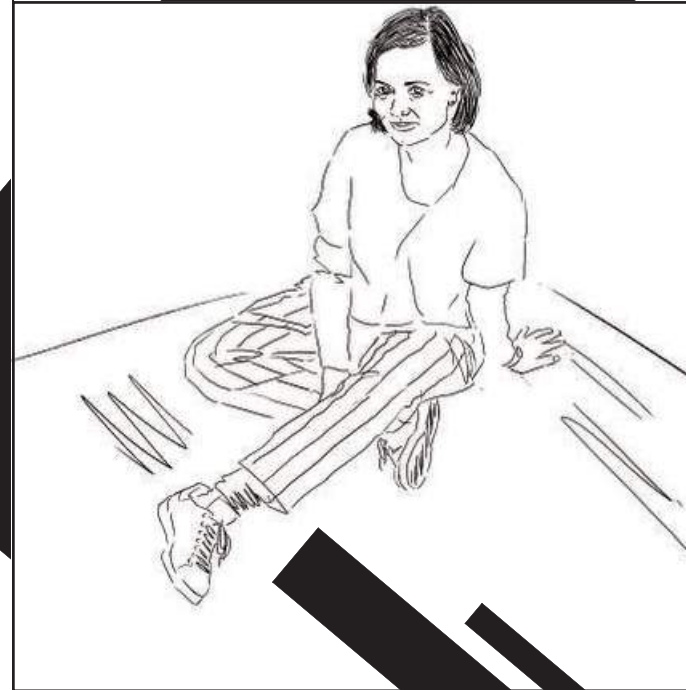


PRÄZISE IN DEUTSCHLAND

Es gibt nicht viele Uhrenmarken, die derzeit wachsen. Nomos Glashütte tut es. *Philip Cassier* erfuh von der Geschäftsführerin Judith Borowski, wie man Mechanik aus dem Osten cool macht



Seit 15 Jahren ist sie bei Nomos Glashütte an Bord. Heute ist ihr Unternehmen der größte Anbieter mechanischer Uhren in Deutschland. Vor gut zwei Jahren stellte man ein eigenes Antriebssystem vor, seitdem wird alles in Glashütte gefertigt. Das Design entsteht in einem Kreuzberger Loft, dort empfängt Judith Borowski in ihrem weiß getünchten Büro.

Ihr Unternehmen gibt sich immer noch sehr bescheiden. Mal ehrlich: Wie sehr überrascht Sie Ihr Erfolg in Wirklichkeit noch?

Schon sehr. Das ist keine Pose (*lacht*). Ich sitze mit den Glashütter Kollegen manchmal noch zusammen, und wir denken: Sind wir tatsächlich Marktführer? Wir haben uns ja eher als David der Branche gesehen.

Wie fühlt sich denn das Favoritendasein an?

Natürlich schön. Es freut uns, dass unsere Uhrmacher erhobenen Hauptes durch Glashütte laufen, obwohl da tolle Marken wie A. Lange & Söhne oder Glashütte Original ansässig sind. Und wir nehmen neue Märkte in den Blick: In China ist Glashütte ein riesiger Name, in den USA wachsen wir, aus Australien hat uns jüngst ein Video erreicht, in dem junge Leute unsere Uhren feierten – ein Publikum, das Angelsachsen „sophisticated“ nennen.

Wir leben in einer immer digitaleren Welt. Kein Mensch braucht mehr Uhren wie Ihre zur Zeitmessung. Wie macht man da Mechanik aus Ostdeutschland cool?

Zunächst einmal baut Apple in Riesenstückzahlen seine Smartwatch – egal, ob das schon ein durchschlagender Erfolg für das Unternehmen ist, das ist eine ganz andere Dimension als das, was wir in Glashütte ma-

chen. Die meisten Menschen werden nur eine Uhr an einem Handgelenk tragen wollen, insofern: Das ist alles gar nicht ohne. Aber wir können uns auf eine Tradition berufen – Glashütte ist der Inbegriff bester mechanischer Uhrmacherei. Die Schweizer sind für alle Arten von Uhren bekannt, vom Ultraluxus bis zum Quarzwecker. Hinzu kommt, dass Mechanik authentisch ist: Man kann einem Menschen dabei zusehen, wie er ein Werk zusammensetzt, man kann die Uhr an der Krone aufziehen. Das mögen bei zunehmender Komplexität unserer Welt nicht nur Nostalgiker.

Es ist ein Kampf um das Wort „Manufaktur“ ausgebrochen. Wird der Begriff bald noch bedeutender, weil er Exklusivität suggeriert?

Mich nervt dieser Begriff auch manchmal, er wird inflationär benutzt. Er ist für unsere Branche aber natürlich wichtig, weil er kennzeichnet, dass ein Uhrwerk selbst hergestellt und zusammengebaut wird. Als wir unser Swing-System vorstellten, fing die Geschichte von Nomos Glashütte gewissermaßen noch einmal neu an. Alle wussten jetzt: Die können nicht nur eine Uhr, sondern auch deren Herz ganz allein fertigen, sie sind unabhängig von Zulieferungen aus der Schweiz. Da war auf einmal ein wunderbares gesamtdeutsches Produkt, das half enorm. Generell aber ist der Begriff Manufaktur nicht geschützt. Deshalb werden ihn sich weitere Anbieter zu eigen machen.

Um das Image Sachsens steht es derzeit schlecht. Bekommen Sie das zu spüren?

Ja. Pegida ist für uns ein Albtraum. Wir bekommen Briefe aus dem Ausland, in denen wir gefragt werden, ob bei uns nur Rechtsextreme leben. Wir versuchen, bei unseren Mitarbeitern und Nachbarn das Bewusstsein für die Probleme zu schärfen. Das darf gerade in Sachsen nichts mit Gesinnungs-

schnüffelei zu tun haben. Bei uns arbeiten Homosexuelle, Behinderte, Menschen aus Ost und West. Und wir wollen das, wir sind weltoffen – davon leben wir ja auch.

Wenn man über Ihr Design spricht, heißt es fast automatisch, dass es vom Bauhaus inspiriert sei. Nimmt einem das nicht auch Möglichkeiten? Nein. Nomos Glashütte steht für Reduktion, für Konzentration auf das Wesentliche, dafür, dass unsere Uhren immer gut lesbar sind. Das macht sie wiedererkennbar für unsere Kunden – Menschen mit Stilbewusstsein, Leute, die gern lesen, die es nicht so angeberisch lieben. Reduktion erfordert übrigens viel Arbeit: Sie glauben kaum, wie lang man über eine Farbnuance oder einen Zehntelmillimeter diskutieren kann. Je weniger man macht, desto besser muss das sein, was da ist. Das Design verzeiht nicht den geringsten Fehler.

In der Branche gibt es, grob gesagt, zwei Antworten auf die allgemeine Krise: Die einen kümmern sich um Präzision ohne Komplikation, die anderen bauen immer komplexere Modelle mit Dingen wie Tourbillons.

Unsere Genauigkeit verbessert sich stetig, Chronometerprüfungen sind kein Problem mehr für uns. Und ein Tourbillon hätten wir auch in der Schublade. Unser Augenmerk jedoch gilt derzeit den Qualitäten unserer superflachen Uhrwerke.

Bald ist es 25 Jahre her, dass Ihre ersten vier Modelle herauskamen. Wenn Sie es sich wünschen dürften: Womit soll man Ihre Marke in 25 Jahren zusammenbringen?

Oh, da erwischen Sie mich. Moment ... Einfache Eleganz in Vollendung. Leidenschaft. Vertrauen ins Unternehmen, in Mitarbeiter, Produkte, in uns. Ach, vielleicht wäre es einfach schön, wenn möglichst viele Menschen wüssten, dass es sich um ausgezeichnete Uhren handelt. Das wäre ja schon viel.