

Das Gesetz der Serie

Lässt sich Erfolg planen?

Der Uhrenhersteller Nomos schafft das mit seinen Sondereditionen immer wieder.

Text: Thomas Ramge Foto: Arne Reimer

- „Diesmal wollen wir die Frauen und Kinder.“ Nomos-Geschäftsführer Uwe Ahrendt, Uhrmacher in vierter Generation, sagt diesen Satz ganz ernst. Dann lacht er, öffnet einen schwarzen Kasten und zeigt die bunte Uhren-Kollektion, die Nomos diesen Herbst in streng limitierter Serie auflegt.

Eigentlich neigt die mittelständische Manufaktur im sächsischen Glashütte nicht zu Experimenten. Andere Uhrenhersteller bringen pro Jahr 20 und mehr neue Modelle auf den Markt. Nomos bietet seit 1992 die gleichen vier Grundmodelle an: schlicht, kleine Sekunde, Bauhaus-Stil. Mit einer Ganggenauigkeit von weniger als einer Minute Abweichung pro Woche spielen die ostdeutschen Handaufzugwerke in einer Liga, die meist erst eine Preisklasse höher zu haben ist. Unter Architekten und designverliebten Freiberuflern gilt die junge Marke bereits als Klassiker. Diese Klientel will Nomos auch weiter bedienen, auf dem hart umkämpften Markt für Qualitätsuhren zum vernünftigen Preis aber weiter wachsen. Der Plan heißt Sondereditionen. Und der Plan ging bislang auf.

Im Jahr 2000 legte Nomos zur Expo zum ersten Mal eine Sonderserie auf. Das Flaggschiff-Modell Tangente bekam auf dem Werk ein dezentes Expo-Logo verpasst, gut sichtbar durch den Glasboden, den es ohne Aufpreis dazugab. Die 2000 Expo-Tangenten waren verkauft, bevor die Weltausstellung in Hannover ihre Pforten öffnete. Das entsprach damals rund einem Fünftel des Jahresabsatzes von Nomos. Und weil die Aktion so gut lief, ging

wenig später eine Kollektion mit dem Wappen der Stadt Leipzig in Produktion, die ebenfalls im Umfeld der Expo vermarktet wurden. Auch diese 2000 Sonder-Tangenten gingen schneller über den Ladentisch, als die örtlichen Uhrenhändler schauen konnten. Bei Ebay erzielten die Sonderauflagen bald höhere Auktionspreise als zuvor im Geschäft. Den Glashütter Uhrmachern wurde klar: Die Idee der Sonderserie taugt zur Strategie.

Es folgte eine Edition zum Jubiläum des Groß-Juweliers Wempe. Für jede Stadt mit einer Wempe-Filiale fertigte Nomos jeweils 125 Uhren mit Stadtwappen, und wieder entpuppten sich die Käufer als Lokalpatrioten: Keine Wempe-Uhr musste ihren Laden lange hüten. Für die Bundeszentrale für politische Bildung gestaltete Nomos Werke, auf denen ein Ost- und ein West-Ampelmännchen aufeinander zugehen. Die Uhr kam zum 3. Oktober heraus. Treffer. Siemens-Mitarbeiter dürfen sich zur 40-jährigen Betriebszugehörigkeit über eine Nomos-Uhr mit Logo des Technik Konzerns freuen.

Mit der bunten Herbstkollektion 2004 bringt der Uhrenhersteller seine bislang größte Sonderedition auf den Markt – und ist auf die Resonanz sehr gespannt. „Wenn so eine Aktion nicht gelingt“, sagt Ahrendt, „kann eine Marke bösen Schaden nehmen.“ Eine Sonderedition muss schnell ausverkauft sein, sonst droht sie den eigenen Markt zu verstopfen. Händler könnten verunsichert werden, ebenso die Stammklientel mit ihrem Hang zur klassischen Moderne. Nomos-Kunden kaufen ihre Uhr in dem



Schön bunt und schön günstig: die Herbstedition von Nomos



Gutes Auge und sichere Hand: eine von 51 Mitarbeiterinnen

Bewusstsein, dass sie an Wert kaum verlieren wird. Da darf nicht der Verdacht aufkommen, dass irgendwo Restposten lagern, die niemand haben will.

Umgekehrt können Sondereditionen eine Uhren-Marke aufwerten, wenn sie zu Sammlerobjekten werden. Die Uhrenpreise bei Ebay haben sich hier zu einem ziemlich genauen Gradmesser entwickelt. Bei seinen Sondereditionen wird Nomos auch künftig an folgenden Prinzipien festhalten: Ein Kunde weiß, dass er eine bestimmte Uhr nur eine sehr kurze Zeit kaufen kann. Eine Neuauflage wird es nicht geben. Zudem bekommt er die Uhr zum Preis der Standardvariante, aber in einer etwas besseren Ausstattung. Die 3000 Uhren in Farbe sind darüber hinaus 100 Euro günstiger.

Schlichte Begründung für den Preisnachlass: Die Sondereditionen haben sich in den vergangenen Jahren als gut zu kalkulieren erwiesen und Nomos mehr Planungssicherheit gebracht. Einen langen Vorlauf braucht die Firma nicht, um eine aufzulegen. Die Idee mit den farbigen Modellen entstand erst Anfang dieses Jahres. Die beauftragten Designer machten rund 100 Farbwürfe, von denen die beiden Geschäftsführer 30 auswählten. Von Juli bis September fertigten dann die 27 Nomos-Uhrmacher die Sonderstücke. Sie sollen rund ein Viertel der Jahresproduktion ausmachen und damit kräftig zum Wachstum beitragen.

2003 konnte Nomos zum ersten Mal 13 000 Uhren absetzen. 1992 waren es wenige hundert. Als der Firmengründer Roland

Schwertner damals ankündigte, er werde irgendwann 20 000 Edelstahluhren mit Handaufzug pro Jahr in Glashütte herstellen, wurde er milde belächelt.

Zur Zeit der Wende arbeitete der Düsseldorfer EDV-Berater Schwertner für einen westdeutschen Hersteller von Mode-Quarzuhren. Eine Tante aus dem Erzgebirge schwärmte ihm kurz nach dem Mauerfall vor, wie die Uhrmacher in Glashütte „noch immer feuchte Augen bekommen, wenn sie an ihre alten Uhrenschmieden denken“. Die Unternehmen von Weltruhm waren nach Gründung der DDR in dem VEB Glashütter Uhrenbetriebe aufgegangen, der keine Uhren von Weltruhm mehr herstellte. Gleich 1990 sicherte sich Schwertner den Namen der Glashütter Manufaktur Nomos – zu Deutsch Recht und Ordnung. Die war zwar bereits 1911 Pleite gegangen, der Name klang trotzdem seriös.

Schwertner brachte nicht gerade die idealen Startvoraussetzungen für einen Uhrenfabrikanten mit: Er war weder Uhrmacher noch Schweizer. Geld für Investitionen hatte er ebenfalls keines. Stattdessen vertraute er auf guten Geschmack. Die vier U(h)rformen entstanden zunächst als Aquarelle, gemalt von einer befreundeten Düsseldorfer Designerin. Bis heute wurden sie keinem Lifting unterzogen. Die Bedingungen für eine Unternehmensgründung im Tal der Uhrmacher waren kurz nach der Wiedervereinigung hingegen widrig. In den ersten beiden Jahren teilte sich Schwertner den Telefonanschluss mit einem nahe gelegenen Imbiss. Für den Bau eines eigenen Werkes fehlte das Geld. ►



Kam ohne Geld, aber mit gutem Geschmack: Gründer Roland Schwertner

Der Gründer ließ deshalb Präzisionsware aus der Schweiz ins Erzgebirge liefern und setzte sie mit zwei Angestellten im Keller seines Haus in die frisch gestalteten Nomos-Gehäuse ein. Dies widersprach allerdings Glashütter Tradition. Die lokale Konkurrenz wurde aufmerksam, und Roland Schwertner fand sich bald vor Gericht wieder.

Wer das Gütesiegel Glashütte auf sein Zifferblatt schreiben will, muss mindestens 50 Prozent seiner Uhren dort produzieren. Die Schweizer Werke aber waren teurer als Gehäuse und Einbau. Nach einem mehrjährigen Rechtsstreit ging Nomos deshalb dazu über, sich nur noch Werkteile liefern zu lassen und setzte die vor Ort selbst zusammen. Damit wurde mehr als die Hälfte des Wertes in Glashütte geschöpft, und Schwertner konnte sich wieder auf Produktion und Vertrieb konzentrieren.

1997 hatte die Firma bereits 14 Mitarbeiter. Es folgten Designpreise, freundliche Zeitungsberichte und gute Testergebnisse. Die Kreditanstalt für Wiederaufbau half mit Darlehen. Das Versandhaus Manufaktur konnte als Gesellschafter gewonnen werden und nahm Nomos in seinen Katalog auf. Auch die Lufthansa führte die Bauhaus-Uhren made in Saxony im Bordshop. 2000, im Jahr der ersten Sonderedition, waren bereits 31 Uhrmacher, Mechaniker, Handwerker und Verwaltungsangestellte bei Nomos beschäftigt. Heute arbeiten 51 Mitarbeiter an der bunten Sonderreihe, die mittlerweile auch die Rohwerke selbst fertigen und Schrauben selbst veredeln. Mehr als 80 Prozent des Wertes einer



Uhrmacher in der vierten Generation: Geschäftsführer Uwe Ahrendt

Nomos-Uhr werden in Glashütte geschöpft. Allein Zahnräder und Kleinstteile werden noch aus der Schweiz importiert.

Die Fachpresse hat bei dem kleinen Hersteller der sächsischen Handaufzuguhren eine bemerkenswerte Konsequenz festgestellt. „Wir haben unseren Plan einfach durchgezogen“, sagt Uwe Ahrendt nicht ohne Stolz. „Einen Plan B hat es nie gegeben.“ Trotz schwieriger Konjunktur stehen die Zeichen weiter auf Wachstum. Auf der Baseler Uhrenmesse im kommenden Frühjahr will Nomos sein erstes Automatikwerk vorstellen und damit auch Käufer erreichen, die keine Lust haben, jeden Morgen am Knöpfchen zu drehen. Auch die nächsten Sondereditionen sind schon in Planung. Welche will Ahrendt noch nicht verraten. Nur so viel: Das Planziel von 20 000 will Nomos in spätestens fünf Jahren erreicht haben. In der Branche lächelt heute niemand mehr, wenn Gründer Schwertner diese Zahl nennt. ■

Zahlen und Fakten zu Nomos:

Gründung: 1990 durch Roland Schwertner

Mitarbeiter: 51, davon 27 Uhrmacher

Umsatz: rund 5 Millionen Euro

Exportländer: Großbritannien, Italien, Japan, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Polen, Portugal, Russland, Schweiz, Singapur, Spanien, Taiwan, Ungarn und USA