

Ignaz Miller

30 Jahre Emotionen
Krise, Luxus und Manager

Die Schweizer Uhrenindustrie seit
ihrer Neuerung



BERLIN 2020

Haftungsausschluss

Alle hier beschriebenen Ereignisse, Gespräche und Begegnungen hat der Autor so wie beschrieben erlebt. Es handelt sich bei diesem Buch um einen Ausschnitt aus der „Schweizer Uhrengeschichte“. Um alle Zweifel auszuräumen, sei betont, dass alle Verantwortung für den Text beim Autor liegt. Selbstredend auch für allfällige Ungenauigkeiten. Der Verlag ist expensis verbis exkulpiert.

© Ignaz Miller (V. i. S. d. P.)

Alle Rechte vorbehalten einschliesslich der
Publikation in alle anderen Sprachen.

erschienen im Verlag: Historische Uhrenbücher, Berlin 2020

www.uhrenliteratur.de

service@uhrenliteratur.de

Alle Rechte vorbehalten

Satz: Michael Stern, Berlin

Umschlaggestaltung: Beba Pineschi, Mailand

ISBN 978-3-939315-26-1

Inhalt

| | | |
|--------|---|----|
| | Statt eines Prolegomenons | 7 |
| | Einleitung: Eine Krise der schöpferischen Zerstörung | 8 |
| I. | Ein Business-Modell stösst an seine Grenzen | 11 |
| II. | Eine industrielle Antwort auf ein emotionales Bedürfnis | 21 |
| III. | Auferstanden aus Ruinen: Omega | 25 |
| IV. | Blancpain: Die Evokation der Geschichte | 27 |
| V. | Audemars Piguet: Langlauf und Kirche | 31 |
| VI. | Marken und Manager: Geld kann Begabung nicht ersetzen | 33 |
| VII. | Blümleins Hattrick: IWC, Jaeger LeCoultre, Lange & Söhne | 37 |
| VIII. | Cartier: Generosität und Genie. | 43 |
| IX. | Wo die Kritik aus der Familie kommt: Chopard | 45 |
| X. | Fleurier: Geld und eigne Kaliber. | 47 |
| XI. | Bucherer: Schlussendlich immer das Richtige | 51 |
| XII. | Franck Muller oder der Triumph der Form | 53 |
| XIII. | Frederique Constant und Prix Garantie | 55 |
| XIV. | Martialische Panerai, Montblanc und Franco Cologni. | 55 |
| XV. | Roger Dubuis, Richard Mille, Hublot | 59 |
| XVI. | Historische und andere Schiffbrüche | 61 |
| XVII. | Ein phantastischer Name: Breguet | 65 |
| XVIII. | Mono Brand Stores, Fashion Brands und Damen Uhren | 67 |
| XIX. | „Ich habe Euch alle reich gemacht“ | 69 |
| XX. | Rolex oder die mühelose Überlegenheit. | 75 |
| XXI. | Lange Zyklen und limitierte Serien | 77 |
| XXII. | Genial, aber kein Luxus | 79 |
| XXIII. | Mythen, frische Kräfte und andere. | 83 |
| XXIV. | Menschen, Geld und Swiss Made | 87 |

V. Audemars Piguet: Langlauf und Kirche

Audemars Piguet hatte nie unter der Bedrohung der Banken gelebt. Im Gegenteil. Das Haus half der Bank ihr Problem los zu werden (s. a. S. 16). Das Haus hatte eine sehr grosse Substanz. Seine Komplikationen – meist aus dem 19. Jahrhundert – nährten mehr als ein Auktionshaus. Die Taschenuhren mit ihren aufregenden Komplikationen waren und sind wie die von Patek Philippe gefragte Sammlerstücke. Sie erzielten memorable Preise. Alles sicher nicht zum Nachteil der intuitiven Einschätzung der aktuellen Kollektionen.

Audemars Piguet hatte aber noch mehr als eine reiche historische Substanz. Die Manufaktur in Le Brassus stand unter der Ägide des charismatischen Georges Golay (s. S. 27).

Vom Georges Golay unter die Fittiche genommen worden zu sein kann sich heute neben Jean-Claude Biver noch Stephan Urqurat rühmen. Jean Claude Biver holte den Mann mit dem schottischen Namen und dank seiner Mutter auch portugiesischen Wurzeln zu Omega. Georges Golay hatte Stephan Urqurat wie auch seinen eigenen Nachfolger George-Henri Meylan handverlesen.

Golays ganz grosser Wurf bleibt die Royal Oak mit der markanten Lünette und dem Gehäuse aus Edelstahl (s. a. S. 12). Dieses Vermächtnis Georges Golays schlägt sich Jahr für Jahr in der Bilanz nieder. Achzig Prozent des Umsatzes bei Audemars Piguet entfielen auf die Royal Oak. Daran hat sich bis heute nicht viel geändert.

Neben Audemars Piguet war George Golays Winterpassion der internationale Concours im Skilanglauf mit dem Zieleinlauf in Le Brassus. Das Rennen wurde erstmals 1953 ausgetragen. Seither und über viele Jahre hat die Veranstaltung ihren festen Platz in der Agenda der Langläufer. Die internationale Langlaufelite am Start zu sehen und sie im Ziel in Le Brassus zu begrüßen, war der ganze Ehrgeiz des AP-Chefs.

Wenn Georges Golay einen Namen auf der Meldeliste vermisste, rief er im Zweifelsfall selber an. Zum grossen Verdruss des Skiverbands und seinen trägen Apparatschiks. Le Brassus blieb über zwanzig Jahre für die Langlaufathleten ein Muss im Veranstaltungskalender. Georges Golay machte eben alles mit Passion. Auch die Bedeutung der Passion ging an Jean-Claude Biver nicht unbeobachtet vorbei.

Ohne die Jahre in der Vallée de Joux und der Professionalität des grossen Patrons wären Bivers kühner Griff zu den Sternen und die Lancierung Blancpains nicht denkbar gewesen.

Neben Langlauf und Uhren hat das Tal noch eine andere Leidenschaft: die Kirche, genauer gesagt: Le Temple. Mit Vorteil lauscht man sich die Sonntagspre-

digt an, um nach dem Gottesdienst sachkundig mitreden zu können.

George Meylans Nachfolger (oder Golays Nach-Nachfolger) war Philipp Merck geworden. Bis der Zürcher begriffen hatte, wie wichtig die Präsenz im Temple nicht nur für seine Seele war, erreichte ihn bereits die Entlassung. Der vormalige Maurice Lacroix-Manager hatte geglaubt, andere Prioritäten setzen zu können und gemeint, sich die harten Bänke des Temple in Le Bassus nicht zumuten zu müssen. Merck hatte sich am Wochenende lieber ins gepolsterte Auto gesetzt und war nach Zürich gebettet. Seither hat man buchstäblich nichts mehr von dem Manager gehört (s. a. S. 63).

Die Nachfahren Audemars und Piguet sind nicht nur sparsam, liquide und gottesfürchtig. Sie sind auch grosszügig. George Henri Meylan wurde mit einem golden Handshake pensioniert. Mit diesem Batzen erwarb der Combiere zwei Uhrenfirmen (H. Moser und Hautlance), aber auch die Sorgen der Vorbesitzer (s. a. S. 62).

George Henri Meylan mit seiner intensiven Kenntnis des Marktes und seinen exzellenten Beziehungen zu den wichtigen Händlern wie etwa The Hour Glass in Singapur oder Cellini und Tourneau in New York wird sich etwas gedacht haben bei seiner Investition. Einstweilen erlebt auch sein Sohn, dass es einfacher ist, eine Uhr herzustellen als sie zu verkaufen.

Klar ist aber auch: Es sterben einzelne Hersteller oder werden übernommen, aber nicht die Industrie. Doch es finden sich immer wieder neue Investoren. Offenbar sind die erzielten Margen zu verführerisch, um es nicht wieder zu probieren.