

„AN DEN RICHTIGEN STELLEN INVESTIERT“

Nomos Glashütte hat erneut das beste Geschäftsjahr seiner Firmengeschichte hinter sich. Daher tritt man mit guter Stimmung und neuen Uhren auf der Baselworld an, wie Geschäftsführer Uwe Ahrendt ausführt.

GZ: Nomos Glashütte schwimmt auf einer Erfolgswelle, die Mehrzahl der Uhrenhersteller aber klagt über Rückgänge. Was haben Sie richtig gemacht – im Gegensatz zu anderen?

Uwe Ahrendt: Ich glaube, ein wichtiger Punkt ist hier, dass wir an den richtigen Stellen investiert haben. Etwa in die Entwicklung des eigenen Assortiments, unseres Nomos-Swing-Systems. Außerdem haben wir wohl Uhren und auch eine Produktphilosophie, die in die Zeit passen: Mit unserer Designsprache, geprägt von Deutschem Werkbund und Bauhaus, treffen wir offenbar den Nerv der Zeit und sind mehr oder weniger konkurrenzlos. Hinzu kommt, dass die Preise für unsere Uhren in den letzten Jahren deutlich niedriger und dabei auch konstanter geblieben sind als die unserer Wettbewerber.

Warum ist die Teilnahme an einer Messe, insbesondere an der Baselworld, wichtig für Sie?

International befindet sich Nomos Glashütte noch im Aufbau. Natürlich sind Kontakte für uns wichtig, wir müssen unsere Fachhändler treffen, neue hinzugewinnen, die internationale Bekanntheit ausbauen. Insgesamt gilt: Das Interesse an Nomos Glashütte ist in den vergangenen Jahren stetig gewachsen. Der Andrang etwa auf unsere Eröffnungsveranstaltung und unseren Terminkalender ist 2017 größer denn je.

Nomos Glashütte hat in den vergangenen Jahren mehr und mehr auf eigene Produktion umgestellt. Warum ist das so bedeutsam?

Bereits seit 2005 stellen wir alle unsere Werke selbst her, wir sind die 100-Prozent-Manufaktur. Unabhängig sind wir also bereits seit vielen Jahren. Mit der Einführung des Swing-Systems und dessen Debüt in „Metro Datum



Uwe Ahrendt,
Geschäftsführer von
Nomos Glashütte

„Gangreserve“ im Jahr 2014 gelang uns der letzte wichtige Schritt in die technische Unabhängigkeit. Damit unterscheiden wir uns von den Mitbewerbern. Mit Glashütte verbindet man von jeher nur beste Qualität. Wir haben dies besonders ernst genommen – unsere Fertigungstiefe beträgt bis zu 95 Prozent und das merken sich die Kunden. Doch nicht nur bei der Produktion unserer Werke ist die Fertigungstiefe sehr hoch, sondern auch bei allem, was unsere Marke ausmacht. Auch wenn es um Design geht, um Fotografie, um Grafik, Texte, Internetauftritte et cetera: ebenfalls hausgemacht, bei der Berliner Nomos-Tochter Berlinerblau. So sichern wir die Qualität auf allen Gebieten des Unternehmens.

Welche neuen Uhren zeigen Sie in Basel?

Es gibt einiges an Neuheiten. Nur ein Beispiel, das kleinere (und das, das ich Ihnen jetzt verrate),

ist die Uhr zum Abitur. Ein Produkt also für völlig neue Kundengruppen. Zu einem unschlagbaren Preis. Denken Sie nur: Weit über 400.000 Abiturienten pro Jahr allein in Deutschland. Fast jeder hat Eltern, Großeltern, Tanten, Onkels. Wir freuen uns schon darauf.

Wie ist Ihre Prognose: Was erwartet die Branche in den kommenden Monaten?

Wir können natürlich nur für uns antworten. Das Vorjahr haben wir mit einem Plus von 24 Prozent abgeschlossen, das gibt uns allen Grund dazu, den nächsten Monaten sehr positiv entgegenzublicken. Wir bleiben aufmerksam, natürlich, rechnen für unsere Marke weiterhin mit Wachstum – und bauen einfach mehr und mehr beste schöne Uhren.

Iris Wimmer-Olbort ■

www.nomos-glashuette.com;
Halle 1.1, Stand E79



„Die Uhr zum Abitur“, lautet das Motto der neuen Uhrenserie „Campus“ von Nomos Glashütte. Hier die „Club 38 Campus“ mit Handaufzugswerk und Edelstahlgehäuse