

Ticken im Schattendasein

Uhren von sogenannten Microbrands machen die Welt schöner, bunter und lebendiger. So zumindest die Meinung unseres Autors. Hier empfiehlt er sieben persönliche Favoriten.

Gion Mathias Cavelty



Nichts Beglückenderes: die skelettierte CW Twelve X von Christopher Ward gibt den Blick auf das Werk frei.

Der urbane Mensch ist nie mehr als zehn Meter von einer Rolex entfernt, heisst es. Von dem her ist es wohltuend, dass es auch noch ein paar andere Uhren gibt. Uhren, die die Welt schöner, bunter und lebendiger machen.

In speziellem Mass darf das für Microbrands gelten. Also Mini-Uhrenmarken, die nur eine Überlebenschance haben, wenn sie sich auf möglichst originelle Weise vom Rest abheben. Meist gegründet von einzelkämpferischen Individualisten, müssen sie den Sprung ins kalte Wasser ohne *heritage* (jahrhundertalte Firmengeschichte inklusive mitschwingender Vertrauenswürdigkeit und Seriosität), Geld für Marketing, prominente Aushängeschilder

(Schauspieler, Sportler, Rapper) et cetera wagen; zu beziehen gibt es sie zudem nur auf der eigenen Website, Präsenz und Visibilität in realen Läden ist keine vorhanden.

Die (Anfangs-)Finanzierung wird häufig über Crowdfunding angestrebt; allein auf Kickstarter findet man in der Kategorie «Uhr» momentan sage und schreibe 6236 Projekte (laufende, angekündigte, zustande gekommene, nicht zustande gekommene). Auffallen will man mit ungewöhnlichem Design (nun ja: Natürlich gibt es auch unzählige Submariner- und Pilotenuhr-Hommagen respektive -Klone oder -Abwandlungen), ausgefallenen Materialien und «neu gedachter» Horologie.

Ein paar Beispiele: The Barrel («Handgefertigte Uhr aus Whiskey-Fassholz»), die RED 3.721 («Die Automatikuhr mit Meteoriten-Marsstaub»), die Tikker («Die Armbanduhr, die Ihr Leben herunter zählt!»), die OVD C117D («Inspiriert vom epischen Flugzeugwrack am schwarzen Strand in Südisland»), die Stund («Die Uhr, die Sie die Zeit fühlen lässt; sie unterteilt die Zeit in feste Zyklen und sendet einen sanft vibrierenden Puls aus») oder die Strond («Die erste Automatikuhr, deren gesamtes Zifferblatt aus demselben Stein geschnitten ist, der für Stonehenge verwendet wurde»).

Man sieht: Alles kann zu einer Uhr verwurstet werden. Wann kommt die Wurstuhr? Ja: Das Streben nach Originalität kann dem

Pedral

Traum von der eigenen Uhr

Im Alter von zehn Jahren kam der gebürtige Kongolose Kevin Pedral mit seiner Familie nach Schweden; als Sechzehnjähriger bewarb er sich bei lokalen Uhrmacherschulen erfolglos für eine Ausbildungsstelle. Doch den Traum von einer eigenen Uhr gab er nicht auf, und Mitte dreissig, «nach dreieinhalb Jahren voller schlafloser Nächte, etlicher Rückschläge und der kontinuierlichen Herstellung von vierzig Prototypen» lancierte er eine erfolgreiche Kickstarter-Kampagne, dank der die «Monument» ab Herbst 2024 erhältlich sein wird, ebenso die dieser in Sachen *quirkiness* in nichts nachstehenden Modelle «Rymd», «Artefact», «Okapi» und «Dreamchaser». pedral.eu



Quirky: «Monument», 649 Euro, Pre-order-Preis 499 Euro.



Wiegt nicht viel mehr als Papier: «Sketch White», 175 Euro; derzeit ausverkauft.

D1 Milano

Kunstobjekt aus Polycarbonat

D1 Milano wurde 2013 vom damals zwanzigjährigen Wirtschaftswissenschaftler Dario Spallone aus Rom ins Leben gerufen. Die «Sketch White» sieht aus wie mit einem schwarzen Stift auf Papier skizziert, und viel mehr als Papier wiegt das Kunstobjekt aus Polycarbonat auch nicht. Logischerweise gibt es auch die «Sketch Black»; beide Uhren verfügen über ein japanisches Seiko-Quarzwerk. Man muss die Dinger mit dem 2-D-Effekt selbst gesehen haben, um es zu glauben. Zurzeit ist die Uhr ausverkauft, man kann sich aber auf eine Warteliste für eine Neuauflage setzen lassen. Auf www.chrono24.com gehen die Preise schon auf über 700 Euro hoch. eu.d1milano.com

Venezianico

Der letzte Winkel der Ewigkeit

Die Uhrenmarke Venezianico wurde vom italienischen Brüderpaar Alberto und Alessandro Morelli im Jahr 2017 ursprünglich als Meccaniche Veneziane gegründet. Das schwarze Musou-Zifferblatt der von einem japanischen NH35A-Werk angetriebenen «Redentore Ultrablack» absorbiert 99,4 Prozent des Lichts. Tatsächlich hat man beim Betrachten das Gefühl, in den letzten Winkel der Ewigkeit zu starren. Es wird einem unendlich feierlich dabei zumute. Das Schwarze Loch wird grösser und grösser, und wenn man nicht aufpasst, wird man gänzlich davon verschluckt. venezianico.com



Feierlich: «Redentore Ultrablack», ab 410 Euro; derzeit nur Warteliste.

potenziellen Käufer auch leicht einmal auf die Nerven gehen. Und so bleibt das Projekt halt nur ein Gag.

Ein Meisterstück nach dem anderen

Ein schönes Beispiel, wie es mit dem eigenen Microbrand so richtig in die Hose gehen kann, erzählt ein britischer Uhren-Youtuber auf seinem Kanal «NextOnTheWrist» (Video «My microbrand watch company failed»). Wobei man angesichts der gruseligen Prototypen nur sagen kann: Gott sei Dank werden diese Monster nie auf die Menschheit losgelassen. Es ist einfach von allem zu viel des Schlechten.

Schade, wenn ein Unternehmen bachab geht, das eigentlich alles richtig gemacht und auch

Erfolg gehabt hat wie die Werenbach AG des Zürchers Patrick Hohmann. Seine in die Tat umgesetzte (und im Buch «Werenbachs Uhr» beschriebene) Vision: Uhren mit Zifferblättern aus Triebwerken von in der kasachischen Steppe abgestürzten Sojus-Trägerraketen herzustellen. Am Tag des Erstverkaufs im Novem-

Ja: Das Streben nach Originalität kann dem potenziellen Käufer auch leicht einmal auf die Nerven gehen.

ber 2017 hat auch der Verfasser dieses Artikels sich sein Exemplar abgeholt, wie Hunderte andere auch (Modell zwei, Nummer 0851). «Es

heisst, bei einem Marathon sollte man nicht lange unterzuckert bleiben», äusserte sich Hohmann gegenüber der *Bilanz* sechs Jahre später zum Aus von Werenbach; im übertragenen Sinne habe er jedoch genau das gemacht: «Ich war zwölf Jahre lang unterkapitalisiert und funktionierte im Start-up-Modus, irgendeinmal geht das einfach nicht mehr.»

Mit 500 Franken ist man gut dabei

Ein Microbrand kann aber auch so richtig durch die Decke gehen, wie das Beispiel des englisch-schweizerischen Brands Christopher Ward zeigt, der ein Meisterstück nach dem anderen herausbringt (neu die skelettierte CW Twelve X). Preislich ist man mit 500 Fran-

ken schon gut dabei. Das ist möglich, weil man die Uhren online direkt beim Hersteller bezieht und kein Mittelsmann dazwischensteht. Natürlich: Dafür kann man kein Manufakturkaliber erwarten. Die Werke werden zugekauft; je nach deren Qualität steigt dann auch der Verkaufspreis.

Die Trouvaillen, die man im Universum der Microbrand-Uhren machen kann, sind schier endlos. Und es gibt doch nichts Beglückenderes, als eine Uhr am Handgelenk zu tragen, die man mehr oder weniger exklusiv sein Eigen nennen kann und die man nicht bloss des Angebens-, Imponieren- oder irgendwo Dazu-Gehören-Wollens für einen vollkommen überrissenen Preis erstanden hat.

Im Folgenden die sieben Lieblingsuhren des Schreibenden, die jedermann und -frau den Sommer bestimmt versüssen können.

47Zero

Geist der 1920er

Die Marke 47Zero ist ein Kind des in den französischen Alpen lebenden gebürtigen Iren Cormac Hanley (siehe Interview rechts). Der Fotograf erlitt mit 47 einen Hirnschlag und wurde auf «Feld 0» zurückgeworfen (deshalb der Name des Brands). Seine von Hand gefertigten Zifferblätter sind schillernde, Art-décoeske Kunstwerke. Jedes Zifferblatt sei einzigartig, schreibt Cormac, der auch schon Einsteins Hirn auf ein Zifferblatt gebannt hat, auf seiner Website. ««Le Boulevardier» ist nach einem Cocktail benannt, der für die wilde Unbekümmertheit und den Geist der 1920er Jahre steht.» Die Uhr gibt es in vier Ausführungen, angetrieben wird sie vom Schweizer Automatik-Uhrwerk STP 1-11. 47zero.com



Wilde Unbekümmertheit: «Le Boulevardier Silver», 1050.42 Euro.

INTERVIEW

«Meine Uhren sind nicht für jedermann»

Cormac Hanley, Gründer des Microbrands 47Zero, über Gesundheit, Verrücktheit und Schönheit.

Gion Mathias Cavelty

Weltwoche: Als ich Ihre Uhren zum ersten Mal gesehen habe, war ich sofort begeistert. Was macht sie so einzigartig?

Cormac Hanley: Ich versuche immer, ein Element dessen einzubauen, was ich «asymmetrische Schönheit» nenne. Perfektion ist etwas für Massenprodukte, aber eine Spur von menschlicher Note ist erforderlich, wenn eine Verbindung zwischen dem Objekt und einer Person entstehen soll. Ich will einen Talisman schaffen, der den Träger begleitet und ihn an seine Stärken erinnert. Ein Wechsel der Perspektive ist der Schlüssel, um das Negative zum Positiven zu wenden, und viele meiner Entwürfe tragen eine Geschichte, die diese Überzeugung widerspiegelt.

Weltwoche: Wie sind Sie zu der Entscheidung gekommen, einen Microbrand zu gründen? Muss man nicht verrückt sein, um so etwas zu wagen?

Hanley: Witzig, dass Sie das Wort «verrückt» erwähnen. Das ist nicht weit von meinem Weg entfernt. 2017 brach ich im Alter von 47 Jahren nach einem Schlaganfall zusammen. Ich verbrachte viele Monate in einer therapeutischen Einrichtung und musste langsam wieder lernen, zu denken, zu kommunizieren und mich zu bewegen. Dass ich wieder in meinen früheren Beruf als Werbefotograf in Paris zurückkehren konnte, war unrealistisch. Als Zeitvertreib begann ich, Zifferblätter von Uhren neu zu gestalten. Das war etwas, das ich im Sitzen tun konnte. In einem Umschulungsprogramm für Uhrmacher in Annecy erlernte ich das rein mechanische Arbeiten

an einer Uhr; abends habe ich an meinen Entwürfen und Konzepten gearbeitet. Beim interessantesten Uhrmacher, den ich kannte, nämlich Michiel Holthinrichs in Delft, durfte ich ein Praktikum absolvieren. Ich fühlte mich wie Charlie, der das goldene Ticket für die Schokoladenfabrik gefunden

hatte! Verrückt? Ja, aber es gibt nur ein Leben, und das sollte ein Abenteuer sein.

Weltwoche: Macht es Sie nicht wütend, wenn Sie sehen, wie einfalllos die meisten Uhren sind, die den Markt beherrschen?

Hanley: Nicht wütend, nein. Vielleicht verwundert es mich, dass so viele Menschen sich auf eine Marke versteifen und nicht über den Taucher- oder Military-Style-Uhren-

Tellerrand hinausschauen.

Weltwoche: Wie kann man mit einer Mikro-Uhrenmarke trotz allem erfolgreich sein?

Hanley: Langsam, hartnäckig, unermüdlich innovativ sein. Sich nicht aus Angst dazu verleiten lassen, einen Verkaufserfolg erzwingen zu wollen, weil dies die Kreativität töten würde. Meine Uhren sind nicht für jedermann, und das sollten sie auch nicht sein.

Weltwoche: Was bedeutet Zeit für Sie? Macht sie Ihnen insgeheim nicht Angst?

Hanley: Die Zeit ist wie ein Ozean. Man wäre ein Narr, wenn man seine Schönheit nicht lieben und seine Kraft nicht fürchten würde. Deshalb lautet mein Slogan «Leben > Zeit». Das Leben ist grösser als die Zeit. Wollen wir durchs Leben gehen und nur Stunden zählen, oder wollen wir die einzelnen Momente leben?



«Asymmetrische Schönheit»: Uhrmacher Hanley.

Studio Underdog Hip und sympathisch

Präzis so stellt man sich die Uhr eines hippen Londoner Microbrands vor – mit einem Zifferblatt wie eine aufgeschnittene Melone. Mit anderen Worten: wie die «Watermelon» des britischen Produktdesigners Richard Benc, der die Idee für Studio Un-



Wie eine aufgeschnittene Melone:
«Watermelon (Gen2)», 540 Euro

derdog im Jahr 2020 entwickelte, «mit-ten im Covid-19-Lockdown, als alle meine Lieblingskneipen geschlossen waren und die grösste Neuigkeit in der Uhrenwelt war, dass eine bestimmte Marke ihre Gehäusegrösse um unfassbar 1 mm erhöht hatte», wie er sich auf seiner Website zitieren lässt. «Da wurde mir klar, wie ernst und spiessig die Branche wirklich ist. Ich beschloss, mir die Aufgabe zu stellen, eine ernsthafte Uhr zu entwerfen, die sich selbst nicht zu ernst nimmt.» Sympathisch! Der Chronograf mit dem mechanischen Schalt-rad-Chronografenkaliber Nr. ST1901 mit Handaufzug ist immer wieder ausverkauft, das baugleiche Modell «Pepperoni» mit buntem Pizza-Zifferblatt kann man allerdings zu ausgewählten Gelegenheiten aus der Hand seines Schöpfers persönlich entgegennehmen, in der Schweiz an den Geneva Watch Days, die vom 29. August bis zum 2. September im Pavillon Rotonde du Mont-Blanc am Genfersee stattfinden.
underdog.com



«Alter ist irrelevant,
es sei denn, du bist eine
Flasche Wein.»

Joan Collins

Jiang Hun Spitzname «Aschenbecher»

Der auf sogenannte Homage-Watches spezialisierte chinesische Massenuhrenhersteller San Martin (ein typischer chinesischer Name!) hat im April dieses Jahres einen eigenen Microbrand präsentiert: Jiang Hun, übersetzt «Seele eines Kunsthandwerkers». Es war zu erwarten gewesen, dass die Uhren etwas komplett anderes sein würden als Homage-Watches, denn das Unternehmen würde von seinem Image als Nachbauer von bekannten Schweizer Uhren (genau das bedeutet Homaging) so weit wie möglich wegkommen wollen – und in der Tat: Der erste Ticker ist definitiv originell ausgefallen. Im Beschrieb von Herrn Liao, Gründer und Chefdesigner von San Martin: «Das Gehäuse der «War Drum» erinnert an die Struktur einer grossen Trommel, wobei die Bandanstösse wie Trommelstöcke an der Seite hängen. Das Zifferblatt ähnelt der verwitterten Oberfläche einer Trommel, deren Farbe allmählich verblasst, als wäre sie Tausende Male



Definitiv originell:

«War Drum», 269 US-Dollar.

angeschlagen worden.» Die Uhr trägt unter Fans auch bereits den Namen «Aschenbecher». Verblüffend! jianghunwatch.com



«Ehrensache»: «UNI:SEX», Fr. 7863.–
(exkl. MwSt.), limitiert auf 22 Stück.

Nottaris

Wurf für die Ewigkeit

Ein besonders prächtiges Beispiel eines am anderen Ende des Spektrums angesiedelten Microbrands: die «UNI:SEX» des jungen Schweizer Uhrmacher-Rhabilleurs und Master of Fine Arts in Watch Design, A. Angelo Nottaris. «Als Uhrenentwickler in der fünften Generation ist mir die «UNI:SEX» Herzensangelegenheit und Ehrensache zugleich», schreibt er auf seiner Website. Dort kann man stundenlang über das Konzept der Uhr, die auf Nottaris' praktischer Masterarbeit «UNI:SEX» und seiner Masterthesis «The Battle of the Wrist» basiert, nachlesen; Nottaris erzählt allen Interessierten aber auch gerne persönlich darüber in der familien-eigenen Entwicklerwerkstatt im Zürcher Kreis 5. Die Uhr ist bestückt mit einem hochklassigen Automatik-Werk K1, bestehend aus 194 Einzelteilen, wovon 191 in der Schweiz hergestellt werden; bargeldlos bezahlen kann man mit ihr übrigens auch noch. Ein Wurf für die Ewigkeit! nottaris.zuerich