraussetzung für dauerhaften Wohlstand sowohl der einzelnen Betriebe wie der gesamten Industrie einer Volkswirtschaft, darum muss jeder Hersteller oder Händler, dem an treuer und stets wachsender Kundschaft liegt, sicherstellen, dass seine Produkte von gleichmässiger Qualität sind und auf ihre einfache Herkunftsdeklaration Verlass ist.»*

Dieser weise Grundsatz ist dem Markenschutzgesetz von 1880 einleitend vorangestellt, und nicht anders lautet das Credo, als man im Jahr 1971 den Begriff *Swiss Made* definiert!

Als Thomas Bayard, ein französischer Goldschmied und «*Orlogier*» sich 1554 in Genf niederlässt, wird er sogleich von den Goldschmieden der Stadt umworben, die in ganz Europa seit dem 13. Jahrhundert einen sehr guten Ruf, aber wenig Arbeit haben. Calvin, ein protestantischer Fundamentalist, bevor man diese Bezeichnung kannte, hatte den Goldschmieden die Herstellung «*von Kreuzen, Kelchen und anderem Gerät, das der Papisterei und dem Götzendienste huldigt*», verboten. Da bieten sich Uhrengehäuse als willkommener Ausweg und wertvolle Verdienstmöglichkeit für die Kunsthandwerker an.

Im Jahr 1601 erlassen die «*Orlogiers*» ihre eigenen Zunftregeln, die noch strenger sind als die der Goldschmiede von 1566, um ihren Stand vor der Rufschädigung durch die Masse zu schützen. Auch dieser Kampf wird über vierhundert Jahre später aus demselben Grund um das *Swiss Made* geführt. «*Gold und Silber*», beteuert Calvin, «*sind Teil einer guten Schöpfung und können zu gutem Gebrauch verwendet werden. Warum sollte der Ertrag aus Gewerbe und Handel nicht grösser sein als die Frucht der Erde? Schulden die Händler ihren Gewinn denn nicht ihrer Regsamkeit und*

# SWISSMADESWISS

*ihrer Arbeit?»* Damit bricht Calvin mit der vorherrschenden Landwirtschaft und fördert das Gewerbe.

Die Zunftordnung von 1601 wacht über die *«Erhaltung des Zunftgeistes und die Rechtschaffenheit der Zünfter. Jeder Uhrmacher verpflichtet sich zu gewissenhafter Arbeit zur Ehre Gottes, zum Besten und Wohle der Stadt und zum Schutze des Uhrmacherstands, dem er angehört.»* Sinngemäss will man auch in den zwanziger Jahren des letzten Jahrhunderts noch nichts anderes, als die Schweizer Uhrenindustrie sich zur Schadensbegrenzung nach den Wirtschafts- und Währungskrisen endlich zusammenschliesst; nur dass an die Stelle Gottes der Profit getreten ist.

Ab 1678 können nur Genfer Bürger Uhrmachermeister werden. *«Es ist untersagt, ausserhalb der Stadt fabrizierte Werke der Uhrmacherei zu erwerben und damit Handel zu treiben.»* Trotzdem erobert die Uhrmacherei allmählich den Kanton Waadt und den Neuenburger Jura, wo in Le Locle seit 1679 JeanRichard tätig ist, der Pionier der Neuenburger Uhrenindustrie. Die Widerrufung des Edikts von Nantes am 18. Oktober 1685 hat den Exodus von 200'000 Protestanten vor allem nach Holland und Preussen zur Folge. Unter ihnen bevorzugen jedoch zahlreiche Uhrmacher Genf und dessen Waadtländer Uhrengürtel wegen seines erstklassigen Rufes, der es mit London, Paris oder Blois mindestens aufnehmen kann. Schon vor der Etablierung der Marken ist die Herkunftsbezeichnung in Verbindung mit

dem Namen des Uhrmachers bei Tischuhren in Europa schon seit dem 16. Jahrhundert üblich. Sie bildet auch noch den Kern der viel späteren Vorschriften zum *Swiss Made*.

Im 18. Jahrhundert entstehen von Genf bis Basel immer neue Uhrmacherateliers. Aber noch hat England die Vorherrschaft, hart bedrängt von Genf hinsichtlich der Qualität und durch den Neuenburger Jura hinsichtlich der Quantität.

Im Jahr 1776 hat J.J. Jeanneret-Gris vom Ringen mit den Uhrmachern von Le Locle und ihrem Widerstandgenugundverkauftseinem Angestellten F. Japy seine Maschinen zur mechanischen Herstellung von Rohwerken... die ein Jahrhundert später die Uhrenindustrie revolutionieren, als die Amerikaner sie weiterentwickeln und dafür sorgen, dass die Werkstücke nach dem Vorbild der Waffenproduktion austauschbar sind. Japy floriert und überschwemmt von Beaucourt aus, wo er seine Fabriken errichtet hat, den Kanton Neuenburg.

J.-M. Vacheron arbeitet vom 17. September 1755 an in Genf, und 1775 wirkt der Neuenburger Breguet in Paris. Im Jahr 1793 wird in Fontainemelon (Kanton Neuenburg) eine Ebauches-Fabrik eröffnet. Dies alles trägt zum guten Ruf der Schweizer Uhrenindustrie bei.

Hingegen sind die Französische Revolution und das napoleonische Zeitalter der Uhrenindustrie gar nicht zuträglich, die zwischen 1789 und 1822 von sieben grösseren Krisen erschüttert wird. Und doch sollte das Schlimmste erst noch kommen! Von der Heimarbeit am Etabli geht man zur

Uhr um 1600, mit der Signatur Martin Duboule, *horloger graveur genevois*.



Diverse Fabrikuhren aus den achtziger Jahren des 19. Jahrhunderts im Archiv der Schweizer Uhrenindustrie



# SWISSMADESWISS



SOCIÉTÉ SUISSE D'HORLOGERIE  
FABRIQUE DE MONTILIER



EUG. DUCOMMUN-ROULET



FAVRE-LEUBA & C<sup>o</sup>

Diverse Fabrikuhren aus den achtziger Jahren des 19. Jahrhunderts im Archiv der Schweizer Uhrenindustrie

Fabrikarbeit in Dutzenden von spezialisierten Arbeitsgängen über. Doch die Konzentration beschränkt sich auf das Technische, ohne dass man die immer zahlreicheren Formate und Kaliber vereinheitlicht; ohne Koordination unter den Fabrikanten und zwischen diesen und den Händlern und ohne andere Qualitätsnormen als den Ruf einer bestimmten Herkunft oder eines Herstellers.

**Das Markenschutzgesetz.** An der Weltausstellung von 1876 in Philadelphia entdecken die Schweizer die Macht der mechanisierten, in mehreren grossen Fabriken mit Tausenden von Beschäftigten produzierenden amerikanischen Uhrenindustrie, während die Schweizer Industrie sehr zersplittert ist. Man reagiert schnell, und die Automatisierung wird beschleunigt, wodurch die Qualität mehr und mehr von der Quantität bedroht wird.

Zudem fehlte bis zur Ausarbeitung eines entsprechenden Bundesgesetzes der Markenschutz. Diese Gesetzeslücke wog schwer in ei-

ner Schweiz, deren Handel und Industrie sich im Aufschwung befanden, umso mehr als die mit dem Ausland abgeschlossenen Handelsabkommen unsere Gerichte dazu verpflichteten, die Marken der betreffenden Länder zu schützen. Dies führte dazu, dass diese gegenüber den einheimischen Marken einen Wettbewerbsvorteil hatten, und überdies wurde die von den Verträgen an sich garantierte Gegenseitigkeit in manchen Ländern nicht praktiziert, so in Deutschland, wo man auf dem Nachweis des Markenschutzes im Herkunftsland bestand.

Diese Situation wurde unhaltbar, und die Interventionen von Fabrikanten und Händlern häuften sich. 152 Uhrenhersteller verlangten einen umgehenden Entscheid über ein Markenschutzgesetz. Daraufhin überwies der Ständerat am 23. Dezember 1876 eine dringliche Motion an den Bundesrat.

Dennoch dauerte es noch drei Jahre, bis die Vorlage ausgearbeitet war, und am 16. April 1880 trat das neue Markenschutzgesetz in Kraft. Es führte zu einer wahren Flut

von Einträgen und etablierte das *Swiss Made* für den ganzen Rest des 19. Jahrhunderts. Es stellte sich jedoch bald heraus, dass auch mit falschen Herkunftsbezeichnungen operiert wurde. Daraufhin verlangten die Genfer Parlamentarier im Bundeshaus eine Gesetzesrevision mit dem Ziel einer strengeren Anwendung der Herkunftsbezeichnung, denn der Missbrauch mit dem Namen «*Genf*» war weit verbreitet.

Eine Revision in diesem Sinne trat am 1. Juli 1891 in Kraft, und Artikel 7 des Gesetzes schrieb vor: «*Zum Eintrag ihrer Marken sind die Industrien und anderen Hersteller berechtigt, die ihren Produktionsstandort in der Schweiz haben, sowie die Unternehmen mit ordentlichem hiesigem Handelssitz.*» Hier liegen also die Wurzeln des *Swiss Made*.

Genf erhielt bereits mit dem Gesetz vom 6. November 1886 die rechtliche Anerkennung seines «*Genfer Siegels*». Mit diesem Siegel versah man Uhren, deren sorgfältige Machart Genauigkeit und Langlebigkeit

# BSMADEESWISSMAD

garantieren konnten und die grösstenteils von ihm Kanton Genf wohnhaften Arbeitern hergestellt wurden. Im Grunde garantierte der «*Punzen*» aber eigentlich viel eher die Qualität der Werkfertigstellung als die Ganggenauigkeit, für deren Überprüfung die offiziellen Kontrollstellen an der Uhrmacherschule zuständig waren.

Im Jahr 1886 schlug das Projekt einer «*Fédération Horlogère*», die Arbeitgeber und Arbeitnehmer unter einem gemeinsamen Dach vereinigt hätte, fehl, doch entstanden diverse Arbeitgeberverbände, die sich 40 Jahre später im Jahr 1924 erneut unter dem Namen «*Fédération Horlogère*» zusammenschlossen; und diese Vereinigung wachte von nun an über das Prädikat *Swiss Made*, bis die Bundesverordnung vom 23. Dezember 1973 die Bestimmungen seiner Verwendung festschrieb. In den USA hält die FH die beiden Herkunftsbezeichnungen *Swiss* und *Swiss Made*, seit sie sich am 10. Januar 2006 registrieren liess. Dies kommt ihren Mitgliedern in Gerichtsverfahren gegen Missbräuche und Fälschungen zugute, auch wenn die aussergerichtliche Einigung angesichts des beschwerlichen Rechtswegs in den USA der Regelfall ist.

Doch wie viele Kämpfe und Leiden galt es bis zur Anerkennung des *Swiss Made* zu bestehen!

**Die berühmten Namen.** Im 17. Jahrhundert zeichnen die grossen englischen Uhrmacher ihre Werke mit ihrem Namen und ihrem Herkunftsort: D. Quare 1675 London, G. Hamilton 1690 London. Diese Herkunftsbezeichnung hält sich seitdem und breitet sich weiter aus. So liest man zum Beispiel: 1750 P. LeRoy, Paris; 1790 Boillat, Konstanz; 1820 Piguet Meylan, Genève; 1881 A. Lange und Söhne, Glashütte; 1880 J. Jurgensen, Kopenhagen; 1880 L. Audemars Le Brassus; 1894 Oméga Swiss; Patek Philippe et Cie, Genève-Suisse.

Mit dem Aufkommen der Uhren mit Brücke, der Zylinderhemmung und der immer leistungsfähigeren Maschinen und Kaliber setzt um 1830 ein erbitterter Konkurrenzkampf unter den Schweizer Uhrenherstellern ein. Die weltweite Nachfrage ist stark, und es wird rasch und mit weniger Sorgfalt auch minderwertige Ware produziert. Es wird nach Reglementierung gerufen, andererseits ist die Ablehnung jeder Einmischung durch den Staat heftig.

Die Observatorien von Genf und Neuchâtel stellen

# SWISSMADESWISS

Gangzertifikate aus, aber diese Kontrolle ist nicht obligatorisch. Hingegen wird nun im Kanton Neuenburg –La Chaux-de-Fonds ist führend in der Produktion von Gehäusen aus Gold– die Überprüfung des Goldfeingehalts reglementiert. Eine Verordnung von 1819 setzt den Feingehalt des gelben Metalls auf 18 Karat fest.

Fälschungen sind zahlreich, und in Neuenburg schreitet man mit einem Parlamentsbeschluss vom 4. Dezember 1852 dagegen ein: «*Der Vertrieb und Verkauf von Uhrmacher-, Gold- und Schmuckwaren ohne Stempel, ob aus kantonaler oder ausserkantonalen Produktion, ist untersagt.*» Und noch weitere Kantone folgen mit 250 Jahren Verspätung dem Beispiel von Genf!

Schliesslich hebt ein Bundesgesetz vom 23. Dezember 1882 die kantonalen Bestimmungen auf und richtet in der ganzen Schweiz zwölf Metallprüfstätten ein.

Im 19. Jahrhundert wird eine Uhrmacherschule nach der andern eröffnet: 1826 in Genf, 1865 in La Chaux-de-Fonds, 1868 in Le Locle und 1871 in Neuchâtel. Ihnen vertraut man die Ganggenauigkeitsprüfung der Chronometer an, die heute dem COSC obliegt («*Contrôle Officiel Suisse des Chronomètres*»). Das COSC stellt für die vom Hersteller oder einem andern Bevollmächtigten in guten Treuen zur Begutachtung

IMI

TAT

ION



# SWISS MADE SWISS MADE

vorgelegten Werke, die den Kriterien des *Swiss Made* genügen, offizielle Gangscheine aus.

**Unlautere Konkurrenz.** Im Wettbewerb mit Europa und vor allem der Schweiz wenden sich die Vereinigten Staaten ab 1809 der Uhrenindustrie zu, die vor allem um die Mitte des Jahrhunderts einen Aufschwung nimmt: Waltham wird 1850 gegründet, Elgin 1864, Illinois 1869, Bulova 1875 und Hamilton 1892. In circa 75 Jahren entstehen so etwa sechzig Betriebe, und in den fünf grössten davon sind Tausende von Arbeitern beschäftigt, während die Schweizer Produktion sehr zersplittert und auf mehr als 2'000 Fabriken und Ateliers verteilt ist.

Die USA haben durchschlagenden Erfolg mit der Mechanisierung ihrer Produktion auf der Basis von wenigen Kalibern mit austauschbaren Bestandteilen. Die Konkurrenz für die aus der Schweiz importierten Uhren und Uhrwerken ist so stark, dass gewisse Schweizer Firmen ohne Zögern Imitate auf den Markt werfen: dabei wird Waltham zu Walham, die berühmte «Wm. Ellery» von Waltham zu «Wm. Elley» und so fort. 1898 werden die unlauteren Produkte vom Markt verbannt. Doch diese Praktiken haben die amerikanischen Hersteller aufgeschreckt, die sich nun, mit Hamilton und Waltham an vorderster Front, mittels immer neuer Importschikanen gegen die wachsende Konkurrenz aus der Schweiz wehren.

Im Jahr 1894 lancieren die Brüder Brandt in Biel die Marke Omega mit dem berühmten 19-linigen Kaliber und dem Vermerk *swiss*, der von nun an auf der Brücke so gut wie aller Werke aus dieser Manufaktur verzeichnet sein wird. Auf einer Omega-Armbanduhr für einen englischen Kunden um 1902 steht bei 6 Uhr auf dem Zifferblatt *Swiss Made*, was für diese Zeit noch sehr selten ist und erst ab 1945 bis 1950 häufiger wird.

Noch 1960 preist sich Rolex gross auf dem Zifferblatt an und zeichnet bloss auf dem Werk als «Rolex Geneva *swiss*». Die Marke ist hier wichtiger als das *Swiss Made*!

So dauert es noch bis 1971, bis eine Bundesverordnung festschreibt, wann für eine Uhr das Prädikat *Swiss Made* verwendet werden darf! Das Englische wird für diese Bezeichnung wegen seiner Reichweite als Weltsprache, wegen der Bedeutung des amerikanischen Markts und auch wegen der harmonischen graphischen Wirkung der beiden Wörter, rechts und links von 6 Uhr, gewählt.



Die erste Omega Serienarmbanduhr von 1902, Krone bei 9 Uhr. Zwischen 5 und 7 Uhr ist das *Swiss Made* zu erkennen.

Das 20-linige Omega-Kaliber von 1906 mit der Gravur *Made in Switzerland*.



# 44 ANDERNORTS AN

## Was **halten** die Amerikaner davon?



Tim Bieber - Getty Images

Dale Purdy Nach dem Vorbild der Zufallsbefragungen auf der Strasse zu einem beliebigen Gegenstand, mit denen die Fernsehstationen ihre Zuschauer unterhalten, habe ich 57 Personen zum Thema Uhrenkauf interviewt. Von ein paar Freunden abgesehen, flanierten die meisten Befragten durch die wichtigste Einkaufspassage von Columbus, Ohio. Ich stellte Ihnen folgende Frage: «*Welche Argumente sind Ihnen am wichtigsten, wenn Sie Ihre nächste Uhr kaufen?*» Unter den Beweggründen meiner Gesprächspartner kam das Selbstwertgefühl an erster Stelle: die damit verbundene Zufriedenheit. Danach kamen der Preis, die Marke, die gute Lesbarkeit des Zifferblatts, die Dichtigkeit. Danach die Langlebigkeit. Erst an siebter Stelle kamen Zusatzfunktionen der Uhr, wie Datumsanzeige oder Stoppuhr.

Ob die Uhr Swiss Made sei, spielte beim Kaufgedanken keine Rolle. Ganze 2 von 57 Befragten haben das Wort «*Schweiz*» überhaupt

erwähnt. Davon fragte die eine Person sogar: «*Geht es um irgendwelche Uhren oder ausschliesslich um Schweizer Uhren?*» Und die andere meinte, von der Werbung werde suggeriert, dass die in der Schweiz hergestellten Uhren den ausländischen Modellen überlegen seien.

**Einhellige Antworten.** Nachdem spontane Ansichten der Amerikaner zur Schweizer Uhrenindustrie nicht zu haben waren, musste direkter gefragt werden: Was wurde von der helvetischen Behauptung gehalten, die Schweiz mache bessere Uhren als die USA, dank sorgfältigerer Arbeit? Im Grunde eine Fangfrage, denn in den Vereinigten Staaten werden eigentlich keine Zeitmesser mehr in Serie produziert. Die Antworten lauteten fast unisono gleich: ja, eine Schweizer Uhr sei grundsätzlich besser. Auf die Frage: «*Welche Uhren werden zurzeit in Amerika hergestellt?*» wurden Marken wie Fossil, Bulova, Timex, Citizen, Guess,

# 44 ANDERNORTSA

Hamilton, Elgin, DKNY, Flik Flak und Dakota genannt. Umso enttäuschter waren die meisten Interviewten, als sie erfahren mussten, dass die USA die Präzisionsindustrie aufgegeben haben, abgesehen von kleinen Uhrmachern, wie Montres Allison in Colorado, die in geringer Stückzahl produzieren.

Über dieses Detail kam ich problemlos zur nächsten Frage: «Was bedeutet Swiss Made auf einer Uhr?» Die Antwort kam wie aus der Pistole geschossen: «Das heisst, dass sie vollständig in der Schweiz hergestellt und zusammengesetzt wurde.» Soviel zum Ruf der Herkunftsbezeichnung. Dieser Ruf stimmt aber nicht mit der Schweizer Gesetzgebung überein, welche die Mindestanforderungen für das Prädikat Swiss Made vorschreibt: Dazu muss nämlich eine Uhr zwar vollständig in der Schweiz zusammengesetzt und kontrolliert werden, während die Bestandteile des Werks zu mindestens 50% ihres Werts aus einheimischer Fabrikation stammen müssen. Theoretisch könnte man demnach eine Uhr mit dem Label Swiss Made mit einem einzigen in der Schweiz hergestellten Element herstellen, sofern dieses eine Komponente des Werks ist und als ebenso wertvoll wie alle übrigen Werkbestandteile erklärt wird.

Umgekehrt ist der Grund, weshalb in den USA keine Uhren mehr hergestellt werden, vermutlich in

der viel restriktiveren hiesigen Gesetzgebung zu suchen. Die Norm der Federal Trade Commission ([www.ftc.gov](http://www.ftc.gov)) für eine Uhr Made in USA verlangt nämlich, dass «alle oder praktisch alle» Komponenten von einer zu 100% amerikanischen Belegschaft hergestellt und zusammengesetzt werden. Interessanterweise empfiehlt die «*Fédération horlogère suisse*» ([www.fhs.ch](http://www.fhs.ch)) den Amerikanern, die Schweizer Praxis zu übernehmen.

**Verblüffung.** Die Verblüffung bei den befragten Amerikanern über die Tatsache, dass nur die Hälfte einer Schweizer Uhr aus der Schweiz kommen muss, war gross: «Sie wollen mir also weismachen, dass... Rolex, Movado, Longines, Tag Heuer, Swiss Army nicht garantiert zu 100% Schweizer Uhren sind, sondern nur... zur Hälfte?»

Soll man denn nun aus dieser kleinen Umfrage schliessen, dass 56 von 57 Amerikanern einfach voraussetzten, dass ich von Schweizer Uhren sprach, oder eher, dass ihnen die Herkunft der Uhr grundsätzlich egal war?

Jedenfalls sind die Feinheiten der helvetischen Uhrensprache hierzulande völlig unbekannt. Somit wird die grosse Mehrheit der Amerikaner weiterhin glauben, dass Swiss Made für Uhren steht, die zu 100% in der Schweiz hergestellt und zusammengesetzt wurden, mag die Schweiz dies auch definieren, wie sie will.

## Die Schweizer Uhrenindustrie: Ein Mix der Kulturen

KOS  
MOP  
OL  
ITIS  
CH. ■

Die Schweiz ist heute der Brennpunkt der qualitativ hochwertigen Uhrenindustrie, doch das war nicht immer so und will vor allem nicht heissen, dass der Homo helveticus ein natürliches Gen dafür besitzen würde. Vielmehr ist der Schweizer Uhrmacher der lebendige Beweis dafür, wie wertvoll ein Mix der Kulturen ist. Und dieses frische Blut aus der Fremde strömt auch heute noch, zum Wohl einer ganzen Branche, der Förderung ihrer Kreativität und ihres phänomenalen Aufschwungs.

Jubiläen grosser Schweizer Marken bieten die Gelegenheit, Persönlichkeiten aus der ganzen Welt zu ehren und an fruchtbare Begegnungen über die Grenzen hinweg zu erinnern. Unnötig, hier ein Inventar zu erstellen: die klangvollen Namen gingen darin in einer Art internationalem Telefonbuch unter. Darum sei hier ein Beispiel herausgegriffen: jenes von Patek Philippe, einer Marke mit Ausstrahlung in den luftigen Höhen des Olymp. Sie ging aus der Geschäftsverbindung des Polen Antoine Norbert de Patek mit dem Franzosen Adrien Philippe hervor, und auch Pateks erster Partner, sein Landsmann François Czapek, darf nicht unerwähnt bleiben. Und noch ein Beispiel gefällig? Denken wir an den Bayern Hans Wilsdorf, den Gründer von Rolex, ohne den im Schweizer Uhrenschatz eine Krone fehlen würde. Dies soll genügen.

**Eine Belegschaft von Grenzgängern.** Was die Geschichte gelehrt hat, bleibt immer von einer erstaunlichen Aktualität. Was wäre die Schweizer Uhrenindustrie ohne den beständigen Zustrom

Jean-Philippe Arm

# DOSSIER DOSSIER



von Grenzgängern? Ganz einfach: sie stünde sofort still, wenn die Grenzen geschlossen und der Strom versiegen würde. Auch auf den Chefetagen der Manufakturen verraten die verschiedensten Sprachen und Akzente den multinationalen Ursprung und Charakter der Luxusmarken. Und auch bei den selbständigen Herstellern ist Babel kein Elfenbeinturm.

Auf diesem Grundmuster erscheinen immer wieder neue Motive und Farbtupfer. «Warum muss es denn immer die Schweiz sein, wenn es darum geht, eine anspruchsvolle, nicht nur auf Quantität bedachte neue Uhrenmarke zu entwickeln und zu pflegen? Ist die Schweiz denn das Schicksal jedes Uhrenenthusiasten, der seinen Traum in die Tat umsetzen und seine eigene Marke kreieren will? «Es war undenkbar anderswo», stellt Richard Mille nüchtern fest, und bei Erich Loth von British Masters tönt es nicht anders: «Will man nicht im grossen Stil Kompetenzen zu früheren Produktionsstätten verlagern, wie es von Schaffhausen und Le Sentier aus nach Glashütte

in Deutschland geschah, kann man sich keine innovative Marke vorstellen, die nicht auf die industriellen Ressourcen des Jurabogens angewiesen wäre.» Auch der Italiener David Zanetta, der sich in Sainte-Croix niedergelassen hat, um mit seinem französischen Kompagnon Denis Flageollet die Marke De Bethune zu lancieren, teilt diese Auffassung: «Wenn man echte Qualität machen will, ist der einzige Ort, wo das geht, die Schweiz», erklärt er, «und zwar an diesem bestimmten Ort, in den Bergen. Hier gibt es noch dieses Qualitätsbewusstsein, die Erfahrung und Infrastruktur, die es zur Herstellung anspruchsvoller Uhren braucht. Das kann man nicht anderswo machen, nirgends sonst.»

Nicht einmal in Italien, wenn man doch Italiener ist und von der bekannten Passion seiner Landsleute für schöne Uhren weiss? «Die Passion ist das eine, aber es braucht auch das nötige Wissen und die Kompetenzen. Man muss es hier tun, sonst schaufelt man sich sein eigenes Grab.»

Jean-Claude Biver braucht ein Bild, um die unwi-

# RD DOSSIER RD DOSSIER

derstehliche Anziehungskraft der Schweiz auf die Innovationswilligen zu beschreiben: *«Sie kommen hierher, um vom Aufwind zu profitieren, denn wer segelfliegen will, steigt schliesslich auch über dem Jura auf und nicht über dem See! Wenn man die Spitzenklasse anstrebt, hat man keine andere Wahl.»*

**Ein Qualitätsimage.** Neben einem Netzwerk von Kompetenzen und direktem Zugang zum nötigen Know-how spielt auch das Image eine entscheidende Rolle. Davon ist Jérôme de Witt überzeugt: *«Luxus ist europäisch, und man denkt dabei vor allem an Frankreich und Italien, aber die Schweiz verbindet man auf der ganzen Welt mit hoher Qualität, dazu auch mit Bedächtigkeit, Verlässlichkeit und Ausdauer. Ehrlich, ich wüsste kein anderes Land, wo ich die Marke DeWitt hätte lancieren können. Ich denke, dass diese Bilder, wenn man zu ihrer Substanz Sorge trägt, noch wichtiger sind als das Produkt selbst.»*

Kommt die Qualität des Produkts tatsächlich erst an zweiter Stelle? *«Qualität lässt sich auf der ganzen Welt produzieren, glaube ich. Aber ich persönlich möchte nicht die Koffer packen und zur Uhrenherstellung in China aufbrechen. Dann bräuchte ich zehn Jahre, um mehr und billigere Arbeitskräfte auszubilden, aber das Resultat wäre am Ende chinesisch, nicht sehr kohärent und ohne den Ruf der Qualität, der mit einem Schweizer Produkt verbunden ist.»*

**Eine Angst gibt es doch.** Auch Vincent Calabrese, der zusammen mit Svend Andersen die Akademie selbständiger, schöpferisch tätiger Uhrmacher gegründet hat, bezweifelt, dass man die Zulieferer nirgends sonst fände. *«Man findet alles überall, denn das Know-how wurde über den ganzen Planeten verbreitet, und darum kann man auch überall auf der Welt Uhren herstellen. Aber die anderswo produzierten Stücke werden niemals die besondere Aura einer Schweizer Uhr haben. Das ist das Entscheidende.»*

Natürlich profitieren die äusserst gefragten Schweizer Hersteller von diesem einmaligen Ruf und einem zur Zeit euphorischen Klima. Vincent Calabrese lässt sich allerdings nicht mitreisen und befürchtet das Schlimmste: *«Grosse Werbebudgets haben aus einer überschaubaren*



# DOSSIER DOSSIER

*Liebhabelei eine riesige weltweite Begeisterung gemacht, auf die mancherorts hektisch reagiert wird. Wer weiss, wie hoch der Prozentsatz der oft komplizierten und aufgrund dieser Nachfrage manchmal unausgereiften Produkte ist, die wirklich angemessen und dauerhaft funktionieren? Wenn ich an die Akademie denke, so waren wir vor zwanzig Jahren in Gefahr, weil die Uhrenindustrie zu verschwinden drohte. Und heute steht vielleicht wieder ein Crash bevor. Wenn der Endkunde Hunderttausende von Franken für Dinger bezahlen muss, die nicht funktionieren, könnte die Begeisterung allenfalls kippen. Das könnte für uns noch ins Auge gehen!»*

**Helvetisches Augenmass.** Das Image der Schweiz ist nützlich, wenn es darum geht, das fertige Produkt zu verkaufen. Es ist aber auch vorher schon hilfreich, denn es zieht viele Uhrmacher samt ihren Kompetenzen an. Es müsste einer ja nicht gleich nach China gehen; warum lässt er sich nicht im benachbarten Frankreich nieder und beschäftigt seine Belegschaft vor Ort, statt die vielen Grenzgänger in die Schweiz kommen zu lassen? Die Frage an den Franzosen Jérôme de Witt erscheint darum logisch: *«Darüber haben wir in den letzten Jahren intensiv nachgedacht. Ich hatte in der Nachbarschaft meines Hauses in der Schweiz eine Liegenschaft erworben und fing dort im Jahr 2002 mit 3 Uhrmachern an. Inzwischen sind es über 40, es wurde zu eng, und ein Umzug drängte sich auf. Ich stand vor der Wahl, über die Grenze nach Frankreich zu gehen oder in der Schweiz bleiben. Ich kenne die Steuerpolitik und das soziale Klima in Frankreich gut und bin weggegangen, weil ich das Augenmass und die liberale Haltung der Schweizer vorzog, die Ruhe und Zuverlässigkeit. Das gilt immer noch. Ich war übrigens im Finanzgeschäft tätig, ohne jede Verbindung zur Uhrenbranche, und suchte vor allem eine bessere Lebensqualität, die ich in der Schweiz fand. Dann besuchte ich einmal aus Neugier den Uhrensalon in Basel, nur um die Auslagen zu bewundern. Ich war ganz erschlagen und kam mit dem Vorsatz zurück, in diesem Bereich zu investieren. Ich hatte einen Finger ins Getriebe gesteckt, und dann hat es mich vollkommen hineingezogen. Dass ich heute täglich im Uhrengeschäft arbeite, ist also dem reinen Zufall zu verdanken.»*



# RD DOSSIER RD DOSSIER

**Synergien.** Natürlich hat jeder seine eigene Geschichte. Für Richard Mille zum Beispiel stellte sich die Frage des Standorts gar nicht wirklich, als er daran dachte, seine eigene Marke zu lancieren, denn er hatte schon in seiner Zeit bei Mauboussin ein Netz von Freundschaften und engen Beziehungen zur Schweizer Uhrenindustrie geknüpft. *«Ich konnte mein etwas verrücktes Projekt dank Renaud Papi, Audemars Piguet, Vaucher starten, die bereit waren, für mich zu arbeiten. Im Schweizer Jura stiess ich auf sehr günstige Entwicklungs- und Produktionsbedingungen und sehr aufgeschlossene, dynamische Leute, die sich nicht auf ihren Lorbeeren ausruhen. All diese Menschen aus Le Locle, dem Vallée de Joux, aus Fleurier verstanden haargenau, was ich vorhatte. Ich bin ihnen sehr dankbar.»* Er verschweigt, dass diese Dankbarkeit auf Gegenseitigkeit beruht, und tatsächlich anerkennen seine Partner als Erste, wie inspirierend der Mann für sie war, und dass von seinem Erfolg auch Modelle klar profitieren, auf denen nicht Richard Mille steht.

**Aus Fremden sind Schweizer geworden.** Wenn man den Luxemburger Jean-Claude Biver darauf anspricht, dass die Schweizer Uhrenindustrie den Ausländern viel zu verdanken hat, reagiert er umgehend: *«Das ist ein reiner Zufall, der Pass will gar nichts heissen. Ich bin schon seit 49 Jahren in der Schweiz und durch und durch von der hiesigen Kultur geprägt. Ich habe sogar im Vallée de Joux gelebt und eine Frau aus Le Brassus ge-*

*heiratet, das will etwas heissen! Ich fühle mich völlig als Schweizer, wie Nicolas Hayek und wie viele andere. Wenn die Zeitungen behaupten, wie ich auch schon gelesen habe, die Chefs der Schweizer Uhrenindustrie seien allesamt Ausländer, so stimmt das einfach nicht. Und dass umgekehrt die ausländischen Luxusmarken ihre Führungskräfte nicht immer gleich aus Steffisburg oder vom Rütli holen, ist auch nur natürlich.»*

**Uhren und Whisky.** Als Eric Loth in den neunziger Jahren Graham und Arnold & Son neu lancierte, träumte er davon, diese alten englischen Marken in London auferstehen zu lassen. Doch die Realität war stärker: *«Unsere Marken sind vom englischen Genie ihrer Geburtsepoche inspiriert, doch hergestellt werden müssen sie im Jurabogen, wo der Uhrmachegeist heute eindeutig lebt, nachdem er im Lauf der Jahrhunderte von Italien über Deutschland und Frankreich nach Grossbritannien gezogen war.»*

Und warum ist seine Heimat heute die Schweiz? *«Man kann das Aufkommen der Schweizer Uhrenindustrie nicht einfach mit der Widerrufung des Edikts von Nantes erklären, wenn man weiss, dass die meisten Emigranten in andere Länder, vor allem nach Deutschland und England, gegangen sind. Auch der Verweis auf die in langen Wintern wenig beschäftigten Bergbauern ist eine romantische Vorstellung, denn solche Voraussetzungen hätten noch viele andere Regionen gehabt. Das Uhrmachtenge-*



# DOSSIER DOSSIER

*in der Schweiz besteht für mich hauptsächlich im erstaunlichen Talent der Bewohner dieses Landes zum Apparatebau. Ich denke dabei vor allem an das Genie der Mechanikingenieure, die Maschinen zur Herstellung immer kleinerer und präziserer Räderwerke in stets grösserer Zahl und zu immer tieferen Preisen entwickeln konnten. Der Aufschwung der Schweizer Uhrenindustrie zwischen den beiden Weltkriegen beruht vor allem auf dem Maschinenpark, und manche dieser Maschinen werden heute noch für die Fabrikation von Zifferblättern oder von Gehäusen eingesetzt.»*

Die schönen Engländerinnen blühen also in La Chaux-de-Fonds, fern von ihrer Heimat, wieder auf. Und wie nehmen die Engländer dies auf? «*Sehr gut, denn sie sind überzeugt davon, dass eine Qualitätsuhr aus der Schweiz kommen muss, so wie wir akzeptieren, dass ein guter Whisky britisch ist. Nur flüstert ihnen vor dem Erwerb des sagenhaften Objekts eine innere Stimme ein: Ist es denn vernünftig, für ein kleines Teil, das dich träumen lässt, ohne dass du es tatsächlich auch brauchst, soviel Geld auszugeben? Dann erlaubt uns das Swiss Made, auf eine vernünftige Frage eine beruhigende Antwort zu geben. Der Käufer ist froh um die Herkunftsbezeichnung, und deshalb sollte diese unbedingt noch mehr gelten. Es ist nicht normal, dass das Swiss Made nur das Werk betrifft, und das sagt ausgerechnet eine englische Marke! Für uns ist es selbstverständlich, dass auch unsere Zeiger, Zifferblätter und Gehäuse in der Schweiz hergestellt werden müssen. Sonst vergessen wir das Swiss Made lieber. Wir haben uns übrigens die Frage sehr wohl gestellt, ob wir nicht einfach Schweizer Werke kaufen und sie dann mit dem Vermerk «assembled in England» auf dem Zifferblatt zusammenbauen sollten. Wir haben dazu sogar eine kleine Versuchsserie gestartet. Damit konnte man zwar an den Mythos der englischen Marken anknüpfen, aber weil England heute keine Hochburg der Uhrmacherkunst mehr ist, führte uns das Experiment trotzdem in eine Sackgasse.»*

British Masters haben sich also unwiderruflich auf ein erweitertes Swiss Made festgelegt und betonen durchaus das Paradox, dass es sich bei den strengsten Hütern des Swiss Made, die päpstlicher sind als der Papst, oft um Firmen mit

ausländischen Wurzeln handelt. Vielleicht weil es in der Natur der Sache liegt, dass sie sich der Problematik der Herkunft stärker bewusst sind. Und ist die Frage nach der Legitimität erst einmal gestellt, muss man sie auch konsequent zu Ende denken. Schluss damit, sich mit dem reinen gesetzlichen Minimum zu begnügen, was allerdings eher die Regel als die Ausnahme zu sein scheint...

**Die Schweizer Uhrenindustrie gibt es ... noch nicht!** Jean-Claude Biver gilt als guter Kenner der Branche und wird deshalb oft von Investoren angegangen, die gerne auf die Schweizer Uhrenindustrie setzen möchten. Es herrscht ein Gerangel. «*Das Interesse ist enorm. Es vergeht keine Woche, ohne dass ich um Rat angegangen werde... Das Problem ist, dass es nichts zu kaufen gibt. Die Erklärung für dieses Interesse ist einfach: Man hat nämlich schlicht überall begriffen, dass es die Schweizer Uhrenindustrie mit ihrem aussergewöhnlichen Renommee eigentlich gar nicht gibt.»*

Das ist aber ein guter Witz! «*Ich scherze keineswegs. Die Schweizer Uhrenindustrie exportiert insgesamt Uhren im Wert von 13 Milliarden Franken. Mit dem Absatz in der Schweiz kommen wir auf vielleicht 15 Milliarden. Und jetzt geben Sie bei Google einmal LVMH ein, den ersten börsenkotierten Luxusuhrenhersteller. Sein Umsatz beträgt um die 30 Milliarden: ein einziges Unternehmen erwirtschaftet doppelt soviel wie die ganze Schweizer Industrie. Tippen Sie Nokia: das sind 50 Milliarden Franken oder viermal mehr als die Schweizer Uhrenbranche. Auch wenn Sie die Branche und die Dimensionen wechseln, sind die Zahlen ebenso aufschlussreich: Armani kommt mit dem Verkauf von Hemden und Anzügen auf 4 Milliarden, ein Drittel der Schweizer Uhrenindustrie. Und Hermès, eine einzige Marke, bringt es auf 6 Milliarden. Somit steckt die Schweizer Uhrenindustrie aus globaler Perspektive betrachtet erst in den Kinderschuhen. Man stelle sie sich einmal richtig erwachsen vor: bei 30, 40 oder gar 50 Milliarden...»*

Solche Aussichten wecken natürlich Begehrlichkeiten. Es reicht nicht, dass man die Kastanien aus dem Feuer holen will. Zunächst muss man sie erst einmal rösten können.

# STÜRMISCHE SEE FÜR PIRATEN!

# IM

# KR IE G

«*Fair Play tut not!*», selbst unterstützt durch die Mimik Christoph Blochers, des Chefs des Eidgenössischen Departements für Justiz und Polizei, erscheinen die gewählten Worte etwas bloss angesichts des Gegners. Welches Gegners? Wir sprechen vom skrupellosen Milieu der Piraterie und der Fälschung, welches unbehelligt auf dem Trittbrett der grossen Schweizer Marken mitfährt, und sie so nebenbei jährlich um rund zwei Milliarden Franken erleichtert.

Hand in Hand. Christoph Blocher steht nicht alleine da. Auf Initiative des Eidgenössischen Instituts für Geistiges Eigentum hat die im Januar lancierte Kampagne «*Stop Piracy*» die Herausforderung angenommen, alle wichtigen Exponenten der betroffenen Wirtschaftszweige zusammenzubringen: die Uhrenindustrie, die Pharmaindustrie, die Informatik, Musik, Kino und Tabak. Ziel des Aufwands: «*Die Schaffung einer wahrhaften Partnerschaft zwischen Publikum und Privatwirtschaft um die Fälschungsindustrie effizienter zu bekämpfen.*» Und, in unserem Land vielleicht etwas bescheidener, die Schweizer Bürger mit Hilfe einer Plakat-Aktion zu sensibilisieren und ihr Bewusstsein zu wecken, dass «jeder Bürger, der illegal einen Film aus dem Internet lädt oder eine falsche Rolex aus Thailand mitbringt, sich an der Plünderung unserer eigenen Industrie beteiligt».

**Ein altes Lied – neue Mittel.** Auf die Frage, was er sich von der neuen Plattform für die Bekämpfung von Piraterie und Fälschung erhofft, deutet Jean-Daniel Pasche, Präsident des Verbands der Schweizerischen Uhrenindustrie (FH) ein Lächeln an: «*Dieser Zusammenschluss zwischen öffentlichem und privatem Sektor ist einmalig, und ich glaube, dass er uns erlauben wird, in Zukunft effizienter handeln zu können, selbst wenn es jetzt noch etwas früh ist, unsere Zusammenarbeit zu umreissen.*» Trotzdem; wäre angesichts der Piraterie der Ausdruck «*Schwere Artillerie*» nicht angebrachter als «*Fair-Play*»? «*Es braucht beides*», präzisiert Jean-Daniel Pasche. Als Jurist liegt es ihm am Herzen, die Wichtigkeit der Revision des Patentgesetzes zu unterstreichen, die gleichzeitig dem Schweizer Zoll die Möglichkeit geben soll, wirkungsvoller gegen den Transithandel vorzugehen. Laut den neusten Statistiken der EU kommen nämlich 5% der von den europäischen Zollbehör-

Michel Schmid

IMITATE I M I T A T E I M I T A T E I M I T

**Die einzige  
Garantie  
bei einer  
gefälschten  
Schweizer Uhr:  
Sie gefährdet  
unsere  
Arbeitsplätze.**

[www.stop-piracy.ch](http://www.stop-piracy.ch)

**PLAY FAIR. STOP PIRACY**

Schweizer Plattform gegen  
Fälschung und Piraterie

Fotos: FHS

## Der Kampf gegen das Kopieren hört nicht auf

den im Jahr 2005 sichergestellten Waren aus der Schweiz. Das setzt unser Land auf den zweiten Rang, gleich hinter China. Und da die Schweiz aufgrund offensichtlicher ökonomischer Umstände keine Fälschungsindustrie beherbergt, kann es sich dabei nur um Transitware handeln.

Doch für die Initianten der Kampagne genügt diese juristische Schiene alleine nicht. Sie möchten, dass sich die Schweizer Bevölkerung im Klaren ist, dass der Kauf gefälschter Ware alles andere als harmlos sein kann. Gefälschte Medikamente, gefälschte Maschinenteile – beispielsweise ein ganzes gefälschtes Düsentriebwerk eines Jumbo-Jets – können Menschenleben gefährden oder haben es bereits getan. Und der Imageschaden durch kopierte Schweizer Uhren kostet die Uhrenindustrie indirekt viele Arbeitsplätze.

Auf allen Ebenen handeln. Das Problem der Fälschung ist im Uhrenmilieu bekannt. Um das Renommée ihrer Zeitmesser zu verteidigen, haben die Manufakturen die Bekämpfung der Fälschungsindustrie schon längst in ihr Budget aufgenommen. Am Eingang der FH in Biel erinnert

ein fast schon altmodisch anmutendes Plakat – es hing zu Beginn der Neunziger in den Schweizer Flughäfen – daran, dass selbst wenn die Grafik und die zur Verfügung stehenden Mittel sich gewandelt haben, die Aussage noch immer fast dieselbe ist: *«Kaufen Sie kein gefälschtes Markenprodukt, es ist zwar billig, kann Sie aber teuer zu stehen kommen!»* Die Zusammenarbeit der FH mit der Politik ist ebenfalls nicht neu. Jean-Daniel Pasche begleitet regelmässig Schweizer Landesvertreter, wenn sie ihre Amtskollegen in einem Land besuchen, das der FH besonders Sorgen macht. Nach Asien zum Beispiel. Doch auch nach Südamerika und Europa, sogar für Edelpkopien. Im Februar hat er gerade Doris Leuthard nach Brasilien begleitet, um die dortigen Behörden auf das Problem aufmerksam zu machen. *«Wir wenden uns auch an die Zollbehörden, um ihnen beizubringen, woran sie gefälschte Uhren erkennen können, wie wir es vor kurzem in Dubai getan haben.»* Sensibilisierung der Zollbeamten, Seminare für die internationale Zollbehörde, Expertisen, um den Marken für den Fall juristischer Schritte solide Beweise

zu liefern, die FH ruht sich nicht auf ihren Lorbeeren aus.

**Gefahr Internet.** Als Zeichen der Zeit hat die FH eine wahre Internetzelle auf die Beine gestellt. Zwei Vollzeitbeschäftigte gehen auf die Jagt nach den Piraten des Internets, die sich vielleicht etwas zu leichtsinnig in der Anonymität des *«grossen Welt-Einkaufszentrums»* tummeln. *«Unsere Männer erreichen die Schliessung zweifelhafter Sites und den sofortigen Stopp von Versteigerungen, wo gefälschte Uhren gekauft werden können»*, erklärt Jean-Daniel Pasche. Im Verlauf von 2006 hat die Internet-Zelle über zehntausend Online-Versteigerungen gestoppt. Und um die Effizienz ihrer Arbeit zu verbessern, hat sie soeben eine Software entwickelt, welche die Suche nach Betrügern automatisieren soll. *«Revision des Patentgesetzes, Zusammenführung der privaten und der öffentlichen Kräfte gegen die Fälscher, die Sensibilisierungskampagne, was immer es sei, 2007 wird für uns ein grossartiges Jahr werden»*, sagt der Präsident der FH abschliessend. Stürmische See in Sicht für kleine und grosse Piraten.

# 58 SPORTSPORTSE

## Wind in den Segeln für unsere Uhren



Der America's Cup findet vom April bis Juli statt.

Paolo Mariani «America's Cup», sagten Sie? Ich antworte: Audemars Piguet, Girard Perregaux, Omega, TAG Heuer und warum nicht auch Louis Vuitton? Das Interesse der Schweizer Uhrenindustrie am Segelsport besteht nicht erst seit gestern. Von Jahr zu Jahr rücken das Reich der Präzision und die Welt des Segelns vielmehr noch näher zusammen, und ihre hochstehenden Technologien verschmelzen. Hier die Formel 1 des Segelns, dort die besten Uhrenmarken. Karbonkomposit, geschmiedete Kohlefaser, Titan, vulkanisierter Kautschuk finden Verwendung für Masten, Mastbäume,

Gehäuse und unzählige weitere Bestandteile von Schiffen wie auch von Uhren. Beide gehen ans Limit und sind das Produkt einer ausgeklügelten Fabrikation, an der Ingenieure, Planer, Entwickler, Architekten, Handwerker, Designer und viele weitere Spezialisten beteiligt sind.

**Der 32. America's Cup: zum ersten Mal in Europa.** Vom 3. April bis 7. Juli 2007 müssen sich Schiffe wie Uhren in den fünf letzten Etappen des Rennens um die älteste Trophäe der Welt bewähren. Elf Herausforderer aus neun Ländern und fünf

Kontinenten werden versuchen, dem Schweizer Defender Alinghi im Segelrevier vor Valencia die berühmte Silberkanne zu entreissen. Eine Yacht kämpft gegen die andere, jedes Land gegen die übrigen, jede Uhrenmarke für sich und jeder Fabrikant um seinen Auftritt. Für ihn bedeutet sein Engagement allerdings noch einiges mehr: Er entwirft speziell für diese Gelegenheit eine Uhr, die der technologischen Herausforderung gewachsen ist – in dieser Endphase des America's Cup kann jedes Syndikat auf seine eigene Marke zählen.



**Vier Teams und vier Manufakturen.** Audemars Piguet, dem Segelsport schon seit Jahren verbunden, startet wieder an der Seite des Defenders Alinghi, mit der man schon 2003 in den Hafen der Ehe einlief. Für das diesjährige Rennen überbot AP all seine Anstrengungen noch und tritt mit einer Weiterentwicklung des berühmten Chronographen Royal Oak zu dem bedeutenden Anlass an. Es wurde auf Leichtigkeit und Widerstandsfähigkeit gesetzt. Dabei wurde man in der Flugzeugindustrie fündig, welche die Technik des Schmiedens auf den Werkstoff Karbon anwandte. So entstand die Royal Oak Offshore Alinghi Team, ganz aus geschmiedetem Karbon, die nun im Jahr 2007 das Licht der Welt erblickt. Gewicht: 90 Gramm, Durchmesser: 44 mm – damit soll sie einen Regattenstart am America's Cup meistern. Das Kaliber 2326/2848, ein mechanisches Werk mit Automatikaufzug, verfügt über Flyback-Funktion und Countdown-Timer. Beim ersten

Signal, 11 Minuten vor dem Start, wird der Chronograph mit dem Drücker bei 2 Uhr ausgelöst und der rote Sekundenzeiger aktiviert. Zehn Minuten vor dem Start löst der Drücker bei 4 Uhr die Flyback-Funktion aus (durch Nullstellung und sofortigen Neustart des Chronographen). Im Fensterchen des Countdown-Timers steht dann die Zahl 10, während der zentrale Sekundenzeiger wieder einsetzt und in einer Minute rundum läuft. Beim zweiten Böllerschuss steht im Countdown-Fensterchen die Zahl 5, ebenso wie im 20 Minuten-Zähler (bei 9 Uhr). Eine Minute vor dem Start zeigt das Countdown-Fensterchen die 1 auf inzwischen tiefrotem Hintergrund. Schliesslich leuchtet zur Startzeit im Countdown-Fensterchen zum zweiten Mal die Zahl 10 auf, während der Minutenzeiger sie zum ersten Mal anzeigt.

Das Armband ist aus vulkanisiertem Kautschuk mit integrierten Noppen und übergrössem Dornverschluss aus PVD-beschichtetem Titan.

# 58SPORTSPORTSPORTSE



Girard-Perregaux wagt sich zum ersten Mal auf das weite Meer. Nach 10 Jahren an der Seite von Ferrari, in denen die Manufaktur alle Möglichkeiten ausgeschöpft hat, suchte sie wiederum den Fortschritt; zwar weiterhin beim Sport, aber nicht mehr beim Motorsport. Zum America's Cup kam sie ganz natürlich. Im Jahr 2004 folgte Luigi Macaluso einer Einladung von Larry Ellison, dem Gründer von BMW Oracle Racing und eifrigen Sammler von Girard-Perregaux-Uhren, und nahm an einem Training seines Teams teil. Zwei, drei Wochen später stand die Entscheidung für eine langfristige Partnerschaft fest. Was waren die Gründe? «*Die technischen und menschlichen Qualitäten des Teams*», antwortet einer der Söhne, Stefano Macaluso (Chef des Product Development & Marketing), ohne Zögern und fügt hinzu: «*Soviel Sensibilität,*

*Bescheidenheit und Engagement gegenüber einem Sponsor sind mir vorher im Sport noch nie begegnet.*» GP hat für den Anlass den Regatta-Chronographen Laureato Tourbillon in einer limitierten Serie von 32 Stück geschaffen. Das 14-linige Kaliber GPV02 (mechanisches Werk mit Handaufzug) ist ein fliegendes Tourbillon mit integriertem Chronographen mit Kolonnenrad-Steuerung und einem Drücker. Es verfügt über eine Countdown-Funktion, die speziell für eine Regatta vom Typ des America's Cup entwickelt wurde. Diese 5+5 Minuten Countdown-Anzeige wird vom Kolonnenrad des Chronographen gesteuert, so dass alle Funktionen (go, stop und Nullstellung) über den einen Drücker ausgelöst werden können. Das Werk passt in ein 46mm-Gehäuse aus Weissgold. Das Armband ist aus schwarzem Kautschuk.



# 58SPORTSPORTSE



Auch TAG Heuer, eine weitere grosse Marke mit bekanntem und anerkanntem Engagement im Sport, hat beschlossen, «sich einmal mehr auf dieses legendäre Segelabenteuer einzulassen.» Doch diesmal tut sie es an der Seite des ersten Teilnehmers aus China in der 151jährigen Geschichte des America's Cup. «Diese Herausforderung unterscheidet sich sehr von allen anderen, denen sich TAG Heuer in der Vergangenheit schon gestellt hat. Und auch für die Chinesen ist der America's Cup etwas ganz Neues. Wir brauchen bestimmt zwei oder drei Teilnahmen, um uns soviel Erfahrung und Kompetenzen aneignen zu können, wie es braucht, um

dieses prestigeträchtige Rennen zu gewinnen. Deshalb sind wir überzeugt, dass dieses Zusammengehen nur die erste Etappe einer langfristigen Partnerschaft mit dem «China Team» sein wird», verkündet Jean-Christophe Babin. Und worin besteht deren Ziel? Zum einen darin, sich mit Stolz am Handgelenk der Mitglieder der besten chinesischen Equipe zu präsentieren, und zum andern im Ehrgeiz, nach der begehrtesten sportlichen Trophäe der Welt zu greifen. Die erste Ambition trägt den Namen Aquaracer Chrono Calibre S China Team, eine Quarzuhr in auf 500 begrenzter Stückzahl. Das neue Kaliber ist eine Eigenentwicklung und zeigt Uhrzeit und

Stoppuhrfunktionen über die 3 zentralen Zeiger an. Für diese neue Technologie waren nicht weniger als 230 Bestandteile und 5 bidirektionale Antriebe nötig. Das 41mm-Modell aus gebürstetem Edelstahl, Aluminiumkrone mit stilisierter Yacht in Rot und Gelb und aussergewöhnlichem Gehäuseboden mit eingepprägtem Drachen hat zwei halbrunde Zähler: der eine zeigt bei 4 Uhr 30 die Zehntelsekunde, der andere bei 7 Uhr 30 die gewählte Funktion (Uhr-, Chrono- oder Regattenmodus). Was das zweite Ziel betrifft, weiss Babin, «dass der Weg dorthin lang sein wird, aber wie bei der Herstellung von Luxusuhren sind das Lernen und die ständigen Fortschritte unverzichtbar».



# 58SPORTSPORTSE

## Etwas Segler-Latein...

**Baum:** Eine Stange aus Holz, Metall oder Kunststoff, die an der Unterseite des Grossegels befestigt ist und zum Spannen und Manövrieren dient.

**Spiere:** Rundholz oder Stange zum Setzen und / oder Reffen der Segel.

**Flaggenreihe:** Zahlencode, der 1738 vom französischen Kapitän Mahé de la Bourdonnais erfunden wurde. Zehn Wimpel von unterschiedlicher Farbe entsprechen den Zahlen 0 bis 9.

**Match Race:** Regattakurs zwischen zwei Marken, davon eine gegen den Wind.

**Gegen den Wind ankreuzen:** Ein Segelschiff, das gegen den Wind ankreuzt, wählt den kleinstmöglichen Winkel: etwa 45° bei Kreuzfahrtschiffen und gegen 30° bei einer America's Cup-Yacht.

**Syndikat:** Segelmannschaft oder – team in Vollbesetzung

## ... und Uhrenjargon

**Flyback:** «Rücksprung»: Zeitmessung, die es erlaubt, mit einem einzigen Knopfdruck den Sekundenzeiger anzuhalten, auf Null zu stellen und neu zu starten.



**Regattenkaliber** Die Geschichte der Regatta-Armbanduhren geht auf die frühen siebziger Jahre zurück, als die Firma Ebauches SA ein für Regattastarts geeignetes Werk entwarf. Heute basieren einige der hier besprochenen Regatta-Uhren auf Modulen, die 1993 von Dubois-Dépraz (DD) entwickelt wurden: die Regattenkaliber 2027 und 2028.

Das erste, das zum Beispiel dem Chronographen Omega Seamaster NZL-32 zugrunde liegt, weist eine ganze Kette von Zählrädern auf. Damit wird im Zentrum der Basiszähler von 30 Minuten abgelenkt, auf dessen Drehteil eine Anzeige

in den drei Farben Weiss, Rot und Blau befestigt ist. Der Multiplikator beträgt 2 zu 1, was einer Umdrehung in 15 Minuten entspricht, gemäss den üblichen Wartezeiten bei den klassischen Regatten (die Adaptation auf 10 Minuten-Intervalle ist möglich). Das Kaliber verfügt ausserdem über sämtliche Funktionen eines klassischen Chronographen. Das zweite Kaliber ist im Regattenmodul mit dem ersten identisch, kommt aber ohne die traditionellen Zähler aus. Gewisse Regatta-Uhren verwenden auch das Kaliber DD 2075: Flyback-Funktion mit zentralem Minutenzähler.

# SPORTSPORTSPORT



Pavillon F



Pavillon P

## Startphasen

Ein erstes Signal leitet 11 Minuten vor dem Start die Vorbereitungsphase ein (dies ist das Achtungszeichen, Flagge F). Eine Minute danach ertönt ein Böllerschuss (das Warnzeichen, das mit farbocodierter Flagge gegeben wird). Die Yachten haben nun zehn Minuten Zeit, um sich zur Startlinie zu begeben und das Rennen aufzunehmen. Fünf Minuten vor dem Start ertönt ein zweiter Böllerschuss (Bereitschaftszeichen, Flagge P), mit dem die letzte Phase beginnt. Spätestens eine Minute vor diesem Signal muss die Leine zwischen den teilnehmenden Yachten und ihren Begleitbooten gelöst sein. 1 Minute vor dem Start ertönt das Vorwarnsignal, und auf die Sekunde wird die Startflagge gesenkt. Während dieser ganzen Vorbereitungsphase geht es darum, den Gegner zu belauern, die Wetterbedingungen einzuschätzen und die richtige Strategie zu wählen, damit die Yacht nach Ablauf der zehn Minuten einen guten Start erwischt und danach den Gegner aus günstiger Position kontrollieren kann.

**Lünettenspiel...** Bulgari und Hamilton haben sich vorgenommen, aus ihren Regatta-Uhren eigentliche Navigationsinstrumente zu machen. Die Diagono professional Scuba Regatta von Bulgari ist mit einem mechanischen Werk mit Automataufzug Dubois-Dépraz 42028 ausgerüstet (einer Spezialanfertigung für Bulgari mit Flyback-Funktion, auf der Basis des Kalibers 2028). Die Khaki Navy Regatta von Hamilton ist mit einem umgekehrten Werk ETA Valjoux 7750 bestückt. Den Minutenzeiger hat Hamilton am selben Ort durch eine Scheibe ersetzt. Der ganze übrige uhrenspezifische Mechanismus befindet sich nicht im Werk, sondern im Gehäuse. Zusätzlich zu den Anzeigen für den Regattenstart (bei 10 Uhr bei Bulgari, 6 und 10 Uhr bei Hamilton) bieten beide Uhren mit ihren Markierungen auf Lünette und Zifferblatt die Möglichkeit, mittels der bekannten Position der ersten Marke die der übrigen Streckenmarken zu bestimmen (bei Hamilton nur im Fall eines Match Race wie des America's Cup). Wer auch noch den besten Kurs beim Ankreuzen gegen den Wind kennen möchte, kann ihn von beiden Uhren mittels einer einfachen Triangulation anzeigen lassen. Die Scuba Regatta gibt zudem die optimale Position auf der Startlinie, abhängig von der Windrichtung, bekannt.



# 58SPORTSPORTSE

**Die Herren des Windes.** Manche Marken wie Audemars Piguet, Girard-Perregaux, Omega oder TAG-Heuer sponsern ganze Schiffe. So auch Hamilton, Ko-Sponsor von Ventilo M2 des Silverarrow Sailing Team, das mit Vincent Huguenin und Nicolas Othenin-Girard in der Schweizer Meisterschaft mitsegelt. Andere, wie Rolex, bringen mit dem Sponsoring von Wettkämpfen ihre Marke ins Gespräch. Und wieder andere wie Hublot, Officine Panerai, Richard Mille unterstützen die Rennen und lancieren gleichzeitig ein neues Modell. Dies ist eine Frage der Unternehmensphilosophie. Die einen finden eine eher punktuelle Herausforderung, die mit Menschen zu tun hat, inspirierend. Die anderen wollen ihre Marke nicht mit Siegern oder Verlierern in Verbindung bringen. Alles eine Frage des Marketings, bei der es kein absolutes Richtig oder Falsch gibt.

Tatsache ist jedenfalls, dass man heute kaum mehr einen Segelevent antrifft, an dem nicht

eine Schweizer Uhrenmarke präsent ist. Beispiele gefällig? Da wäre etwa die Panerai Classic Yachts Challenge, bei der sich die schönsten alten Yachten in traumhaften Gefilden des Mittelmeers und der Karibik ein Rennen liefern. Oder der Perini Navi Cup vor Sardinien, bei dem 2006 Richard Mille zum offiziellen Zeitmesser ernannt wurde. Bei diesem Rennen ging übrigens der Maltese Falcon des italienischen Bootsbauers Perini, mit 88 Metern Länge die grösste vollautomatisierte Privatjacht, zum ersten Mal an den Start. Oder auch der La Giraglia und der La Sardinia Rolex Cup, der Maxi Yacht Rolex Cup, die Rolex Farr 40 Weltmeisterschaft, der Rolex Swan Cup oder der Bol d'Or auf dem Genfersee. Nicht zu vergessen die Hublot PalmaVela, die Monaco Classic Week oder die Solitaire Afflelou Le Figaro, bei denen Hublot offizieller Zeitmesser war.

Die Liste ist noch lang ... aber das Meer ist ja zum Glück gross genug.



**Corum liebt das Meer.** Corum und das Meer: das ist eine richtige Liebesgeschichte. Und eine Beziehung, die hält. Seit 1981 ist man eine Schicksalsgemeinschaft. Corum unterstützt Regatten, Corum sponsert Schiffe, Corum begeistert sich für Weltumsegelungen, Matchracing, für das olympische Segeln.

Denn dieses Haus geht in die Lüfte, beherrscht die Gezeiten und zeigt mit den Seefahrtsflaggen die Stunden an. Und seine Kollektion Admiral's Cup wird von Jahr zu Jahr raffinierter. Man sehe sich nur einmal die neue Gezeitenuhr 48 mm an!



# 66 UHREN BETRIEB

## Der **Spitzenreiter** der **Feinmechanik**



Foto: Michel Bühler

Michel Bühler Jede Manufaktur ist stolz darauf, die Grenzen des Möglichen mit jeder neuen Uhrenkreation ein wenig weiter zu stecken. Immer präziser, feiner, zuverlässiger. Selbstverständlich mit Komponenten, die man selbst gefertigt hat, nicht wahr? Wenn Sie auf diese Frage ein verlegenes Gemurmel zur Antwort erhalten, bleibt Ihnen nichts anderes übrig, als sich selbst auf die Socken zu machen und sich ins Herz der Freiberge zu begeben, nach Saignelégier. Fragen Sie dort nach der Feinmechanik-Firma Swiss Finest und deren Chef Fabrice Thüler. Eine Anmeldung empfiehlt sich, denn der Bursche ist oft unterwegs. Wir betreten eine brandneue Fabrik, doch der vertraute Geruch von Maschinenöl ist noch immer derselbe. Hier entstehen, auf selbst konzipierten oder modifizierten Maschinen Prototypen und Kleinserien der delikatesten Uhrenkomponenten von denen die Uhrenindustrie nur träumen kann. Selbstverständlich ist die Liste der Kunden von Thüler vertraulich, doch sie ist offenbar eindrucklich genug, dass ihm seine Bank bereits weniger als zwei Jahre nach der Gründung seines Unternehmens eine Handvoll Millionen geliehen hat.

**Gleichgewicht.** Man könnte glauben, die Haute Horlogerie hätte nur auf ihn gewartet. Das Abenteuer begann tatsächlich gerade vor drei Jahren. Im Februar 2004 richteten Fabrice Thüler und sein

Fabrice Thüler sagt, in 1000 Metern Höhe gebe man mehr auf Solidarität.

# BUHRENBETRIEBU

Schwager Stéphane Jeanbrun eine Drehbank in einer Garage in Courfaivre ein. Nach drei Wochen ächzen sie bereits unter dem Gewicht der Bestellungen und suchen nach neuen Räumlichkeiten in Saignelégier. Achtzehn Monate später, im November 2005, ziehen die Hewlett und Packard des Juras in ihre eigene Fabrik ein, nachdem sie sechs Millionen Franken in das Gebäude und drei Millionen in die Maschinen investiert haben. 2006 wird Swiss Finest Aktiengesellschaft mit einem einzigen Aktionär, dem Patron.

Ein so blitzartiges Wachstum bedarf einer Erklärung, wo doch die Jurahöhen von Mechanikateliers übersät sind, die bereits seit langer Zeit bohren, fräsen und polieren. «Swiss Finest ist die einzige Fabrik in der Schweiz, die sämtliche in einer Uhr enthaltenen Komponenten fertigen kann»

bringt Fabrice Thüler vor. Und was sonst? «Wir haben ein gutes Gleichgewicht zwischen technischen und geschäftlichen Gesichtspunkten gefunden. Man muss auch anmerken, dass ich mich gut vorbereitet habe, bevor ich mich da hineinstürzte. Ich wollte nur spezielle Dinge machen.»

**Arbeiten in 1000 Metern Höhe.** Fabrice Thüler hat mit einer Lehre als Dreher bei Tornos begonnen, ging dann an die Technische Schule in Neuenburg, die er als Mechanik-Ingenieur verliess, mit einem Eidgenössischen Zertifikat als technischer Betriebswirt in der Tasche. Nach zwei Jahren bei Dixi in Le Locle realisierte er, wie viele Uhrenhersteller nicht wussten, wem sie die Fertigung ihrer kompliziertesten Komponenten überlassen sollten. «Mein Schwager Stéphane Jeanbrun ist ein ausgesprochen begabter Dreher, ich hatte die Kontakte zu den Uhrenmarken, so haben wir das Abenteuer gewagt.» Dazu hinzufügen muss man eine Art Besessenheit für gut gemachte Arbeit, ein Gespür für Herausforderungen sowie ein fast schon unheimliches Vertrauen in die Qualitäten der Bewohner der Freiberge. Als die entstehende Unternehmung ihre Garage in Courfaivre wegen verfrühtem Erfolg verlassen musste, entschied Thüler sich für Saignelégier weil er «auf über 1000 Metern Höhe sein wollte». Courfaivre liegt lediglich auf 400 Metern. «Auf 1000 Metern sind die Menschen anders», versichert er, «sie sind seit Generationen auf die Uhrmacherei konzentriert und haben einen anderen Geist, sie geben viel auf die Arbeit und die Solidarität.» Um uns seinen Schlüssel zum Erfolg besser verständlich zu machen, öffnet Fabrice Thüler kleine unterteilte Schachteln und zieht Brücken, Räder und Triebe heraus, die für die prestigeträchtigsten Häuser gedacht sind. «Nehmen Sie dieses Zahnrad mit seiner Achse. Die Manufaktur, die es uns in Auftrag gab, produzierte es bislang aus zwei Komponenten, dem Rad und der Achse und baute es dann ein. Um die Präzision zu erhöhen, wünschte sie es aus einem Stück. Doch sie waren selbst nicht in der Lage, es so zu fabrizieren. Wir haben's geschafft.» Diese Kapazität hat ihren Preis: massive Investitionen in die Informatik, die Fertigung der Werkzeuge, die Modifizierung der Maschinen, darunter eine weltweit einzigartige Drehbank, sowie ein hingebungsvolles Team. «In einer Fabrik, die in Serie produziert, ist ein Dreher

# 66 UHREN BETRIEB

*für zehn Maschinen verantwortlich, hier betreuen vier Leute sieben Maschinen», setzt der Patron seine Erklärung fort. «Unsere Angestellten sind allesamt Spezialisten. Mit der gegenwärtigen Ausbildung zum Polymechaniker sind die jungen Leute zu sehr Generalisten. Das bringt Probleme für uns.» Deshalb hat er sogleich einen Lehrling angestellt.*

Klein aber fein. Als von seiner Aufgabe erfüllter dreiunddreissigjähriger Chef nimmt Fabrice Thüler für sich in Anspruch, dem Geist seiner Region und seinen eigenen Ideen die Treue zu halten, selbst am Steuer seines Porsche Cayenne. Der wirtschaftliche Aspekt seiner Unternehmung frisst ihm, der sich in erster Linie als Mechaniker sieht, die Zeit weg, deshalb versucht er, der Welt des Uhrenmarketings, «wo sich niemand mit Technik auskennt» so oft wie möglich zu entkommen. Seine grösste Herausforderung besteht heute darin, nicht mehr zu wachsen. Mit dreissig Angestellten hat seine Firma seiner Meinung nach die optimale Grösse erreicht. Der Umstand, dass hier alles vom Drehen zum Schneiden über Fräsen und Elektroerosion an einem einzigen Ort mit einer überschaubaren Equipe ausgeführt werden kann, verleiht ihm eine grosse Flexibilität. «Wir sind zur Uhrmacherei und zu kleinen Mengen verdammt», pflegt er immer wieder zu sagen. Er hat bereits Kaufangebote für seine Firma ausgeschlagen und weigert sich auch, Serien grösser als 3000 Stück zu fertigen. Sie würden zu viele Kapazitäten verschlingen, zum Nachteil des wirklichen Mehrwerts und des Service. «Unsere Kunden wissen, dass sie sich auf uns verlassen können, wenn es eng wird, selbst wenn wir nachts durcharbeiten müssten.» Eine Folge des Vertrauensverhältnisses äussert sich darin, dass drei Viertel der Aufträge ohne Offerte zustande gekommen sind und es keine Diskussionen über die Preise gibt, sagt er.

Wenn Swiss Finest dereinst die Produktionsfläche und die Anzahl der Angestellten verdoppeln sollte, müsste man eigentlich sagen, dass Fabrice Thüler total versagt hat.

SP  
ECI  
ALI  
SI  
ERT.

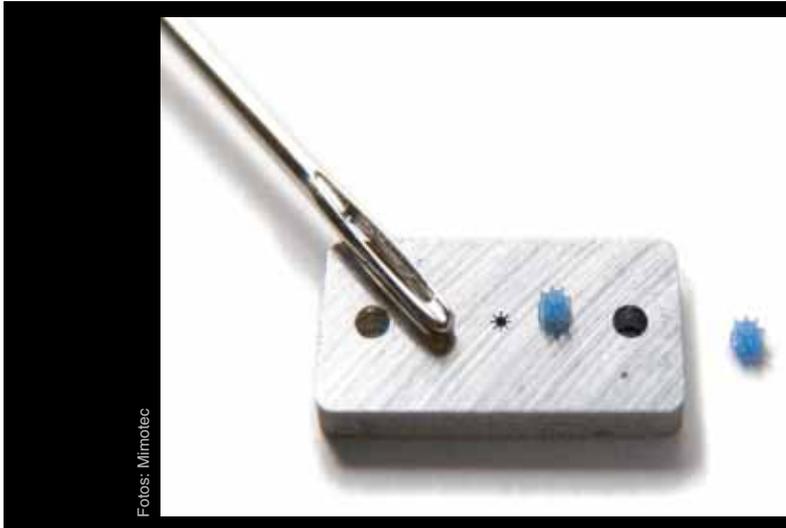
## Genaueres **Ticken** dank High-Tech

Francis Gradoux Während der siebziger Jahre des letzten Jahrhunderts befürchteten viele Uhrmacher, das Ende der mechanischen Uhr sei in Form der günstigen und präzisen Quarzuhr besiegelt. Das Gegenteil ist mittlerweile eingetroffen: die elektronische Technologie und ihre enormen Serien haben dazu beigetragen, der Quarzuhr das Image eines Wegwerfprodukts zu verleihen.

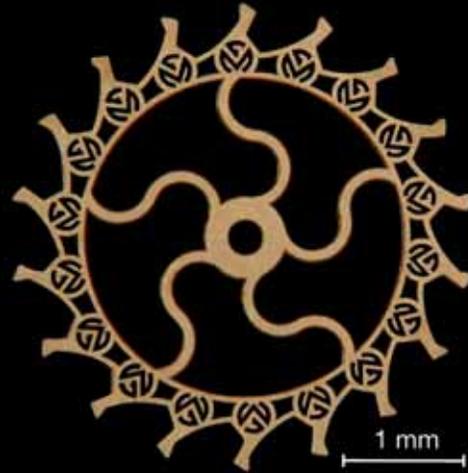
Ein zweiter grosser Coup zeichnet sich heute ab: die exquisite mechanische Uhrmacherei, deren Erfolg nicht abreisst, beruft sich mittlerweile auf die Technologien, die ursprünglich für die Herstellung elektronischer Mikroprozessoren entwickelt worden waren, die Herzen der Quarzuhren. Diese umstürzlerische Entwicklung manifestiert sich in der Schweiz in Gestalt einer jungen Firma mit phänomenalem Erfolg: Mimos in Sion.

**Silizium-Chips als Ausgangspunkt.** Blenden wir kurz zurück: um in grosser Stückzahl elektronische Chips für Uhren (und Computer und Tausende anderer digitaler Gadgets) herzustellen, bedient man sich der Photolithographie. Ein integrierter Schaltkreis ist ursprünglich nichts anderes als ein Stückchen Silizium, das hauchdünn mit einem Harz beschichtet ist, dem so genannten Photoresist, vergleichbar der Schicht auf einem lichtempfindlichen Photopapier. Auf dieses Arrangement wird eine Maske mit hellen und dunklen Stellen, ähnlich einem Photonegativ, gelegt und anschliessend an einer starken Lichtquelle belichtet. Überall dort, wo die Maske das Photoresist nicht vom Licht abgeschirmt hat, verändert das Harz sich chemisch und wird löslich, während die geschützten Stellen unlöslich bleiben. Danach genügt es, das Silizium-Werkstück in ein Lösungsmittel oder eine Säure zu tauchen, um die durch Licht veränderte Oberfläche wegzuzühen. Gegen Ende der neunziger Jahre ist Hubert Lorenz, ein junger Student der ETH Lausanne, gerade daran, seine Doktorarbeit in Mikrotechnik vorzubereiten, mit der er eine Forschungsrichtung verfolgt, die zehn Jahre zuvor in Deutschland ihre Anfänge genommen hatte. Weshalb, so sagt er sich, sollte man die Photolithographie nicht auch

IN  
NO  
VAT  
ION.



Dank elektronischer Techniken konnte Mimotec diese Mikrogussform realisieren, mit der sich Triebe aus Kunststoff für Quarzwerke in grossen Serien herstellen lassen. Das Trieb hat weniger als einen Millimeter Durchmesser.



Dieses aus Gewichtsgründen durchbrochene Zahnrad aus Nickel hätte mit herkömmlichen Techniken nicht hergestellt werden können. Doch ein durch UV-Belichtung erreichter Hohlraum ermöglicht jede erdenkliche Form.

verwenden können, um mikroskopisch kleine Objekte herzustellen, die maschinell gar nicht gefertigt werden könnten? Das Problem liesse sich allerdings nur mit einer relativ dicken Photoresist-Schicht lösen, da die Werkstücke eine gewisse Grösse haben. In diesem Fall müsste aber auch die Lichtquelle ausserordentlich stark sein. Die einzige Lösung, die er sieht, besteht darin, die Oberfläche der Bestrahlung eines Synchrotrons auszusetzen, was allerdings sehr komplex und kostspielig wäre.

**Zufälle und Begegnungen.** Ein erster Zufall will es, dass Lorenz einen Forscher des IBM Forschungslabors in Zürich trifft. Der erklärt ihm, dass es mittlerweile ein Harz gibt, das selbst in dicken Schichten auf einfaches Ultraviolett-Licht reagiert. Hubert Lorenz wird klar, dass dieses Harz den Schlüssel für ein neues Verfahren darstellt. War es bis vor kurzem lediglich möglich,

eine Oberfläche zu verändern, kann man jetzt mit einem Schlag viel tiefer ätzen.

Ein zweiter Zufall bringt ihn mit Victor Bruzzo zusammen, dem Gründer von Indtec, dem drittgrössten Hersteller von Quarzuhrwerken. Indtec ist ebenfalls in Sion domiziliert. Bruzzo benötigt winzige Triebe aus gegossenem Kunststoff in Millionenaufgabe. Je kleiner die Uhrwerke werden, umso komplexer, wenn nicht gänzlich unmöglich, wird die Fabrikation der winzigen Gussformen mit herkömmlichen Mitteln wie Fräsen und Elektroerosion. Victor Bruzzo überredet Hubert Lorenz, die Herstellung von Spritzgussformen mittels Ultraviolett-Photolithographie zu wagen. Das Unterfangen gelingt ihm. Das erste auf diese Weise hergestellte Teil ist die Spritzgussform für ein winziges Trieb mit acht Zähnen, das weniger als einen Millimeter im Durchmesser misst, ungefähr so gross wie der Punkt am Ende dieses Satzes.

# TECHNIKTECHNIK



Photo: Marc Wettli, Zürich

Das Herz der Mimotec schlägt im Reinraum, wo die UV-Belichtung stattfindet. Der CEO Hubert Lorenz diskutiert mit dem CTO G. Genolet

Hubert Lorenz überzeugt einen Kollegen, Nicolas Fahmi, sich ihm anzuschliessen, kratzt das Ersparte der beiden Familien zusammen, trifft einen Business Angel und gründet, mit der Unterstützung von Bruzzo und dessen Indtec als erstem Kunden, sein Unternehmen 1998.

**Noch etwas weiter.** Die traditionelle Schweizer Uhrmacherei verkauft sich immer besser, und die Uhrmacher stürzen sich in ein Rennen um technische Innovationen. Lorenz nimmt sich noch einmal von vorne der Mikrogussformen an, doch diesmal, um direkt Komponenten aus Nickel herzustellen. Wie zuvor bei den Mikrogussformen wird zunächst ein Hohlraum durch UV-Belichtung und Ätzen erreicht. Dieser wird anschliessend durch Elektroforming in einem Bad mit Nickel gefüllt, einer bekannten Methode zur Beschichtung mit verschiedenen leitenden Metallen. Dieser Prozess erlaubt die Herstellung winziger Bauteile mit äusserst geringen Toleranzen, die ohne weitere Nachbearbeitung verwendet werden können. Vor allem aber macht er Formen möglich, die vorher unvorstellbar waren. Ein Beispiel: Zahnräder, deren jeder der hundert Zähne einen Hohlraum aufweist, damit eine darin integrierte Feder das Zahnspiel aufhebt. Solche Teile zu entwickeln ist

vergleichsweise einfach, da sie in Übergrösse am Computerbildschirm entworfen und dann beliebig verkleinert werden können, anstatt die Maschine zu ihrer Herstellung feinregulieren zu müssen. Diese optische Reduktion erlaubt es natürlich auch, die Masken zu kopieren, um in einem einzigen Arbeitsgang hunderte identischer oder verschiedener Teile auf einem einzigen gläsernen Wafer von 15 cm Durchmesser galvanisch wachsen zu lassen.

Der Erfolg lässt nicht auf sich warten. Heute macht die Aktivität von Mimetal beinahe 90% der Einnahmen von Mimotec aus, die beinahe alle prestigeträchtigen Uhrenmarken beliefert. Ausserdem wendet sich die Firma, die mittlerweile 25 Personen beschäftigt, bereits anderen Sektoren zu, wie beispielsweise der Mikrofluidität oder der Verbindungstechnik zwischen kleinen elektronischen Geräten.

Seit der Gründung von Mimotec schwankte das jährliche Wachstum zwischen 20 und 40%. Und ein Ende ist nicht absehbar, da Mimotec sich gerade mit einem vielversprechenden Projekt beschäftigt, nämlich der Herstellung mechanischer Uhrenkomponenten aus Silizium, die nicht mehr geschmiert werden müssen.

# NIKTECHHNIKTEC

**Ein Nobelpreis für die Inspirationsquelle von Mimotec** Seit zehn Jahren bereits reizen die Technologien der Photolithographie durch Maskierung, mit deren Hilfe Microchips graviert werden, die Schweizer Haute Horlogerie. Diese Verfahren ermöglichen es nämlich theoretisch, mikroskopisch kleine mechanische Teile zu fertigen, die sich mit herkömmlichen Maschinen gar nicht herstellen lassen.

Akt 1 der Geschichte: der damalige Guru der Marke Ulysse Nardin, Ludwig Oechslin, schlägt eine revolutionäre Hemmung für die Uhr 'Freak', vor die aus Silizium sein soll, dem Material aus dem die Computerchips sind. Und wie auch in ihrem Fall wird die Form der Hemmungsräder durch Photolithographie erreicht, was unglaubliche Formen möglich macht. Ausserdem ist Silizium leicht und die Luftfeuchtigkeit genügt zur Schmierung der Kontaktflächen. 2001 entwickelt Oechslin gemeinsam mit dem Schweizerischen Zentrum für Elektronik und Mikromechanik (CSEM) eine Spiralfeder aus Silizium.

Um nicht ins Hintertreffen zu geraten, machen sich auch Patek Philippe, Rolex und die Swatch Group an die Entwicklung von Silizium-Spiralen, doch sie stossen auf ein Hindernis: bei einer Erhöhung der Temperatur wird Silizium weich, was für eine Spiralfeder alles andere als ideal ist. Während Ulysse Nardin das Problem mit einer Spirale aus synthetischem Diamant zu umgehen

sucht, der auf dieselbe Art und Weise entsteht, finden Claude Bourgeois und eine Forscherequipe des Instituts für Mikrotechnik der Uni Neuenburg (IMT) und des CSEM, die bereits seit Beginn des neuen Jahrtausends auf diesem Gebiet forschen, eine Lösung, indem sie das Silizium oxydieren, um so eine Oberfläche zu erreichen, die unempfindlich gegen Temperaturschwankungen ist. 2006 werden die ersten Uhren, die mit Spiralen aus oxydiertem Silizium ausgestattet sind, in Basel und Genf gezeigt.

Seit 1982 wird das IMT von Professor Nico de Rooij aus Holland geleitet, der auch an der ETH Lausanne unterrichtet. Er ist es auch, bei dem Hubert Lorenz, der Gründer von Mimotec, studiert hat. Diese Firma konzentriert sich nun auf die Bearbeitung von Silizium durch Photolithographie, doch in industriellen Dimensionen, da Prototypen heute alle in Laboratorien entstehen.

Diese kleine Welt hat soeben eine Würdigung von globaler Bedeutung erhalten: die vom IEEE verliehene Goldmedaille (Institute of Electrical and Electronics Engineers). Dieser mit 20'000 Dollar dotierte 'Nobelpreis der Ingenieure' wird kommenden Juni in den Vereinigten Staaten überreicht werden. Er markiert vielleicht den Beginn einer Ära der Photolithographie in der Haute Horlogerie.

Dies wird bestimmt nicht das letzte Mal sein, dass man über Spiralen und Zahnräder aus Silizium spricht.

## **PINZETTE** STATT KELLE



Fotos: Mirei Lehmann

# AUSBILDUNGSAUSI

Francis Gradoux

«Gefangen im Schnabel eines Reihers, der ihn verschlingen will, erwürgt ein Frosch den Vogel und entkommt; gib niemals auf!» lautet die Moral.

Dieses Bild empfängt die Schüler im Atelier von Michel Pluess in der Uhrmacherschule von Tramelan im Herzen des Juras, dem gelobten Lande der Schweizer Uhrmacherschule. Seine Berufung: Arbeitslose in Uhrmacher zu verwandeln. Seit 1995 wird hier nun schon unterrichtet, so dass inzwischen gegen 200 ehemalige Arbeitslose in Betrieben beschäftigt sind, die verzweifelt qualifizierte Fachkräfte suchen.

Die Hersteller mechanischer Schweizer Uhren haben nämlich laufend mehr Erfolg. Im Jahr 2000 exportierten sie noch 2.5 Millionen Uhren, 2005 war die Zahl auf 3.4 Millionen emporgeschneit! Und während diese auf der ganzen Welt begehrten Uhren im Jahr 2000 durchschnittlich noch 1783 Schweizer Franken kosteten, kletterte der Betrag innerhalb von fünf Jahren auf 2'114 Franken. Das heisst aber auch, dass die Uhren immer komplizierter werden und es zu ihrer Herstellung immer mehr Uhrmacher braucht. Laut einer Studie des Arbeitgeberverbands wird die Branche bis 2010 30% mehr Uhrmacher benötigen.

Also gilt es Lehrlinge auszubilden und Arbeitslose umzuschulen. Die Ausbildung dauert drei Jahre. Sie ist anstrengend und anspruchsvoll, und es kommt vor, dass Schüler den Mut verlieren; dann sollen sie sich an dem Frosch ein Beispiel nehmen.

«Gib niemals auf» ist auch Michel Pluess persönliche Devise. Das beweist seine berufliche Laufbahn. Er wächst im Städtchen Moutier im Jura auf. Beide Eltern sind in der Uhrenindustrie tätig. «Oft brachten sie am Abend noch Arbeit mit nach Hause.» Michel gefällt diese anstrengende Feinstarbeit nicht besonders, und er macht eine Lehre als Hochbauzeichner. Danach zieht es ihn in die Ferne: «Ich war im Club Med, im Sommer als Barkeeper und im Winter als Skilehrer.» Nach vier Saisons kehrt er nach Hause zurück und tritt in ein ortsansässiges Maurergeschäft ein. Dort arbeitet er zwanzig Jahre lang als Maurer und macht auch noch die Ausbildung zum Kranführer. «Und dann hat die Firma Konkurs gemacht», und Michel wird entlassen. Weil man ihn als tüchtigen und einsetzungsfreudigen Arbeiter kennt, wird er von einem anderen Betrieb eingestellt. Doch ein halbes Jahr später geht auch

NE  
UE  
HO

RIZONTE



# SBILDUNGGAUSBILD

dieser Betrieb pleite. Michel ist arbeitslos und hört von einer Uhrmacherschule. «Da dachte ich an meinen Vater, der an der Wärme arbeitete, während ich allmählich die Kälte auf den Baustellen zu fürchten begann...»

## Ein Meister der Präzision

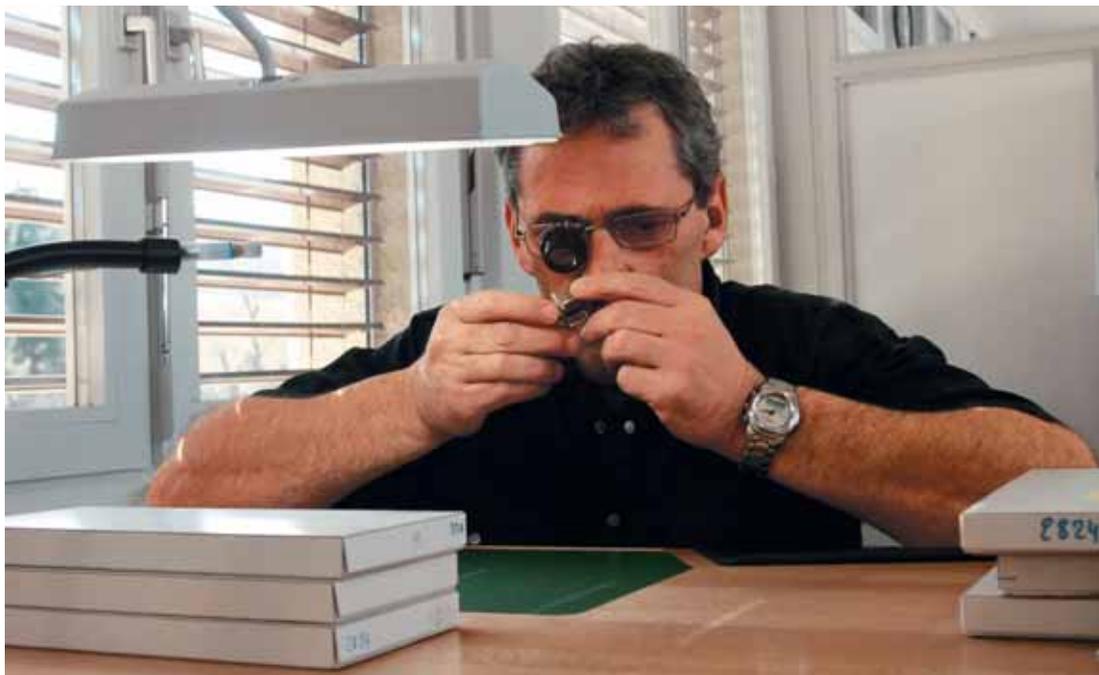
Michel Pluess verbringt ein Jahr im Ausbildungszentrum von Tramelan und besteht den Grundkurs, der ihn zum Uhrenarbeiter macht, dem einfachsten Uhrmacherberuf. Man schätzt ihn, und er findet gleich Arbeit in der grossen ETA-Fabrik von Grenchen, einem Betrieb der Swatch-Gruppe. Selbst seine groben Maurerhände sind ihm nicht hinderlich: «Auch wenn man eine meterhohe Mauer baut, arbeitet man auf den Millimeter genau... Die Toleranz ist nicht grösser als

in der Uhrenindustrie. Wenn man exaktes Arbeiten gewohnt ist, arbeitet man überall exakt. Ausserdem berührt man die Stücke nicht mit den Händen, sondern mit Werkzeugen.»

Also tauscht Michel mit 44 die Kelle ohne weiteres gegen die Pinzette ein und findet an dieser Arbeit Gefallen. Er kehrt nach Tramelan zurück und geht von dort nach Le Locle, um die fortgeschrittenen Lehrgänge zu besuchen: Zeiger setzen und Werkeinbau, W e r k z u s a m m e n b a u , Fertigstellung und –Réglage. Dann schliesslich die Krönung: das letzte Modul der Ausbildung, das ihn nach drei anstrengenden Jahren zum eidgenössisch diplomierten Uhrmacher macht. Und dies alles berufsbegleitend zu seiner Anstellung in der ETA, in Abendkursen und am Samstagmorgen.

«Man muss eben auch Opfer bringen.» Was konkret dreieinhalb Stunden Bahnfahrt, vier Stunden Kurs und acht Stunden Arbeit täglich bedeutet. Auch für seine Ausbildungskosten von 3»300 Franken jährlich kommt er selber auf. Er ist verheiratet, und allmählich reagieren seine Kinder ähnlich, wie er es tat, als seine Eltern ihre Abende am Etabli verbrachten.

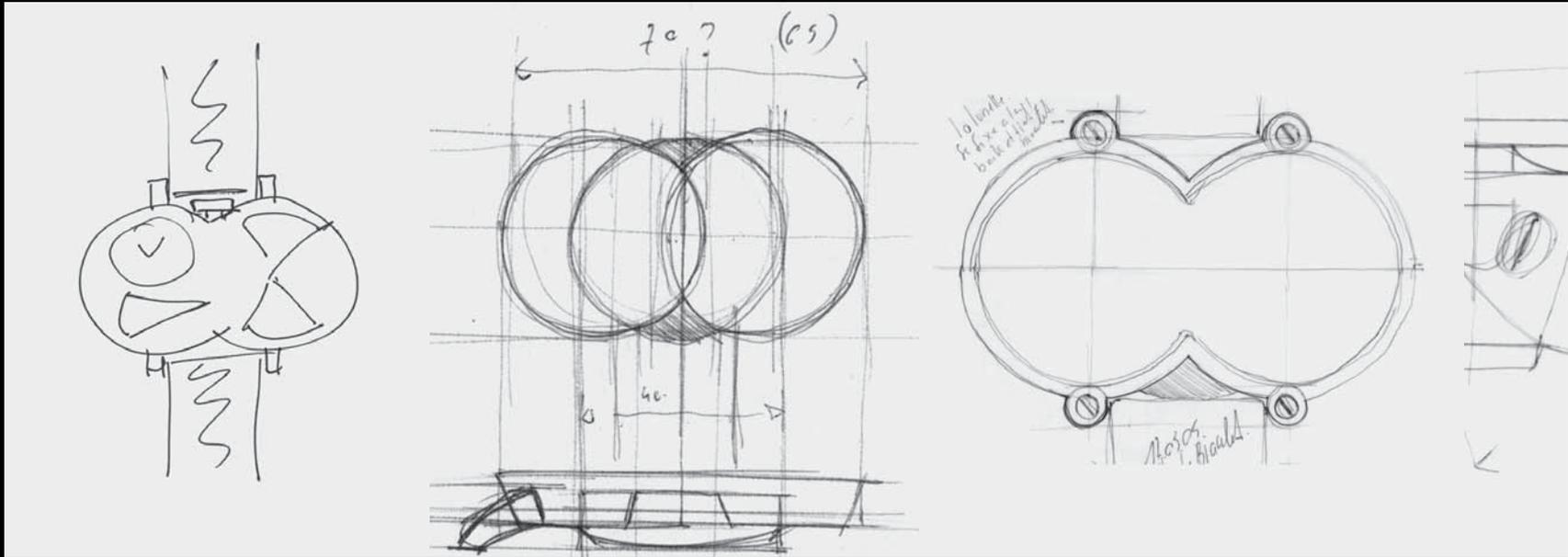
Michel Pluess begeistert sich nun für die Schulung. Er wird Lehrer am Zentrum von Tramelan und bildet nun die von der Industrie so gesuchten Facharbeiter aus. Zurzeit suchen alle Betriebe Personal. «Es ist wunderbar für einen Lehrer zu wissen, dass die Schüler nach ihrem Abschluss auch Arbeit finden werden.» Seine eigene Umorientierung ist ebenfalls noch nicht abgeschlossen: in wenigen Monaten wird er 53 und Direktor des Zentrums.



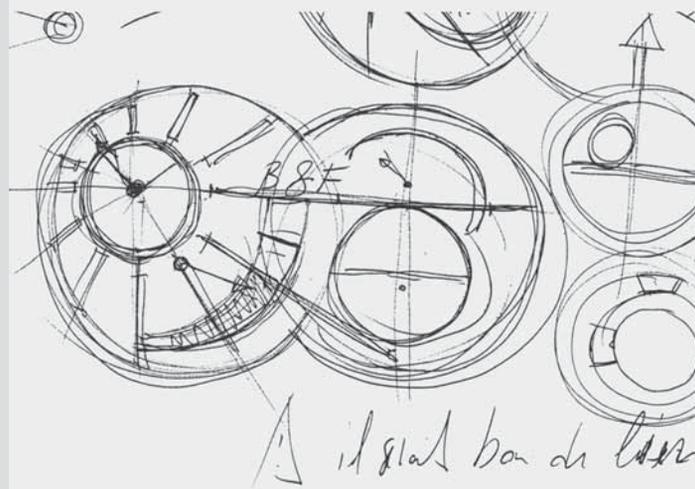
Die Hände von Michel Pluess haben sich der Uhrmacherei angepasst.

# 78 ZEITREGIEZEIT

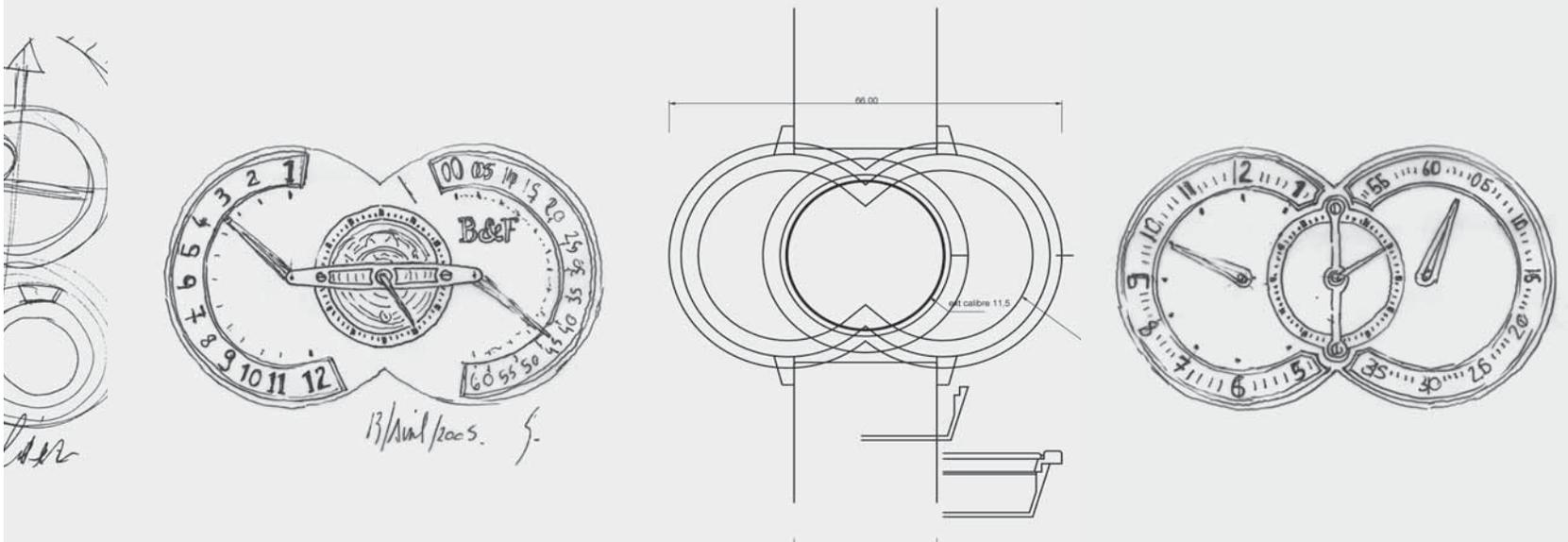
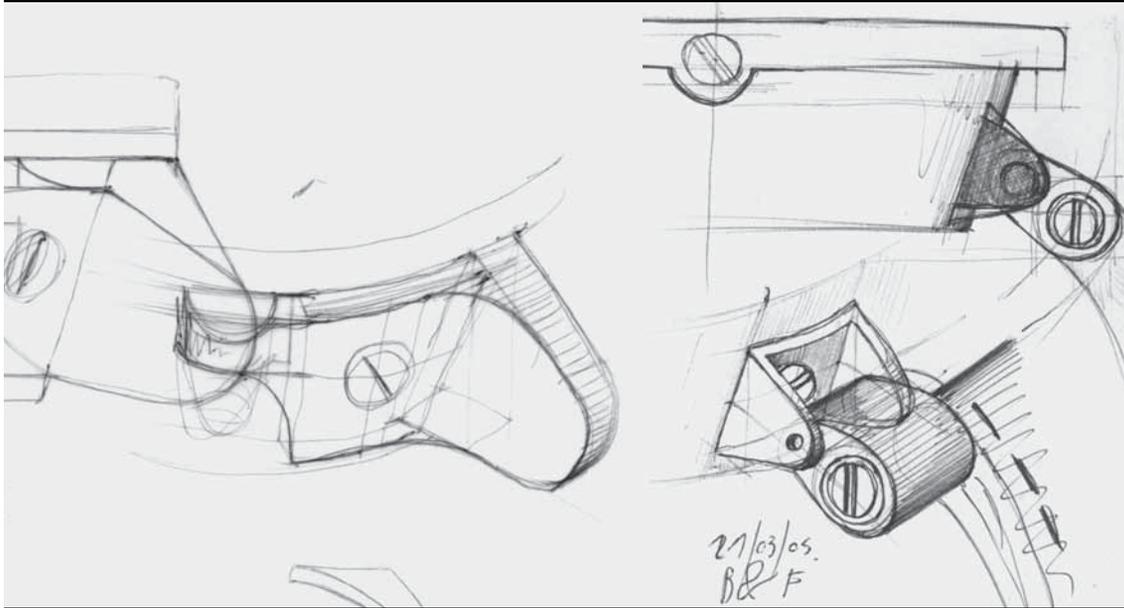
## Goldorak und der Rotor



Bevor es dank der geschickten Hände der Uhrmacher und Zulieferer von Bestandteilen das Licht der Welt erblickt, wird ein neues Modell im Kopf eines Gestalters, eines Designers, Werbefachmanns oder Träumers geboren. Diese Geburtswehen, die das Schöpferische betonen, haben etwas Geheimnisvolles. Maximilian Büsser hat diesen mit seinem Mitstreiter Eric Giroud gemeinsam erlebten kreativen Prozess festgehalten, aus dem die HM1, die Horological Machine Nr. 1, von MB & F hervorgegangen ist. Davon nun einige kommentierte Stationen, die an ein Regiebuch erinnern:



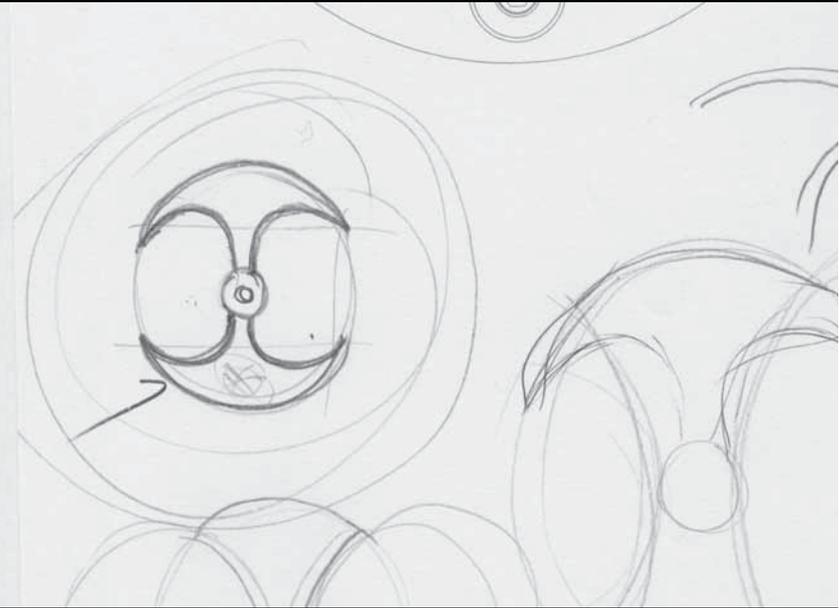
# REGIEZEITREGIEZ



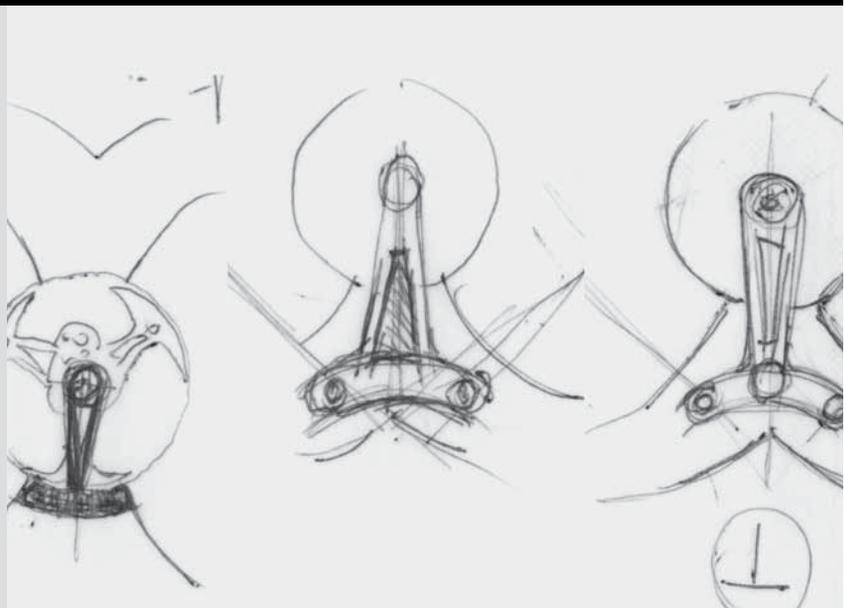
# ZEITREGIEZEITRE



Toei Animation

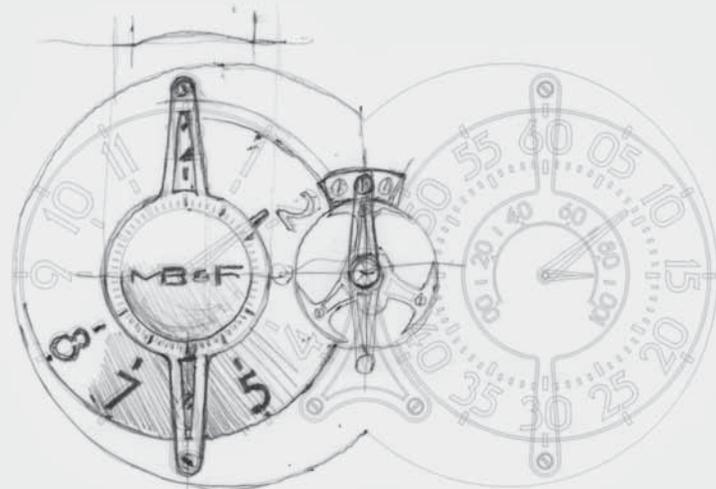
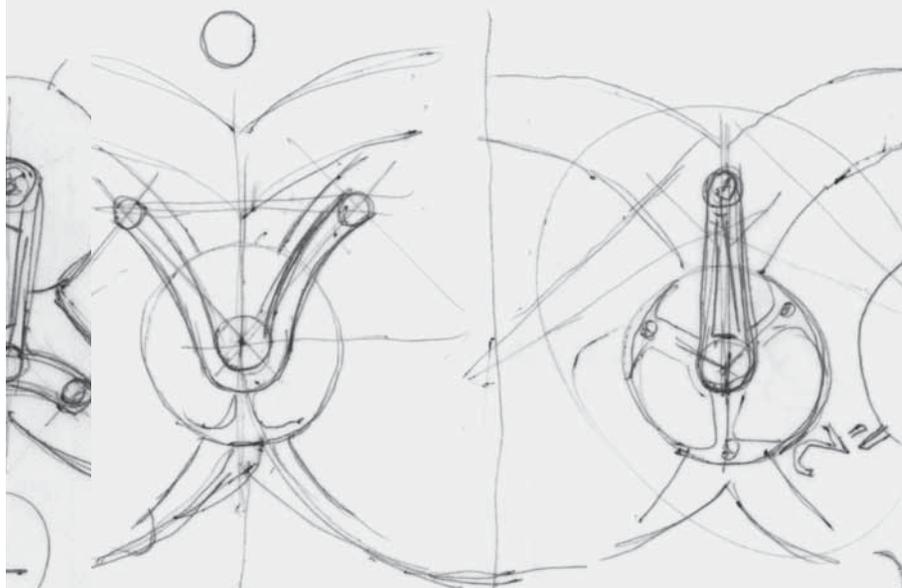


Die technische Anforderung für die Lünette lautete: genug Material, damit die Schrauben und Dichtungen Platz finden. Es wird 5 Prototypen bis zur idealen Ausführung brauchen. Von den Hörnern darf es 30 Varianten und vom Zifferblatt 70 Versionen geben! Und für den Rotor taucht der Comic von Goldorak mit seiner Astro-Axt aus meinen Kindheitsträumen auf; auch der Käfig ist von ihm inspiriert. Die Tourbillonbrücke ist von einer Taschenuhr im Stil Abraham-Louis Breguets inspiriert, womit ein spannungsvoller Dialog zwischen den Epochen ermöglicht wird.

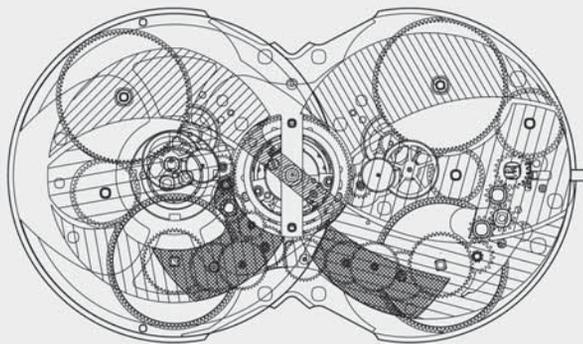
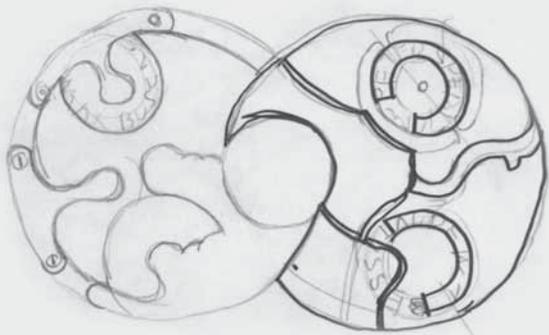


# REGIEZEIT REGIEZEIT

Die Grundidee von MB & F war es, einem Gastuhrmacher Raum und Strukturen zur Verfügung zu stellen, darum legte Max grossen Wert auf ein starkes Symbol, und so entstanden die beiden Kreise: zwei sich berührende Welten. «Die ersten Skizzen entstanden 2003 auf dem Rückflug von Singapur. Von Anfang an drängt sich ein wie eine umgekehrte Pyramide konstruiertes Profil auf. Und das Objekt muss leicht genug sein für ein schmales Handgelenk wie meines und gross genug, dass viel komplexe, innovative und zuverlässige Technik darin Platz hat.»



# TREGIEZEITREGIE



Ausgehend von der Form einer Acht wurde die Entwicklung des Werks gleichzeitig mit der des Gehäuses vorangetrieben, wobei die gegenseitige Abstimmung einiges Kopfzerbrechen bereitete. «Wir wollten die Symbiose, und das Ganze sollte sowohl etwas von einer Maschine und etwas von Goldorak haben. Und Patrick Lété, dem jungen Uhrenkonstrukteur, ist es über die technischen Anforderungen hinaus tatsächlich gelungen, den Geist dieser Kreation zu erfassen. Man beachte auch die Anti-Torsionsstäbe an den Seiten, um die überlange Platine zu versteifen und ein optimales Funktionieren des zentralen Tourbillons zu gewährleisten.»



# 84 UHRENERBE

## Der **Regulator**, das Mass aller Dinge

Grégoire Baillod

Der «*Regulator*» war lange Zeit das präziseste Instrument, das von Menschen zur Zeitmessung geschaffen wurde. Er hütete recht eigentlich die Zeit und diente als Referenz und Standard, nach dem die Uhren gestellt wurden. Zahlreiche Marken haben ihn und sein besonderes Zifferblatt dem modernen Geschmack angepasst und können auf diese Weise originalgetreue, geschichtsträchtige Stücke anbieten. Dabei fragt man sich auf den ersten Blick, ob dieser etwas anderen Uhr nicht ein Zeiger fehlt. Doch schon ein zweiter Blick bestätigt, dass alles vorhanden ist: Stunden-, Minuten- und Sekundenzeiger. Sie stehen bloss nicht alle auf derselben Achse wie üblich (dem Stundenrad), sondern jeder hat sein Zifferblatt, sein eigenes Zeitfeld. Und trotz dieser scheinbaren Freiheit messen sie ihren Zeitabschnitt völlig synchron, so dass am Ende die Zeitangabe extrem genau, wenn auch ungewohnt ist. Denn für einmal dominiert der Minutenzeiger, belebt mit seinem schnellen Gang das Zifferblatt und nimmt unterwegs die Stunden und Sekunden mit, die bei zwölf und sechs Uhr stehen – oder vielmehr bei sechzig und dreissig Minuten.

**Eine ehrwürdige Vergangenheit.** Dieses unterteilte Zifferblatt ist typisch für eine einzigartige Vertreterin der Uhrengeschichte, lange die Wächterin über die Zeit und U(h)rmmutter: den Regulator. Mit ihm beginnt eine neue Epoche der Präzision, mit der die Zeitmessung auf die Sekunde genau möglich wird.

EXZ  
EN  
TRI  
SCH !

# IRENERB EUHRENE



Es sind Marken wie Jaquet Droz, Chopard, IWC, Alpina, Chronoswiss, Paul Picot oder Louis Erard, die diesem Zeugen der Zeitgeschichte in moderner Form die Reverenz erweisen. Sie alle haben kürzlich Regulatormodelle herausgebracht, die auf ganz besondere Weise die Zeit anzeigen und eine Vergangenheit evozieren, die eng mit dem Ringen um die exakte Zeitmessung verknüpft ist.

**Der Stein der Weisen.** In der Erfindung des Regulators gegen Ende des 17. Jahrhunderts gipfelte die lange Suche nach äusserster Präzision und vollkommen regelmässiger und linearer Zeit. Der Regulator ist der Stein der Weisen der mechanischen Uhrmacherkunst. Heute haben Atomuhren die Referenzfunktion übernommen, deren Quantengenauigkeit erst die Mechanik und dann den Quarz in der ultrapräzisen Zeitmessung verdrängt hat. Vor dem Regulator jedoch gaben die Uhren nur eine sehr ungefähre Zeit an, mit täglichen Abweichungen von mehreren Minuten. Sie mussten dauernd neu auf ihre Referenzzeit ausgerichtet werden: den Gang der Himmelskörper.

Diese ungefähre Zeit reichte lange für die Bewältigung des alltäglichen Lebens aus, doch der Fortschritt von Wissenschaft und Technik verlangte immer dringlicher nach einer präziseren Zeitmessung. Es waren die Astronomen, die als erste präzisere und genauere und vor allem regelmässigere Zeitmesser forderten. Um die Gestirne zu beobachten und ihre Bahnen zu berechnen, brauch-

ten sie nämlich eine Uhr, die von Tag zu Tag ihre Ganggenauigkeit behielt. Darum ist es kein Zufall, dass die genauesten Uhren zunächst in den astronomischen Observatorien zu finden waren, denn zum einen diente der Himmel immer zur Bestimmung der Zeit (durch den Gang der Gestirne, vor allem von Sonne und Mond, der die Jahreszeiten, Monate und Tage bestimmt), und zum andern verlangte die Erforschung der Zeit ihrerseits wieder nach exakten und zuverlässigen Instrumenten.

Doch auch noch andere wesentliche Anwendungen riefen bald nach verlässlicher Chronometrie. Dies galt insbesondere für jene, bei der es um die künftigen globalen Machtverhältnisse ging: die Navigation auf See. Denn während die Seefahrer die geographische Breite (also die Position auf der Nord-Süd-Achse) durch Sternbeobachtung längst schon bestimmen konnten, blieb die genaue Ermittlung der Länge (der Position auf der Ost-West-Achse) bis zur Mitte des 18. Jahrhunderts ein ungelöstes Problem. Das heisst, dass die grossen Entdeckungen eines Christoph Kolumbus, Vasco da Gama oder Magellan viel eher dem Glück und Mut dieser tüchtigen Kapitäne zu verdanken sind als der Zuverlässigkeit ihrer Navigationsinstrumente. Prophezeite nicht bereits Heinrich der Seefahrer, der im 16. Jahrhundert die portugiesische Flotte auf der Suche nach dem Seeweg nach Indien um Afrika herum über die Ozeane trieb, die Beherrschung der Meere, des Handels und der Welt jenem Land, das ein präzises Navigations-

# UHRENERBEUHRER



instrument erfinden würde? Die Geschichte sollte ihm recht geben und erkor England dazu, das Längenproblem zu lösen – und zur Weltmacht aufzusteigen. Die epochale Erfindung wurde durch eine grosse Schiffskatastrophe beschleunigt, die den Wettlauf um die Präzision eröffnete, aus dem der Regulator als Sieger hervorging. Die Forschungen wurden von den Seefahrtsversicherungen und den Regierungen finanziert.

**Schlimmer als bei der Titanic.** Am 22. Oktober 1707 strandete eine königliche englische Flotte auf der Rückfahrt von Gibraltar auf den Felsen der Scilly-Inseln vor der englischen Südwestküste und ging mit Mann und Maus unter, wobei mehr als 1»600 Seeleute ihr Leben verloren. Die Schiffe hatten im Nebel ihre Position nicht richtig bestimmen können. Die Ausmasse der Katastrophe waren damals vergleichsweise schlimmer als beim Untergang der Titanic 205 Jahre später, und sie wühlte die Gemüter in ähnlicher Weise auf. Am 8. Juli 1714 verabschiedete das britische Parlament den «*Longitude Act*» und setzte darin eine Summe von 20»000 Pfund für denjenigen aus, dem es gelingen würde, die genaue nautische Position eines Schiffes mit weniger als einem halben Längengrad Abweichung zu bestimmen. Dies war eine beträchtliche Summe, umgerechnet etwa zwei Millionen Euro, mit der man damals mehr als zehn Schiffe kaufen

konnte. Als erster fand John Harrison im Jahr 1753 die Lösung. Er berechnete den Längengrad richtig, indem er als Hauptparameter in den Winkelbestimmungen mit dem Sextanten die Uhrzeit des Ausgangshafens einsetzte. So wurden Uhrmacherei und sekundengenaue Zeitmessung zu einer planetaren Herausforderung. Im Jahr 1761 testete Harrison seine Seefahrtsuhr H-4 auf einer Reise nach Jamaika und zurück. Wieder in Portsmouth konnte er feststellen, dass seine Uhr 147 Tage nach dem Auslaufen in England nur 1 Minute und 54.4 Sekunden verloren hatte. Das Preisgeld des «*Longitude Act*» ging an ihn – und an Grossbritannien die Vorrherrschaft auf den Meeren. Allerdings erkämpfte er sich diesen Lohn erst kurz vor seinem Tod.

Mit Folgen über diese konkrete Erfindung hinaus wurde die genaue Zeit zum ersten Mal transportabel und beständig und löste sich von der Richtzeit der Observatorien. Diese waren bis dahin der Urquell der Zeit gewesen, aus dem man ganz wörtlich die Genauigkeit schöpfte. Das tat man noch in den Anfängen der Eisenbahn, zum Beispiel im deutschen Grossherzogtum Baden. Dort begab sich jeden Morgen vor Abfahrt des ersten Zuges ein Bahnangestellter zum Observatorium von Mannheim, stellte seine Taschenuhr auf die Sekunde genau und richtete dann alle Bahnhofsuhren am Rhein oder im Schwarzwald danach. Auch die Uhrmacher am Etabli regulierten

# ENERB EUHRENER

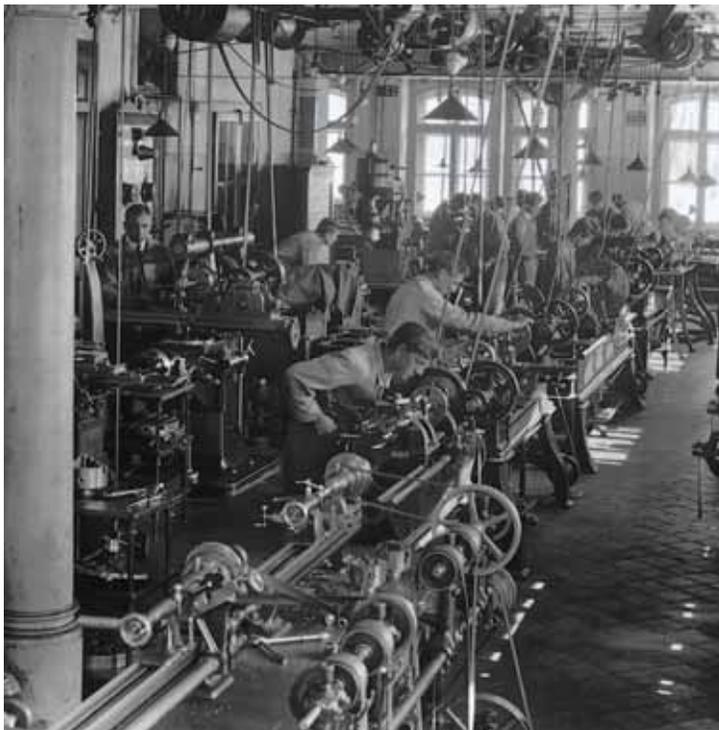


die von ihnen hergestellten Uhren so. Doch mit den Fortschritten der marinen Zeitmessung wurden den Uhrmachern, Eisenbahnern und Wissenschaftlern Uhren zugänglich, die am Tag nur noch um Sekundenbruchteile und bis gegen Ende des 19. Jahrhunderts nur noch um Hundertstelssekunden oder noch weniger abwichen. Es sind diese Präzisionspendeluhren, mit denen sich andere Uhrengenaue regulieren lassen, die man Regulatoren nannte. Ihre hohe Genauigkeit war einem kompensierten Bimetall-Pendel zu verdanken, das eine temperaturbedingte Ausdehnung oder das Zusammenziehen des Metalls ausglich. Dies übernehmen heute besondere Legierungen – oder aktuell das Silizium-, die beständig sind und für die Spiralfedern verwendet werden, die die Ganggeschwindigkeit der mechanischen Uhren bestimmen.

Doch weshalb ist das Zifferblatt so seltsam unterteilt? Dies ist eine simple Frage der Lesbarkeit, denn ein zentraler Stundenzeiger in seinem langsamen Gang über das Zifferblatt würde die Ableseung des Sekundenzeigers in dessen Bereich bei 6 Uhr während Stunden beeinträchtigen. Werden die Stunden hingegen in ein eigenes kleines Feld bei 12 Uhr verbannt und die Minuten am grossen Zifferblatt angezeigt, kann die Zeit auf Sekundenbruchteile genau deutlich besser abgelesen werden. Diese Anordnung der Zeiger findet sich auch schon auf Seefahrtsuhren wie der des berühmten britischen Admirals Nelson, des Siegers der Schlacht von Trafalgar.

Mit ihrer Neulancierung der Regulatoren bieten die Uhrenmarken heute den Liebhabern schöner Uhren «ein Meisterstück der Uhrengeschichte» an, wie IWC sein neues Modell Portuguese Regulator anpreist. Und in erster Linie hat Jaquet Droz das Interesse am Regulator wieder geweckt: «wegen dessen historischer Bedeutung und um die Emailzifferblätter der Marke zur Geltung zu bringen», erklärt Generaldirektor Manuel Emch. Um die Suche nach äusserster Präzision geht es nur noch symbolisch: Die Werke, die in den Armband-Regulatoren ticken, sind nicht mehr wesentlich genauer als die anderer Uhren. Es handelt sich um eine kleine zusätzliche Komplikation. Doch mit ihrer nostalgischen Ästhetik weisen sie ihre Besitzer als Kenner aus, die eine ungewöhnliche Uhr wertschätzen können.

## DIE ENTSTEHUNG DER UHRMACHERSCHULEN



Fotos: Mémoires d'Ici

Lehrlinge im 2. Jahr in der Mechanikwerkstatt der Uhrmacherschule von Saint-Imier, 1910-1920.

Die ersten Schweizer Uhrmacherschulen wurden Mitte des 19. Jahrhunderts mit dem Ziel gegründet, die Ausbildung der gelernten Uhrmacher-Rhabilleure und die Qualität der Uhren voranzubringen. Die Blütezeit der Uhrmacherei im Laufe des 18. Jahrhunderts hatte zu einer starken Arbeitsteilung geführt. Sie war so ausgeprägt, dass die meisten jungen Menschen, die sich in diese Industrie stürzten, lediglich eine sehr kurze Lehre absolvierten, die sich auf die Fähigkeiten für einen winzigen Teil des Produktionsprozesses konzentrierten.

Als Reaktion gegen diese Tendenz, die befürchten liess, dass das kollektive technische Know-how in diesem Bereich verschwinden könnte, trieben einzelne Uhrenfabrikanten die Gründung von Schulen voran mit dem Ziel, Uhrmacher auszubilden, die den gesamten Ablauf des Fabrikationsprozesses beherrschen sollten. Diese Lehrgänge, die im Allgemeinen

Pierre-Yves Donzé

# GESCHICHTEGES

Klasse der  
Uhrmacherschule von  
Saint-Imier, 1910-1920.



für eine Dauer von drei Jahren ausgelegt waren, kombinieren theoretischen Unterricht und die praktische Arbeit im Atelier. Sie erlaubten die Ausbildung einer neuen Elite, die dazu bestimmt ist, die Führung der Comptoirs und Ateliers des gesamten Jurabogens zu übernehmen. So kommt es dazu, dass nach und nach Schulen in Genf (1826), La Chaux-de-Fonds (1865), Saint-Imier (1866), Le Locle (1868), Neuenburg (1871), Biel (1873) und Fleurier (1875) ihre Aktivität aufnehmen.

Diese Institutionen können dennoch die Bedürfnisse der Fabrikanten nicht befriedigen. Denn sie benötigen so schnell wie möglich Kontrollarbeiter, Fabrikationschefs, technische Direktoren und letztlich Kandidaten für ihre eigene Nachfolge. So stützt man den zu grossen Zeitraum zurück, den man der theoretischen Ausbildung eingeräumt hatte, und verkürzt die als zu lang empfundene Dauer der Lehre. Infolgedessen beenden viele Lehrlinge ihre Ausbildung vorzeitig. Gemäss einem vom damaligen Direktor der Uhrmacherschule La Chaux-de-Fonds erstellten Bericht blieben von den 140 Schülern, die sein Institut zwischen 1865 und 1874 besuchten, lediglich 14 Lehrlinge (10%) während 3 Jahren an der Schule. 50 Schüler (35%) besuchten den Unterricht weniger als ein Jahr lang, 51 (37%) weniger als zwei Jahre und 25 (18%) weniger als drei Jahre.

**Rückkehr aus Philadelphia.** Bei seiner Rückkehr von der Weltausstellung in Philadelphia 1876 ist der tech-

nische Direktor von Longines in St. Imier, Jacques David, entschlossen, die Schweizer Uhrenindustrie zu modernisieren. In den Vereinigten Staaten hatte er die Gelegenheit, die wichtigsten Uhrenfabriken (Waltham und Elgin Watch) zu besichtigen. Da sie organisiert sind wie industrielle Konzerne, können sie, dank dem Einsatz von Maschinen und der Standardisierung der Komponenten, Uhren extrem günstig produzieren, was die Vorherrschaft der Schweizer Uhrenindustrie auf ihrem Hauptabnehmer, dem amerikanischen Markt, mit einem Mal in Frage stellt.

Jacques David schwebt vor, das amerikanische Modell für die Schweiz zu adaptieren und eine Förderpolitik für sein Projekt zu entwickeln. Er verfasst einen berühmt gewordenen Report über die amerikanische Uhrenindustrie, der in der auf die handwerkliche Uhrmacherei ausgerichteten Schweiz Wellen wirft. Ausserdem engagiert er sich in der Interkantonalen Gesellschaft der Industrien des Juras, deren technischer Unterkommission er seit 1977 vorsteht. Sie hat die Aufgabe, bestimmte uhrmacherische Normen zu rationalisieren (Einführung des metrischen Systems, Vereinheitlichung der Schraubengrössen etc.). Schliesslich befasst er sich mit der Berufsbildung, indem er aus den Uhrmacherschulen ein zentrales Element seines Modernisierungsprojekts machen will. Da er kurz nach der Gründung der Uhrmacherschule von Saint-Imier zum Kommissionsmitglied ernannt wurde,

# SCHICHTEGESCHICHTE

bleibt er dort bis zu seinem Tod 1912 ein wichtiger Träger dieser Einrichtung.

Unter seiner Ägide kommt 1877 in Neuenburg eine wichtige Zusammenkunft aller Direktoren der Schweizer Uhrmacherschulen zu Stande, um über die Notwendigkeit zu debattieren, «eine Änderung im theoretischen und praktischen zur Zeit an unseren Schulen durchgeführten Unterricht herbeizuführen, als Reaktion auf die Konkurrenz der grossen mechanisierten amerikanischen Fabriken». Im Klartext handelt es sich darum, die Ausbildung der Uhrmacher in der Schweiz durch die Erweiterung der Kenntnisse in der Mechanisierung und die Einführung von Maschinen in den Ateliers zu reorganisieren und zu vereinheitlichen. Während der Zusammenkunft wird jedoch keine Entscheidung getroffen. Vielmehr offenbart sie vor allem die gespaltenen Positionen gegenüber dem amerikanischen Modell.

Die Schulen von Genf, La Chaux-de-Fonds und Le Locle sträuben sich am hartnäckigsten. Für sie ist einzig und allein eine qualitativ hochstehende handwerklich produzierte Uhr im Stande, gegen die Konkurrenz zu bestehen. Zu diesem Zweck ist es für sie notwendig, über Schulen zu verfügen, welche die technische Überlegenheit des traditionellen Know-how fördern. Die Verwalter der Uhrmacherschulen zeigen sich wenig begeistert vom Projekt Jacques Davids. Folglich setzt er sein modernisierendes Vorhaben lediglich in «seiner»Schule in Saint-Imier um.

**Eine Schule mit Pioniersanspruch.** Die Gründung und Entwicklung der Uhrmacherschule von Saint-Imier ist eng mit der grössten lokalen Uhrenfabrik verknüpft: Longines. Ursprünglich aus einem 1832 gegründeten Comptoir hervorgegangen und zwanzig Jahre später von Ernest Francillon übernommen, durchläuft diese Fabrik zu Ende der 1860er Jahre einen Rationalisierungsprozess, der sie zu einem der Giganten der Schweizer Uhrenindustrie anwachsen lässt. 1867 baut Francillon ein Fabrikgebäude und wendet sich an den Ingenieur Jacques David, der ihn bei der Organisation dieser neuen Manufaktur unterstützen soll. Von 1870 bis 1900 konzentriert die Firmenleitung die Arbeitskräfte auf das Herzstück der Fabrikation und führt neue Maschinen ein. Die Zahl der Beschäftigten steigt von 170 Personen im Jahr 1870 auf 850 im Jahr 1905, als Longines

WID  
ER  
STÄN  
DE !

# GESCHICHTEGES

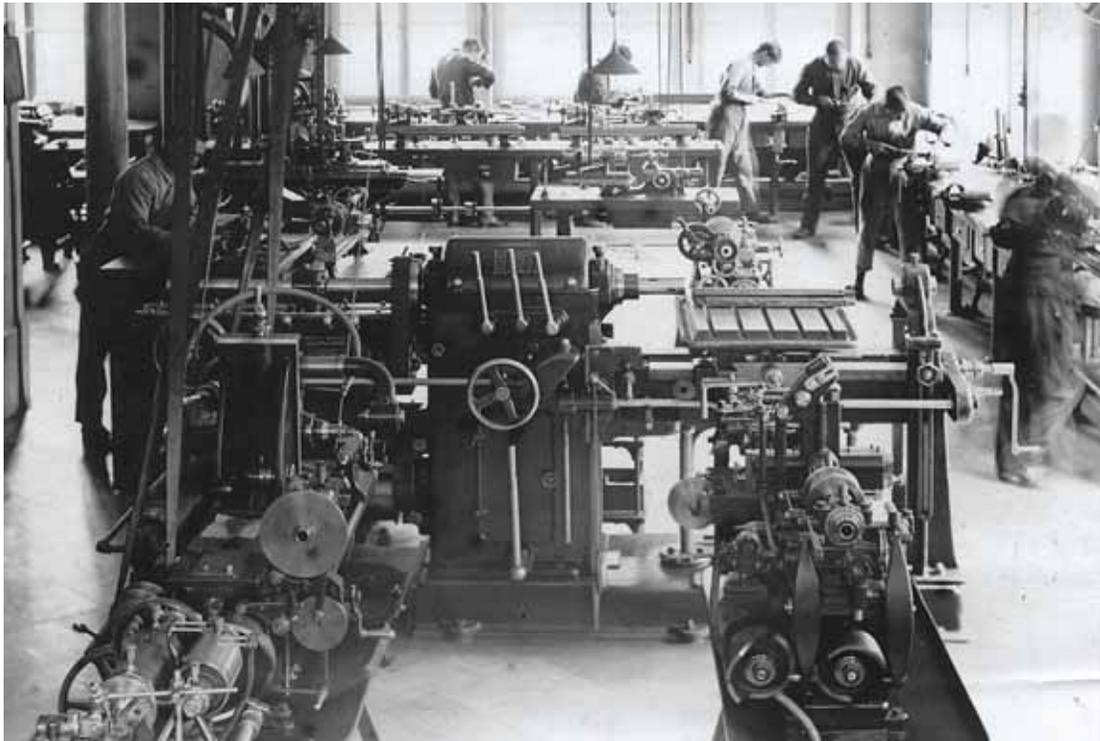
bereits die zweitgrösste Uhrenfabrik des Landes ist. Auch die Produktion erfährt ein beträchtliches Wachstum: von 20'000 Stück im Jahr 1885 steigt sie auf 93'000 im Jahr 1901 an. Diese Zunahme verlangt auch nach zusätzlichen Spezialisten wie Kontrollarbeitern, Atelierchefs und technischen Kaderleuten, welche über die zum Erfolg einer Fabrik notwendigen Fähigkeiten verfügen. Aus diesem Grund unterstützen sowohl Ernest Francillon wie auch Jacques David die hiesige Uhrmacherschule seit ihrer Gründung.

Die Institution wird 1866 eröffnet und funktioniert während der ersten Jahre nach einem klassischen Modell: die vollständige dreijährige Lehre umfasst eine sowohl praktische als auch theoretische Ausbildung. Ein gewisser Erfolg zeigt sich, indem die Schülerzahlen zwischen 1867 und 1870 von 12 auf 27 ansteigen. Um die Kritiken zu entkräften, welche die Ausbildungsdauer als zu lang ansehen, erlaubt die Kommission ab 1869, dass es für

bestimmte Schüler möglich ist, lediglich die praktischen Kurse zu besuchen und verfügt, dass der praktische Aspekt der Lehre generell mehr Gewicht bekommt. Der Direktor Heinis, ein ehemaliger Lehrer von der Uhrmacherschule in Besançon, richtet 1874 in den Ateliers eine neue Arbeitsorganisation ein, welche sich an die Bedingungen am Fließband annähert. Jeder Uhrmacherschüler besetzt gemäss seinem Ausbildungsstand einen definierten Platz im Fabrikationsprozess und führt dort lediglich eine spezifische Operation durch. Diese Reform macht die Schule offenbar populär: in den Jahren 1875 bis 1877 liegt die Zahl der Schüler bei 30.

**Der Triumph der Mechanisierung.** Die eigentliche Modernisierung der Uhrmacherausbildung setzt aber erst nach der Rückkehr Davids aus Philadelphia ein. Sie manifestiert sich auf verschiedenen Ebenen: Zunächst geht es darum, die Werkzeuge zu erneuern, mit denen die Schüler arbeiten. 1879 kauft die

Mechanikwerkstatt 3. und 4. Lehrjahr der Uhrmacherschule von Saint-Imier, 1910-1920.

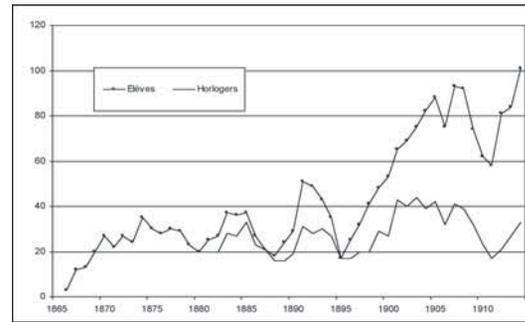


# SCHICHTEGESCHICHTE

Schule deshalb zwei Drehbänke und erhält im selben Jahr von Francillon eine erste Zuwendung, «*die speziell zur Perfektionierung der Werkzeuge eingesetzt werden soll*». Diese Politik der Erneuerung ist während der 80er Jahre des 19. Jahrhunderts stets präsent. Ausserdem öffnet sich die Schule vermehrt und lockert die Aufnahmebedingungen dank einer Senkung der Ausbildungskosten. Schliesslich werden die Schüler über die Fabrikationsmethoden in den USA aufgeklärt. 1887 verlangt die Kommission von der Interkantonalen Gesellschaft der Industrien des Juras «*ihre Sammlung amerikanischer Uhrwerke an die Uhrmacherschulen zu verteilen; wenn diese sich in der jeweiligen Sammlung befinden, könnten sie sich als nützlich erweisen*.» Innerhalb der Uhrmacherschule von Saint-Imier übernimmt der 1880 ernannte neue Direktor James Reymond die Modernisierung. Er kommt von der Uhrenfabrik Montillier, eines der damals modernsten Betriebe in der Schweiz, bleibt der Schule bis 1916 erhalten und spielt dort eine entscheidende Rolle in deren Modernisierung. Die Neuorganisation der Unterrichtsprogramme wirkt sich dennoch nicht auf die Schülerzahlen aus.

Das herausragende Merkmal der Uhrmacherschule von Saint-Imier im ausgehenden 19. Jahrhundert besteht in der Flexibilität, auf die wechselnden Bedürfnisse der Uhrenindustrie, insbesondere der ortsansässigen Longines, stets mit neuen Ausbildungsgängen reagieren zu können. 1882 wird beispielsweise ein praktischer Kurs für Hemmungen eingeführt, der 18 Monate dauern soll. Er ist die Konsequenz aus «*den Veränderungen, die in den vergangenen Jahren im Uhrenfabrikationsverfahren durch die Gründung neuer Manufakturbetriebe Einzug gehalten haben, die einen grossen Grad der Arbeitsteilung kennen*.» Der Kurs erlebt einen lebhaften Erfolg, der sich bis 1916 jedes Jahr in durchschnittlich zwölf teilnehmenden Schülern äussert.

Es ist vor allem die Einführung eines Mechanikkurses 1896, der die Modernisierung dieser Institution charakterisiert. Dazu auserkoren, eine «*Quelle für gute Arbeiter und ausgezeichnete Mechaniker zu werden, die zurzeit äusserst gesucht sind*,» ist sie auch auf die praktische Ausbildung der Schüler ausgerichtet. Zwischen 1910 und 1920 liefert sie sogar Zahnradfräsmaschinen an die Unternehmen der Region, wie etwa Cortébert Watch Co oder Berna Watch Co. Der Berufsweig der Mechaniker ist der-



Schülerzahlen an der Uhrmacherschule von Saint-Imier, von 1866 bis 1914.

# GESCHICHTEGES

Regleusen-Atelier,  
Uhrmacherschule von  
Saint-Imier, 1910-1920.



jenige, der in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts zweifelsohne den grössten Erfolg verbucht. Die Anzahl Lehrlinge wächst bis Beginn der zwanziger Jahre kontinuierlich: 17 Lehrlinge im Jahr 1900, 25 zehn Jahre später und 35 im Jahr 1920. Während der gesamten Periode von 1896 bis 1920 machen die Mechaniker 32% der Lehrlinge aus.

Ein vierter Ausbildungsgang wird 1912 mit der Einführung einer Klasse für Regleusen eröffnet. Die Kommission der Schule erklärt, «*die Einführung dieses Kurses ist eine Konsequenz aus dem Rückgang der Heimarbeit, aus der Entwicklung der mechanisierten Fabrikationsmethoden und dem Mangel an Arbeitskräften in diesem wichtigen Segment der Uhrenherstellung.*» Dieser Lehrgang sieht zwei Möglichkeiten der Lehre vor; eine zu 12 und eine zu 18 Monaten, und beschäftigt rund 10 junge Frauen (12% der Schüler zwischen 1912 und 1918).

Wir haben es also zwischen 1880 und 1920 mit einer extrem dynamischen Schule zu tun, die sich im Nu den verschiedenen Bedürfnissen der regionalen Unternehmungen anpasst und so ihre Kapazität an Ausbildungsplätzen entwickelt. Die Anzahl der Schülerinnen und Schüler steigt stark an: von 20 im Jahr 1880 auf 53 um 1900 und auf 104 um 1920. Allerdings verlassen die Schule nicht mehr ausschliesslich die vollständig ausgebildeten Uhrmacher-Rhabilleure, welche die Uhrmacherkunst in ihrer ganzen Komplexität beherrschen, sondern

spezialisierte Arbeitskräfte, die über kein breites Können verfügen. Als Jacques David 1912 stirbt, ist die Schule in Saint-Imier eine Avantgarde-Schule, die sich gemäss den Bedürfnissen der lokalen Uhrenindustrie entwickelt hat und sich als Ort durchgesetzt hat, wo neuartiges Wissen und die Modernisierung der lokalen technischen Kultur weitergegeben werden.

**Die Verbreitung des Modells.** Das Modell dieser Schule findet schliesslich bei den anderen Unterrichtsinstituten, die sich ursprünglich gegen eine Modernisierung gestäubt hatten, dennoch einen gewissen Erfolg. So wird das Modell aus Saint-Imier, das sich durch seinen praktischen und auf die Bedürfnisse der Industrie ausgerichteten Unterricht charakterisiert, doch schnell von den übrigen Schweizer Uhrmacherschulen adaptiert.

Die Integration des Fachs Mechanik in die Lehrpläne ist ein ausgezeichneter Indikator für die allmähliche Modernisierung der verbleibenden Uhrmacherschulen. So gelangen in La Chaux-de-Fonds bereits 1878 diverse innovative Uhrenfabrikanten unter der Leitung von Arnold Grosjean mit der Forderung an die Regierung, dass «*wir zur Zeit nicht bloss gute Uhrmacher benötigen, sondern vor allem Uhrmacher-Mechaniker.*» Mit dem Verweis auf die Uhrmacherschule in Saint-Imier verlangen sie, dass die hiesige Uhrmacherschule ihr Curriculum im Hinblick auf die amerikanische

# SCHICHTEGESCHICHT

Konkurrenz modernisiere. Sie müssen sich zwar noch einige Jahre gedulden, erringen aber den Erfolg, dass 1886 ein Mechanikerlehrgang und 1889 ein Kurs zur maschinellen Herstellung von Ebauches auf die Beine gestellt wird.

In Biel verläuft die Entwicklung ähnlich. Auch hier hat die Schulkommission trotz des traditionellen Charakters der Schule ein offenes Ohr für die neuartigen Bedürfnisse der Uhrenindustrie. 1880 führt die dortige Uhrmacherschule praktische Reglage-Kurse einer Dauer von zwei bis drei Wochen ein, um diese meist weibliche Arbeitskraft anzulernen, welche von den lokalen Uhrenfabriken dringend benötigt wird. In erster Linie beschliesst sie jedoch auch die Modernisierung der Uhrmacherausbildung, indem sie die maschinelle Fertigung als Unterrichtsfach einführt.

Die Uhrmacherschule von Genf hat hingegen bereits 1879 einen entsprechenden Kurs eingerichtet. Die 1884 neu gegründeten Schulen in Porrentruy und Solothurn realisieren von Anfang an, dass ihnen die ortsansässigen Uhrenfabriken die Kursinhalte zu deren eigenem Zweck diktieren werden.

In den Jahren nach 1880 folgen auch die restlichen Schweizer Uhrmacherschulen und eignen sich das Modell an, das ursprünglich in Saint-Imier entwickelt worden war. Sie werden unterstützt und angespornt durch den Eidgenössischen Inspektor der Uhrmacherschulen, Charles-Emile Tissot, der gleichzeitig Uhrenfabrikant in Le Locle und Nationalrat ist. Er engagiert sich dagegen, *«dass man sich zu lange und sehr in die Theorie vertieft. Das belastet den Geist der jungen Menschen zu sehr.»* Die Schweizer Uhrenindustrie erobert sich so einmal mehr ihren Platz als Leader auf dem internationalen Markt, nicht, indem sie ein Ideal technischer Überlegenheit verteidigt, sondern indem sie in der Lage ist, ihren Produktionsapparat zu hinterfragen und zu erneuern.

PO

LI

TIK



# 104 NEUE PRODUKTE



**Audemars Piguet** Dieses Modell aus der Kollektion „Millenary Ciel Etoilé“ ist in Weissgold gearbeitet und mit Diamanten besetzt. Es zelebriert das Himmelsgewölbe mit dem Staubband der Milchstrasse und seinen glitzernden Gestirnen. Dezentrales Zifferblatt und Halbmond aus Perlmutter, Gangreserve bei 12 Uhr, Zeigerdatum bei 6 Uhr und Mondphase bei 10 Uhr. Satin-Armband mit Faltschliesse. CHF 65710 ohne MWSt



**Baume & Mercier** Die neue „Hampton XL Magnum“ ist mit einem automatischen Werk von Soprod ausgestattet, dessen mit Genfer Streifen verzierte Schwungmasse durch ein Bullauge im Gehäuseboden betrachtet werden kann. Gehäuse aus poliertem und satiniertem Stahl. Seitliche Verstärkungen gegen Stösse. Verschraubte Krone. Zweite Zonenzeit, Datum bei 12 Uhr. Wasserdicht bis 200 m. CHF 4300 ohne MWSt

**Bulgari** Die „Diagono Scuba Chrono“ ist eine Neuheit, die speziell für Profitaucher entwickelt worden ist. Mechanisches Chronographenwerk mit automatischem Aufzug. Gelbgoldgehäuse. Schwarzes Zifferblatt, Leuchtindexe, Datum bei 4:30 Uhr, Flyback-Funktion, drehbare Lünette. Wasserdicht bis 300m. COSC-zertifiziert. Armband aus Naturkautschuk mit Schliesse aus Gelbgold. CHF 20000

**Daniel Roth** Der neue ewige Kalender mit Zeitgleichung zeigt in einem Sektor bei 2 Uhr wie viele Tage der laufende Monat zählt. Gegenüber befindet sich die Anzeige für die Abweichung zwischen wahrer Ortszeit und mittlerer Zeit, dazwischen die Mondphase. Wochentag, Monat, Datum und Schaltjahresanzeige teilen sich die Mitte des komplexen Zifferblatt. Automatikwerk. Gehäuse aus Weissgold. CHF 104250



# KTENEUEPRDUKTE



**Blancpain** Lässt sich die Klangqualität eines Läutwerks mit einem wasserdichten Gehäuse vereinen? Das Modell „Léman Aqua Lung“, das auf Verlangen Stunden, Viertelstunden und Minuten läutet, beantwortet diese Frage positiv: die Uhr verträgt einen Druck von 10 Atmosphären. Die Innovation verbirgt sich im Aufzugssystem der Repetition. Extraflaches Automatikwerk. 40 mm Gehäuse Rotgold. CHF 165 000



**Breitling** Die neue Variante der „Bentley Flying B“ präsentiert sich als Chronograph. Automatisches Werk. Totalisatoren bei 3, 6, und 9 Uhr. Grossdatum bei 12 Uhr. Rechteckiges Stahlgehäuse mit verschraubter Krone. Zifferblatt von einem Bentley-Armaturenbrett inspiriert. Ziffern aus Perlmutter, geprägtes zentrales Muster. Zwei integrierte Wippendrücke. Bis 100 m wasserdicht. COSC-zertifiziert. Lederarmband. CHF 15 000

**De Grisogono** Die neuste Kreation von Fawaz Gruosi, „Instrumento Novantatre“, basiert auf einem Automatikwerk mit Jahreskalender. Rechteckiges, gewölbtes Stahlgehäuse mit den Massen 47,2 x 40mm. Grossdatum bei 12 Uhr, halbkreisförmiges Fenster für die Monate bei 8 Uhr, kleine Sekunde bei 5 Uhr. Die Ziffern 3 und 9 sind extragross. Bewegliche Bandanstösse und skelettierter Boden. CHF 125 000

**Dior** Dieser rubinrote Chronograph gehört zur Linie „Christal“. 38 mm Stahlgehäuse mit Schraubboden. Rot lackiertes Zifferblatt mit versilberten Totalisatoren. Datumsfenster bei 4:30 Uhr. Drehbare Lünette mit Diamanten und synthetischen roten Saphiren besetzt. Leuchtzeiger. Quarzwerk. Wasserdicht bis 50 m. Armband aus Naturkautschuk mit Besatz aus roten Synthetiksaphiren. Limitierte Serie. € 4500



# NEUEPRODUKTEN



**Ebel** Der jüngste Spross der gleichnamigen Linie, die 1911 Discovery kommt sportlich daher. Automatisches Chronowerk. Sechseckiges Stahlgehäuse, 43mm Durchmesser. Verschraubte Krone, zum Schutz versenkte Drücker. Schwarzes Zifferblatt, drei von Hand aufgesetzte Totalisatoren, Tages- und Datumsfenster bei 3 Uhr. Tachimeterskala auf der Aluminiumlunette. COSC-zertifiziert. Wasserdicht bis 100 m. CHF 4300



**Frédérique Constant** Modell „Heart Beat“ mit dem hauseigenen Automatik-Kaliber, das Mondphase und Datum auf einer Scheibe bei 12 Uhr anzeigt. Öffnung für Unruh und Spirale bei 6 Uhr, die Spezialität des Hauses. Gewölbtes Saphirglas, Stahlgehäuse, Saphirglasboden. Wasserdicht bis 50 m. Alligatorband. CHF 5990

**Graham** Chronograph mit starkem Bezug zum Automobilsport. Das Modell „Grand Silverstone Woodcote“ benennt sich nach der gleichnamigen englischen Rennstrecke. Polierter Stahl. Karbonzifferblatt. Zwei Totalisatoren. Datum in einem Fenster bei 6 Uhr. 24-Stunden-Anzeige im Zentrum. Tachometerskala. Automatisches Chronographenwerk mit Rattrapante-Funktion. Auf 250 Stück limitierte Serie. CHF 8850

**Harry Winston** Bei der neuen Excenter Perpetual Calendar handelt es sich um eine Neuinterpretation eines vor 18 Jahren lancierten Modells. Automatikwerk. 41mm grosses Weissgoldgehäuse. Anthrazitfarbiges guillochiertes Zifferblatt, retrograde Anzeige des Monats und des Tages, zweite Zonenzeit. Biretrograder ewiger Kalender. Kreisförmige Öffnungen für Mondphase und Schaltjahr. Schwarzes Krokoband. € 48000



# NEUE PRODUKTE NEU



**Gérald Genta** Das neue Modell „Gefica Safari“ weckt Erinnerungen an einen Vulkan und die Farben Afrikas. Gehäuse aus Bronze. Automatikwerk. Springende Stunde im Fenster bei 12 Uhr. In der oberen Hälfte des Zifferblatts ein Segment für die retrograde Sekunde mit rotem Zeiger, sowie die Minute. Retrogrades Zeigerdatum bei 6 Uhr. Krone aus mattiertem Titan und Bronze. CHF 16'100



**Girard-Perregaux** Das Modell „ww.tc Financial“, ein Chronograph, der für international tätige Geschäftsleute gedacht ist, hat zwei drehbare Scheiben, welche die Zeiten von 24 Weltstädten anzeigen. Der Clou: sie zeigt auch die Öffnungszeiten von vier Börsenplätzen an: New York, London, Hong Kong, Tokio. Automatisches Werk. Stahlgehäuse, Saphirglasboden. Auf 500 Stück limitierte Serie. CHF 14'200

**Hermès** Die Mondphasenanzeige der „Cape Cod Phases de Lune“ hat eine Abweichung von bloss einem Tag in 122 Jahren. Automatikwerk der Manufaktur Vaucher. Roségoldgehäuse 37 x 36,5 mm. Opalinfarbiges Zifferblatt, aufgesetzte Indizes aus Gold. Retrograde Datumsanzeige. Mondphase bei 6 Uhr. Wasserdicht bis 50m. Alligatorband „Gold Havanna“, goldene Faltschliesse. 170 nummerierte Exemplare. CHF 38'850.-

**IWC** Die in ihrer neuen Tonneau-Form lancierte „Da Vinci“ ist gleichzeitig eine Hommage an Kurt Klaus, den Erfinder des ewigen Kalenders der IWC. Der darin eingebaute erste Manufakturchronograph weist bei der 12 ein kleines Zifferblatt mit zwei Zeigern für die langen Stoppzeiten auf. Automatischer Exzenteraufzug, Gangreserve von 68 Stunden, Saphirglasboden. Version in Roségold: CHF 26'500



# NEUEPRODUKTEN



**Jaeger-LeCoultre** Die neue „Master Compressor Extreme W-Alarm 46“ kombiniert über die Krone bei 10 Uhr einstellbare Weltzeit mit der Weckfunktion, deren originelle Anzeige via zwei Scheiben bei 9 Uhr sich über die Krone bei 2 Uhr einstellen lässt. Damit lässt sich auch das Datum verstellen. Automatisches Werk. Titangehäuse. Wasserdicht bis 100 m. Auf 946 Stück limitierte Serie. CHF 15950



**Jaquet Droz** „Paint it black“ das braucht man bei diesem ewigen Kalender „Email Noir Absolu“ nicht extra zu sagen. Eine mechanische Uhr, deren Kalender erst nach 100 Jahren korrigiert werden muss. Die geschlängelten Zeiger weisen Monat, Tag, Datum während die geraden Zeiger für die Zeitanzeige zuständig sind. Datum und Wochentag retrograd, Schaltjahresanzeige auf einer Scheibe. Weissgoldgehäuse. CHF 60000

**Louis Vuitton** Ganz in verrückten Farben, dies scheint die Philosophie der Marke für ihr neues Modell „Tambour Chronographe“ zu sein, die es mit orangefarbenem Band und Zifferblatt in Anthrazit gibt, Sonneneffekt garantiert. Automatisches ETA-Werk. 6 grosse arabische Ziffern, 3 Totalisatoren bei 3, 6 und 9 Uhr. Datum bei 4:30 Uhr. Grosser gelber Sekundenzeiger. Wasserdicht bis 100 m. Orangefarbiges Kautschukband. € 3100

**Maurice Lacroix** Das hauseigene Manufakturwerk mit Schaltrad findet im Modell „Masterpiece 45 mm“ ein neues Zuhause. Handaufzug. Silberzifferblatt, Tachimeter, kleine Sekunde bei 9 Uhr, 60 Min-Zähler bei 3 Uhr. Stahlgehäuse aus eigener Produktion, Saphirglasboden, Leuchtzeiger. Mit einer Vierteldrehung verschraubbare Krone. Wasserdicht bis 100 m. Krokoadband. CHF 15000



# NEUE PRODUKTE NEU



**Jean Richard** Mit ihrem neuen Modell „GMT 2 Time Zones“ lanciert die Marke eine sportliche, mit einem Manufakturwerk ausgestattete Linie. Die zweite Zonenzeit erscheint in einem Fenster bei 12 Uhr. Bei 6 Uhr ein Fenster mit 24 Städten für jede Zeitzone, verstellbar via Krone bei 9 Uhr. Zwei Drücker erlauben es, die Lokalzeit bequem in beide Richtungen zu verstellen. Stahlgehäuse mit Durchmesser 43 mm. CHF 8500



**Longines** Mit ihrem drehbaren zentralen Zifferblatt erweist diese „Weems Second-Setting Watch“ dem 80. Geburtstag des Navigationssystems die Ehre, das den Namen seines Erfinders trägt: Philip van Horn Weems. Stahlausführung 47,5 mm, Automatikwerk, bewegliches zentrales Zifferblatt zur Synchronisierung der Sekunde mit dem Funksignal, Saphirglasboden, „Chemin-de-Fer“ Minüterie, Krokoband. CHF 4000

**Montblanc** Die Damenuhr „Ministar Automatic Diamonds“ glitzert total. Mechanisches Automatikwerk. Weissgoldgehäuse, 32mm. Lünette mit Diamanten und schwarzen Saphiren ausgefasst, edelsteinbesetzte Bandanstöße. Schwarzes Perlmutterzifferblatt, miteinander verschlungene, mit Top Wesselton Diamanten ausgefasste Ziffern. Krone aus Gold, mit einem Montblanc-Diamanten veredelt. CHF 28000

**Omega** Die Kollektion „Hour Vision“ setzt das neue exklusive Kaliber der Marke effektiv in Szene dank einem seitlichen Saphirglas im Gehäuse, durch welches das Werk rundum betrachtet werden kann. Koaxial-Hemmung. Zwei Federhäuser, 60 Stunden Gangreserve. Unabhängige Verstellung des Stundenzeigers. Stahlgehäuse 41 mm, Saphirglasboden, wasserdicht bis 100 m. COSC-zertifiziert. CHF 6900



# NEUE PRODUKTEN



**Oris** 1917 Exemplare wird es von dieser Uhr zu Ehren des Trompeters Dizzie Gillespie geben, dem Vater des Modern Jazz, dessen Portrait neben der laufenden Nummer auf den Boden des Stahlgehäuses graviert ist. Automatisches Werk. Schokoladefarbiges Zifferblatt mit Sonnenschliff und Leuchtziffern. Datum bei 6 Uhr. Lederband. CHF 1490



**Parmigiani** Der Kalpagraph ist der erste Manufakturchronograph von Parmigiani Fleurier, der speziell für eine sportliche Uhrenkollektion vorgesehen ist. Automatikwerk. Totalisatoren bei 3, 6, und 9 Uhr. Grossdatum bei 12 Uhr. Von Hand angebrachte Anglierung und Genfer Streifen. Schwarzes Zifferblatt, Gehäuse aus Palladium 950. Krokoband von Hermès, Dornschnelle. CHF 28900

**Raymond Weil** Der neue Chronograph „Don Giovanni Così Grande“ besitzt ein mechanisches Automatikwerk. Drei Hilfszifferblätter: 60 Sek bei 3 Uhr, 12 Std bei 6 Uhr und 30 Min bei 9 Uhr. Datumsfenster bei 12 Uhr, Stahlgehäuse, verschraubter Boden mit Saphirglas. Zweifarbiges Zifferblatt, lanzettförmige Zeiger, Leuchtindexe. Feines Gliederarmband. CHF 3890

**Richard Mille** Mit ihrem extraflachen Gehäuse hat die kleine Neue die charakteristische Tonneauforn aufgegeben, ohne ihre Herkunft zu verleugnen. Das Modell „RMO 16“ wird von einem integrierten Automatikwerk angetrieben. Ausgerüstet mit dem gemeinsam mit Vaucher entwickelten Rotor mit variabler Geometrie, der sich der Aktivität des Trägers anpasst. Datum bei 7 Uhr. Roségoldgehäuse. CHF 39000



# NEUE PRDUKTE NEU



**Piaget** Die Piaget „Polo Chronographe“ enthält das erste mechanische Chronographenwerk, das von Piaget selbst hergestellt wurde. 43 mm großes Gehäuse mit Roségoldlunette. Saphirglasboden. Versilbertes Zifferblatt mit Goldappliken, drei Totalisatoren, kleine Sekunde bei 6 Uhr, GMT-Anzeige bei 9 Uhr, Flybackfunktion bei 3 Uhr, Datum bei 12 Uhr. Wasserdicht bis 50 m. Alligatorband mit Faltschliesse in Roségold. CHF 24 750



**Pierre DeRoche** Die neue „Split Rock MDA“ kommt in einem sportlichen Gewand und ist mit einer sektoriellen Datumsanzeige ausgestattet. Automatikwerk von Dubois Dépraz. Poliertes und satiniertes Stahlgehäuse. Saphirglasboden. Krone und Drücker zweifach abgedichtet. Chronographenzähler mit drei konzentrischen Zeigern bei 6 Uhr. Datum bei 12 Uhr. Polierte Stahlindexe. Leuchtzeiger. CHF 11 500

**Romain Jérôme** Sie waren nicht an Bord der Titanic? Macht nichts, mit diesem Modell „Titanic DNA“ haben Sie einen Hauch von Titanic am Handgelenk. Automatikwerk von La Joux-Perret. Das Titangehäuse enthält auch Stahlstücke aus dem 1912 gesunkenen „unsinkbaren“ Kreuzer, während das Zifferblatt aus Kohlestücken vom Wrack gefertigt wurde. Aufgesetzte Ziffern, kleine Sekunde bei 9 Uhr. Kautschukband. CHF 8000

**RSW** „Crossroads“ wird die Liebhaber ausgefallener Zeitmesser dank ihrer futuristischen Architektur verzaubern, die sich in einer horizontalen Öffnung, gefolgt von einer vertikalen Verschiebung äussert, durch die das Werk sichtbar wird. Mechanisches Automatikwerk, Stahlgehäuse, Saphirglasboden. Zifferblatt mit elliptischem Motiv. Aufklappbare, durch Hebelsystem abgedichtete Krone. CHF 3000



# NEUE PRODUKTEN



**TAG Heuer** Die neue „Monaco Vintage“ erweist Steve McQueen und dem Rennwagen Porsche Gulf 917K aus dem Film *Le Mans* die Ehre. Automatischer Chronograph. Stahlgehäuse 40,4 mm, schwarzes Zifferblatt mit orangen und blauen Streifen, Sekundenzähler bei 3 Uhr, Minutenzähler bei 9 Uhr. Datum bei 6 Uhr. Edition von 4000 Stück. Schwarzes Alligatorband mit orangen Nähten. CHF 4600



**Ulysse Nardin** Fünf Jahre nach der Lancierung der „Freak“, nachdem sowohl Silizium als auch Diamant für ihre originelle Hemmung zum Einsatz kamen, präsentiert sich die „Freak DIAMonSIL“, welche die beiden Materialien kombiniert, indem die Hemmungskomponenten aus leichtem Silizium gefertigt und für die Ewigkeit mit hartem monokristallinem Diamant überzogen sind. 44,5 mm Gehäuse in Platin. CHF 118000

**Victorinox** Um die weltweiten Erfolge ihrer mechanischen Modelle und die Eröffnung ihrer neuen Ateliers zu feiern, macht die Marke mit dem Modell „Legacy“ aus Platin eine Anspielung an das oberste Preissegment. Lünette, Bandanstösse und Krone sind mit Kautschuk verkleidet. Dekoriertes Automatikwerk Valgrange durch den Saphirglasboden sichtbar. Wasserdicht bis 100 m. In der Schweiz gefertigtes Lederband. CHF 26500

**Vogard** Ideale Reiseuhr, die auf einem einmaligen Patent basiert. Die 24 Weltzeiten, inklusive Sommerzeit, können einfach über die Lünette selektiert werden, auf der die Namen von 36 Weltstädten notiert sind. Sehr gut lesbares Zifferblatt mit 24-Stunden Anzeige via zweitem Stundenzeiger. Datum bei 4:30 Uhr. Automatikwerk. Stahlgehäuse mit seitlichem Hebel zur Blockierung der Lünette. Wasserdicht bis 100 m. CHF 7750



# NEUE PRODUKTE NEU



**Urwerk** Das neue Modell „201“ zeichnet sich durch ein Karussell mit drei sich um die eigene Achse drehenden Satelliten als Zeitanzeige aus, die mit versenkbaren Zeigern ausgestattet sind, um auf einem Sektor die Minuten anzuzeigen. Die verwendeten Materialien machen die Schmierung beinahe überflüssig. Rückseitig ein Indikator für die verstrichene Laufzeit der Uhr mit Bereich, der ein Jahrhundert übersteigt. CHF 137 000



**Vacheron Constantin** Die „Patrimony Contemporaine Day-Date Bi-Retrograde“ weist eine retrograde Anzeige sowohl des Datums als auch des Wochentags auf. Sie ist mit einem neuen hauseigenen Automatikwerk ausgestattet, das zum 250. Jubiläum des Hauses entwickelt wurde. Roségoldgehäuse, gewölbtes Saphirglas, versilbertes Opalinzifferblatt, perlierte Minüterie. Alligatorband mit Roségoldfaltschliesse. CHF 36 580

**Vulcain** Das Modell „Vulcanographe“ ist ein Chronograph, der um eine GMT-Funktion sowie Grossdatum bei 6 Uhr ergänzt ist. Automatikwerk mit Säulenradschaltung auf Basis Valjoux V-50. Guillochiertes Zifferblatt, das in der Version Pulsomètre eine Skala auf der Basis von 30 Herzschlägen aufweist. Stahlgehäuse poliert und satiniert, Wasserdicht bis 50 m. CHF 7800

**Zenith** Mit der Linie „Gold & Titanium“ spielt die Kollektion „Defy Extreme Open“ dieses Jahr die Karte von Roségold, kombiniert mit Titan, Kevlar, Kohlefaser oder Kautschuk. Automatisches Chronographenwerk „El Primero“. Roségoldzeiger. Rastende schwarze Drehlunette aus Titan mit Indexen aus Titan und Roségold. 46,5 mm Titangehäuse. Heliumventil, wasserdicht bis 1000 m. Armband Titan und Roségold. CHF 43 200

