

# Herausragende Handwerkskunst

Im beschaulichen Villeret im Berner Jura werden in Handarbeit wertvollste Uhren für eine zahlungskräftige Kundschaft hergestellt. Montblanc hält die traditionelle Uhrmacherkunst hoch. Ein Augenschein in der Uhrenmanufaktur.

Text: Robert Bösiger / Bild: Christian Roth

**D**ie Kameras auf uns gerichtet, werden wir von Kopf bis Fuss gemustert. Wir warten in der gläsernen Schleuse beim Eingang einige Zeit, bevor sich die Türe öffnet. Wären wir nicht im Gefolge von Edith Bagda, der Marketingchefin von Montblanc Suisse, so wäre der Eintritt zur Manufaktur in Villeret eine Herausforderung für sich.

Die Sicherheitsvorkehrungen sind verständlich. Denn seit geraumer Zeit stehen die Uhrenfabriken in der Romandie – vor allem in Grenznähe zum benachbarten Frankreich – verstärkt im Fokus von Diebesbanden. Der hohe Goldpreis und die stattlichen Preise für Luxusuhren wirken offenkundig verlockend.

Doch nun stehen wir im Institut «Minerva de Recherche en Haute Horlo-

gerie» und werden von Demetrio Cabiddu (62) herzlich empfangen. Der Mann ist «Maitre Horloger», technischer Direktor und die Seele des Betriebs. An seinem Handgelenk trägt er eine Uhr in Weissgold, von der es insgesamt gerade mal acht Stück gibt – zum Preis von rund 230 000 Euro. Er trägt das gute Stück zwei Wochen lang. Um die Uhr im Alltag zu testen. Gehören aber wird sie schon bald einem vermögenden Chinesen, Araber oder Russen, den häufigsten Kunden derzeit. Und den ausgabefreudigsten sowieso.

## Luxuhr als Investment

Demetrio Cabiddu steht einem Team von etwa 40 ausgewiesenen Fachleuten vor. Einem Team, das sein Handwerk

## Uhrenmekka Luzern

Nach Luzern kommen Europareisende aus dem Reich der Mitte gerne und oft. Viele von ihnen wollen nicht ohne wertvolles Souvenir nach Hause fliegen. Was eignet sich besser als eine Schweizer Uhr? Auch Japaner, Amerikaner, Russen und weitere Gäste aus aller Welt verschlägt es nach Luzern; viele von ihnen erliegen dem Reiz einer echten, wertvollen Schweizer Uhr.

So hat sich der Schwanenplatz im Zentrum von Luzern dank Bucherer, Gübelin und anderen Uhrengeschäften fast unbemerkt zum mittlerweile weltweit drittgrössten Umschlagplatz für Uhren entwickelt – hinter Paris und Schanghai. Und noch immer werden neue Uhrengeschäfte eröffnet. Glaubt man der Statistik, werden in der Schweiz vier von zehn Uhren in Luzern verkauft. Diese Erfolgsgeschichte findet nicht nur Applaus: Einige von Luzerns Fünfsternehotels haben sich in einer Interessengemeinschaft zusammengefunden. Sie kritisieren Luzern Tourismus, die Uhrenbranche einseitig zu fördern – zulasten der Hotellerie.

Die Arbeiten an einem Uhrwerk brauchen viel Fingerspitzengefühl, Erfahrung und Sinn für Präzision.

## Hersteller von Luxusgütern

Bei Richemont, dem Schweizer Luxusgüterkonzern mit Sitz in Genf, läuft es rund: Im Geschäftsjahr 2012/13 legte der Umsatz 14 Prozent und der Reingewinn um rund 30 Prozent auf knapp zwei Milliarden zu. Zu Richemont gehören unter anderem die Nobelmarken Piaget, Cartier, Jaeger-LeCoultre – und Montblanc International. Montblanc als Teil der Richemont-Gruppe ist einer der führenden Hersteller von hochwertigen Schreibgeräten, Armbanduhren, Schmuck und Lederwaren. Das Unternehmen hat seinen Stammsitz in Hamburg, wo etwa 1000 der weltweit 3300 Beschäftigten arbeiten.

Seit 1993 gehört Montblanc zu Richemont. Der Montblanc-Umsatz wurde für das Geschäftsjahr 2012 auf 723 Millionen Euro beziffert. Montblanc fertigt seit 1997 Uhren in Le Locle. Jährlich werden rund 85 000 Uhren zum Preis von 2000 bis 15 000 Franken hergestellt. In Villeret, im Gebäude der ehemaligen Traditionsmanufaktur Minerva, ist das Institut «Minerva de Recherche en Haute Horlogerie» von Montblanc beheimatet. Hier werden die exklusiven Zeitmesser der Modellreihe «Villeret 1858» hergestellt – zum Stückpreis zwischen 60 000 und mehr als 300 000 Franken.



**Tradition und High-Tech:** In dieser Villa von 1906 in Le Locle werden die Uhren von Montblanc hergestellt.

## Gesuchte Horlogers

Wer in der Montblanc-Manufaktur in Villeret Uhren herstellt, gehört zu den Besten seines Fachs. Erlern haben sie den Beruf des Uhrmachers in Genf, in Le Locle, in Porrentruy oder im Vallée de Joux. Alle Uhrmacherschulen bilden rund 60 Leute jährlich aus – in vier Jahren reinen Schulbetriebs. Horloger ist ein Beruf mit Zukunft, weil angesichts beneidenswerter Wachstumsquoten in der Branche ständig gesucht. Demetrio Cabiddu vom Institut «Minerva de Recherche en Haute Horlogerie» stellt ganz besondere Anforderungen an seine Uhrmacher. Lieber investiert er in Junge, die noch kaum über Berufserfahrung verfügen, als in Berufsleute, die anderswo schon viel Erfahrung haben sammeln können. Auf diese Weise, sagt er, könne er die Leute von Grund auf zur Philosophie und zur Arbeitsweise von Montblanc in Villeret führen.



beherrscht wie kaum jemand in der Branche. Hier im 900-Seelen-Dorf Villeret im Berner Jura werden in Handarbeit (fast) alle Einzelteilchen, Werkzeuge und Komponenten selber hergestellt, die es für die exklusiven Uhren braucht.

Die Finissierung der Teile erfolgt auf einem Niveau, wo nur noch wenige Uhrenhersteller mithalten können. Bei den Zeitmessern der Montblanc Collection Villeret 1858 gehen die Teile Hunderte Male durch die Hände hoch spezialisierter Uhrmacher. Was Wunder, verlassen pro Jahr nur gerade wenige Hundert Uhren die Manufaktur. Für die teuersten Modelle – Einzelanfertigungen zum Beispiel mit einem Zifferblatt nach Wunsch des Kunden – müssen bis 350 000 Euro bezahlt werden. Die Uhr als Investment.

### Tradition und Ambition

Als die Luxusmarke Montblanc, bekannt ursprünglich ausschliesslich für seine exquisiten Schreibgeräte, Mitte der 90er Jahre im fernen Hamburg beschloss, das Sortiment durch hochwertige Uhren zu erweitern, fielen die Kommentare skeptisch bis ablehnend aus. In Branchenkreisen wurde das Vorhaben hinter vorgehaltener Hand belächelt. Doch die

Kritiker vergassen zweierlei: Dass die deutsche Traditionsmarke grundsätzlich für traditionelle Werte, höchste Qualitätsansprüche und für zeitlose Schönheit steht – vergleichbar der Uhrenbranche. Erstens. Und zweitens, dass hinter dem Einstieg in die Uhrenproduktion 1997 ein durchdachtes Marketingkonzept stand. Man wollte mit den Uhren in einem ersten Schritt die bisherigen Montblanc-Kunden ansprechen, ihnen zum edlen Füllfederhalter einen Zeitmesser anbieten, der das gleiche Lebensgefühl ausdrückt.

Inzwischen gehört Montblanc Montre SA mit Sitz im jurassischen Städtchen Le Locle zu den wichtigen und respektierten Playern im Uhrengeschäft. Jährlich werden rund 85 000 Uhren verkauft. Und, so sieht es wenigstens Lutz Bethge, der langjährige (jetzt aber abtretende) CEO von Montblanc International: «Es ist möglich, dass wir in fünf Jahren mit den Uhren grösser sein könnten als mit den Schreibgeräten.»

### Olympische Weihen

1858 wars, als der erst 18-jährige Charles-Yvan Robert die Uhrenwerkstatt H. & C. Robert gründete. Seine Vision bestand darin, einen Zeitmesser in beispielloser

Qualität herzustellen. 1878 wurde die Firma in «Minerva» umbenannt und ein weiteres Jahrzehnt später wurden Roberts Uhren bei den Weltausstellungen in Antwerpen und Paris mit Auszeichnungen dekoriert.

Doch erst zu Beginn des neuen Jahrhunderts, ab 1902, legten Roberts Söhne Charles-Auguste, Georges-Louis und Yvan den Grundstein für spätere Erfolge: Sie modernisierten ihre Infrastruktur und setzten fortan darauf, sämtliche Komponenten in Eigenregie herzustellen. Die Strategie ging auf. 1935 ging die Manufaktur an zwei Kadermitarbeiter über. Und schon ein Jahr später, an den Olympischen Winterspielen 1936, waren die Stoppuhren aus dem Hause Minerva die offiziellen Zeitnehmer.

Als sich die meisten anderen Uhrenhersteller zwischen 1950 und den 70er Jahren vom mechanischen Uhrwerk verabschiedeten und auf die Produktion von Quarzuhren umstiegen, setzte Minerva konsequent weiter auf die traditionelle Uhrmacherkunst. So kam es, dass Montblanc auf die kleine Manufaktur aufmerksam wurde; sie verkörperte genau jene Philosophie, wonach Montblanc suchte. Pünktlich zum 150. Jahrestag der Manufaktur-Gründung im

Oktober 2008 waren die Renovierungsarbeiten in Villeret abgeschlossen – das «Institut Minerva de Recherche en Haute Horlogerie» war bereit für die Zukunft.

### Handarbeit und Passion

Unseren Rundgang durch die Manufaktur starten wir da, wo die Metalle gelagert werden und die Komponenten in ihrer Rohform entstehen. Alte Stanzmaschinen (die mit einem Druck bis 70 Tonnen arbeiten) stehen neben modernsten CNC-Geräten. Hergestellt werden mehrere Hundert Teilchen. Beim Anblick des Lagers gerät Demetrio Cabiddu ins Schwärmen: «Die Schönheit einer Uhr kann man nur sehen, wenn man sie auseinandernimmt.» Zahlreiche der kleinsten Teilchen sind von Hand in aufwändiger Arbeit hergestellt, geschliffen und poliert.

Über das Mechanikatelier, wo teilweise Maschinen stehen, die andernorts höchstens noch im Museum bestaunt werden können, gelangen wir in einen Raum, wo die Spiralfedern hergestellt werden. Das Institut gehört damit zu einem kleinen exklusiven Zirkel von Unternehmen weltweit, die überhaupt in der Lage sind, Spiralen zu fertigen. In einem aufwändigen Prozess wird der

Draht gezogen, gewalzt und bearbeitet, bis er – dünner als ein menschliches Haar – letztlich zur Spirale gedreht werden kann. Dieser letzte Arbeitsschritt geschieht erneut mit geschickter Hand, hochpräzisen Werkzeugen und Fingerspitzengefühl.

### Fingerspitzengefühl

Überhaupt, die Handarbeit: Die Uhrmacher von Villeret sind Meister ihres Fachs. Wer, wie etwa die vier Mitarbeitenden in der «Preparage» bis zu 40 Stunden mit Holz- oder Enzianstäbchen an einer einzigen filigranen Tourbillon-Brücke mit Hingabe bis zur Perfektion poliert, verfügt über ein geschultes Auge und ein sicheres Gespür für die Seele einer Uhr. Und auch in der Abteilung «Assemblage final», wo die Uhren reguliert, adoptiert und matriert werden, sind Leute am Werk, die die Uhrmacherkunst perfekt beherrschen. Jeder Mitarbeitende ist für «seine» Uhr ver-

antwortlich, macht alles von A bis Z eigenhändig, vom Zusammensetzen des Uhrwerks bis hin zur Politur und zur Schlusskontrolle.

Unser Rundgang durch das Institut «Minerva de Recherche en Haute Horlogerie» führt uns über zwei Einpersonen-Abteilungen. Zunächst besuchen wir das wundersame Atelier von Olivier Hadorn. In seinem Reich entstehen die Werkzeuge. Mit seinem Fachwissen, seiner Erfahrung, viel Herzblut, aber auch mit den bis zu 100 Jahre alten Maschinen bohrt, feilt und schraubt er, bis die Werkzeuge nutzbar sind, um die klitzekleinen Komponenten herstellen zu können.

Eine Aufgabe der ganz anderen Art liegt in den Händen von Leïla Ruffieux: Sie fertigt pro Jahr rund 200 Email-Zifferblätter. Das Gros der Zifferblätter genügt ihren hohen künstlerischen Anforderungen. Doch fällt ab und zu auch anderes an – ein Panda etwa, ein Drache, Hunde oder sogar ein Sujet zu Mekka. Leïla Ruffieux äussert sich zu diesen

Kunden-Spezialwünschen ebenso diplomatisch wie augenzwinkernd: «Geschmack kann man nicht kaufen.»

Zum Abschluss unseres Rundgangs in der Manufaktur zeigt man uns stolz den neuen Grand Régulateur Nautique Chronograph. Wer ein solches Objekt der Begierde möchte, wird mit Vorteil eine Privatyacht besitzen und gute Beziehungen zu Montblanc. Denn ein solches Prachtstück, das es in einer limitierten Auflage von acht Einheiten gibt, kostet um die 320 000 Euro. Immerhin beinhaltet diese Uhr zwei integrale Teile: zum einen den Armbandchronographen mit zwei Zeitzonen und Regulatorzifferblatt, zum anderen die Navigations-Standuhr mit Regulator-Hauptzifferblatt. Letztere ist 93 Zentimeter hoch, hat einen Durchmesser von 56 Zentimetern, wiegt 120 Kilogramm und wird in ihrem Edelstahl-Granit-Karbon-Gestell direkt an Bord der Yacht montiert.

montblanc.com

Anzeige

**W** **werbewoche**



Die Werbewoche ist die einzige unabhängige Zeitung für Opinionleader, Marketing-, Werbe-, Medien- und PR-Profis der Schweiz. Sie fokussiert auf den Schweizer Markt, ist zu 98 Prozent abonniert und bietet in jeder Ausgabe gründlich recherchierte Hintergrundartikel zu Themen und Trends, Inhalte für Entscheider in Marketing, Werbung und Media. Aus unabhängiger, kritischer Sicht berichtet die Werbewoche über Branchenentwicklungen, interviewt relevante Köpfe der Branche, analysiert neue Werbeträger und Kampagnen.

Die Werbewoche erstellt und veröffentlicht das einzige Kreativranking der Schweiz und verleiht den Titel «Werber des Jahres» im Rahmen der Werbewoche-Egon-Verleihung, des wichtigsten Branchenevents der schweizerischen Werbeszene.

Medien & Medizin Verlag MMV AG | Neugasse 10 | 8031 Zürich  
www.werbewoche.ch | Telefon +41 44 250 28 00



... für echte Entscheider

Die Künstlerin: Leïla Ruffieux gestaltet und fertigt jährlich rund 200 exklusive Zifferblätter.

