



Erfolgscouple: Jean-Marc Jacot (links) und Michel Parmigiani vor einer Tischuhr mit islamischem Kalender. Kosten: ca. 2,5 Millionen Franken.

Luxusuhren**Prestigeobjekte aus der Einsamkeit**

Die Uhrenmarke «Parmigiani Fleurier» ist erst 15 Jahre alt und steht bereits für Luxus und Eleganz. Hergestellt wird sie im Val de Travers, einer der abgelegensten Gegenden der Schweiz. Was zeichnet ihren Erfolg aus? «persönlich» hat sich in Fleurier mit dem geistigen Kopf der Marke, Michel Parmigiani, und seinem Geschäftsführer Jean-Marc Jacot unterhalten.

Interview: **Matthias Ackeret** Bilder: **Marc Wetli**

Herr Parmigiani, was fühlen Sie dabei, dass eine so exklusive Uhrenmarke nach Ihnen benannt ist?

Parmigiani: Das ist natürlich eine grosse Ehre. Vor allem freut es mich, dass es uns gelungen ist, wieder eine Uhrenfabrik im Val de Travers zu etablieren und die Uhrmacherkunst, lange Zeit ein wichtiger Bestandteil unserer Region, neu aufleben zu lassen. Mitte der Siebzigerjahre, also während der Uhrenkrise, ist hier alles zusammengebrochen, Tausende von Experten haben das Tal verlassen, viel Wissen ging verloren. Die Japaner haben uns mit ihren Billiguhren das Leben schwer gemacht. Ich war aber stets der Überzeugung, dass eine jahrhundertealte Tradition nicht wegen eines neuen Trends verschwinden darf. Die Neuenburger Regierung hatte die Uhrenindustrie zu jenem Zeitpunkt bereits aufgegeben. Dank der grosszügigen Unterstützung der Sandoz-Stiftung konnten wir vor 15 Jahren unsere eigene Manufaktur in Fleurier gründen.

Jacot: «Wir bauen hier nicht nur eine Manufaktur auf, sondern eine Marke.»

Jacot: Die Zusammenarbeit mit der Sandoz-Stiftung ist nicht nur wertvoll, sondern auch visionär. Wenn Sie zurückschauen, war die Schweiz bis vor einigen Jahrzehnten in vielen Bereichen weltweit führend: bei den Banken, den Versicherungen, der Schokolade und auch den Uhren. Viele Branchen sind

in den letzten Jahren zusammengebrochen. Bei den Uhren konnten wir unsere Leaderposition zurückgewinnen.

Wem gehört die Manufaktur heute?

Jacot: Der Fondation Sandoz.

Herr Parmigiani, Sie gelten als einer der Besten Ihres Fachs. Warum sind Sie eigentlich Uhrmacher geworden?

Parmigiani: Wirklich gute Uhren entstehen in der Einsamkeit. In meiner Jugend stand ich stundenlang vor der Büste Ferdinand Berthouds, eines bedeutenden Uhrmachers aus dem Val de Travers. Dies hat in mir den Wunsch geweckt, selbst Uhrmacher zu werden. Als 14-Jähriger durfte ich meine erste Spezialarbeit herstellen. Dabei habe ich einen Uhrmacher kennengelernt, der sein Handwerk ganz alleine ausübt. Dies ist etwas vollkommen anderes, als Uhren fabrikmässig herzustellen.

Was hat Sie als Jugendlicher an den Uhren fasziniert?

Parmigiani: Jede Uhr birgt ein Geheimnis. Von aussen sieht man nicht, wie sie funktioniert. Dies war für mich eine Herausforderung: Ich wollte als Jugendlicher wissen, was in einer Uhr passiert. Als mir mein Vater die erste mechanische Uhr schenkte, war dies ein ganz spezieller Moment. Nach der Uhrmacherschule in Fleurier habe ich das Technikum in La Chaux-de-Fonds und Le Locle besucht. Dabei habe ich den Wert der traditionellen Uhrmacherkunst kennengelernt. 1976 habe ich mit dem Restaurieren aufwendiger Kunstwerke der Haute Horlogerie begonnen. Dies hat mich bewogen, die

Uhrwerke selbst und nicht mehr maschinell herzustellen.

Herr Jacot, Sie haben in allen grossen Uhrenfirmen gearbeitet. Was unterscheidet Parmigiani von Cartier, Jaeger-LeCoultre und den andern?

Jacot: Zwei Gründe haben mich bewogen, zu Parmigiani zu wechseln. Zum einen handelt es sich bei Parmigiani um eine Schweizer Uhr, welche die Tradition der Uhrmacherkunst pflegt und auch fortsetzt. Zum Zweiten bauen wir hier nicht nur eine Manufaktur auf,

Parmigiani: «Als Kind stand ich immer vor der Büste von Ferdinand Berthoud, einem grossen Uhrenmacher.»

sondern auch eine Marke. Die meisten unserer Mitbewerber sind bereits seit Jahrzehnten im Markt etabliert. Dies ist eine gewaltige Herausforderung. Das Spannende ist, dass wir im Gegensatz zu andern Uhrenmarken – mit Ausnahme von Rolex – die ganze vertikale Produktionskette selbst handhaben, was bedeutet, dass alle Teile einer Uhr innerhalb unseres Hauses produziert werden.

Was unterscheidet die Parmigiani-Uhr von andern Uhren?

Parmigiani: Wir fertigen unsere Uhren in Handarbeit, was nicht mehr viele Manufakturen machen. Dadurch entwickelt man auch ein Gefühl für die Uhr. Heute beschäftigen wir hier 250 Leute. Ansonsten haben

wir im Val de Travers 500 Mitarbeiter. Nun kehrt wieder Leben ins Tal zurück: Mittlerweile haben sich die Firmen Chopard und auch Cartier, mit denen wir zusammenarbeiten, in Fleurier niedergelassen. Das ist grossartig: Wenn Sie allein sind, sind Sie wirklich allein.

Welche Uhren sind momentan im Trend?

Parmigiani: Es gibt wieder eine Sehnsucht nach den alten Uhren. Dominierten früher schwerere Uhren, so bevorzugt man heute wieder die leichteren Modelle.

Wie erspüren Sie diesen Trend?

Parmigiani: Ich verstehe mich als Künstler, welcher vor einer Palette mit vielen Farben steht und den perfekten Mix sucht. Einmal dominiert die eine Farbe, einmal die andere. Von einem einzigen Trend zu sprechen, wäre aber falsch. Dies ist auch der Grund, warum unsere Manufaktur eine ganze Reihe von Modellen anbietet.

Parmigiani: «Eine jahrhundertalte Tradition darf nicht wegen eines neuen Trends verschwinden.»

Aber Sie entscheiden, welche Uhren realisiert werden ...

Parmigiani: Ich habe ein ganzes Team, das mich dabei unterstützt. Die letzte Entscheidung treffe ich selbst. Ich definiere auch, was eine Parmigiani-Uhr auszeichnet. So sind bei allen unseren Uhren die Zeiger, das Gehäuse, die Schrauben, aber auch die Proportionen im Goldenen Schnitt, gleich. Dies ist das Geheimnis einer Parmigiani-Uhr.

Ihre Uhren gelten als sehr teuer, die Preise bewegen sich zwischen 10 000 Euro und 2,5 Millionen Euro. Gibt es einen typischen Parmigiani-Kunden?

Jacot: Unsere Kunden sind sehr erfolgreich und finanziell unabhängig. Wer eine Parmigiani hat, muss seinen Wohlstand nicht mehr beweisen. Er liebt das Produkt und nicht nur die Marke. Wer Parmigiani trägt, hat alles andere schon gehabt. Unsere Kunden suchen das Neue, das Spezielle und auch das Aussergewöhnliche.

Was zeichnet dann eine Luxusmarke aus?



Alles aus einer Hand: Parmigiani-Uhren werden vollständig inhouse hergestellt.

Jacot: Es sind die vielen Details, die unsere Uhren auszeichnen. Wir legen viel Wert auf die individuelle Produktion und exklusive Materialien. Eine Parmigiani-Uhr kauft man nicht in fünf Minuten.

Aber wie setzt man dieses Ziel in der Praxis durch?

Jacot: Dies ist vor allem eine Frage des Ver-

triebs. Wir sind sehr selektiv bei der Distribution. Unsere Uhren sind dort erhältlich, wo die Kundschaft auch etwas Spezielles erwartet. Dies ist der Grund, warum wir als Verkaufskanal Gübelin und nicht Bucherer gewählt haben. Bucherer lebt von der Laufkundschaft, für unsere Uhren erwartet man eine ausgedehnte Beratung. Unsere Kunden haben das Anrecht zu wissen, warum die Fa-



brikation und die Teile unserer Uhren teurer sind als bei der Konkurrenz. Bei einer berühmten Uhr kostet die Produktion des Zifferblattes 50 Franken, bei uns 350, die Schrauben drei, bei Parmigiani fünf Franken. Kurz zusammengefasst: Die Händler «machen» eine Marke, indem sie den Kunden ihre Vorzüge erklären. Deswegen veranstalten wir auch keine Events mit Tausen-

den von Leuten, bei denen wir unsere Uhren vorstellen, sondern machen dies in kleinen Gruppen von 10 bis 15 Personen. Gerade gestern war ich bei einem Abendessen in Genf, wo ich unsere Marke präsentieren konnte.

Welchen Stellenwert hat die Werbung im ganzen Verkaufsprozess?

Parmigiani

Die Marke Parmigiani trägt den Namen ihres Gründers, Michel Parmigiani, der 1950 in Couvet geboren wurde und im Val de Travers seine Jugend verbrachte. 1976 beginnt Michel Parmigiani seine Laufbahn mit der Restauration aufwendiger Kunstwerke der Haute Horlogerie. 1978 wird er in der Herstellung von «Private Label»-Modellen renommierter Uhrenmarken tätig. 1995 erhält er den Prix Gaïa für seine Verdienste im Bereich mechanischer Uhren. Mit Unterstützung der Sandoz Family Foundation entsteht 1996 die Uhrenmanufaktur Parmigiani Fleurier, die durch den Zukauf von unterschiedlichen Produktionseinheiten rasch anwächst. Die erste Kollektion von edlen Parmigiani-Zeitmessern, darunter Armbanduhren, Taschenuhren und Tischuhren, entsteht. Seit elf Jahren ist Jean-Marc Jacot Geschäftsführer von Parmigiani. Jacot ist in Le Locle aufgewachsen. Danach arbeitete er für verschiedene Uhrenbrands wie Bulova, Cartier, Omega und Ebel (Quelle: uhren-wiki.net u.a.).

Jacot: Trop et assez. Werbung ist sehr teuer, gleichzeitig kann man aber auch nie zu viel machen. Das ist schade; viele Uhrenproduzenten glauben mittlerweile, die Werbung sei wichtiger als der ganze Rest.

Ihr elitärer Anspruch steht im Widerspruch zu Ihren Sponsoringaktivitäten bei Olympique Marseille oder der brasilianischen Fussballnationalmannschaft...

Jacot: Das ist nicht korrekt. In den spanischen, englischen oder italienischen Fussballstadien hat es heute mehr reiche Leute als in den Golfclubs. Die Schweiz und vor allem Neuenburg können sie dabei nicht zum Nennwert nehmen (lacht).

Wie sind Sie beispielsweise Sponsor von Olympique Marseille geworden?

Jacot: Alle unsere Partner sind selbst auf uns zugekommen. Vor zwei Jahren wollte Olympique Marseille nach einem Titelgewinn seinen Spielern und Funktionären eine Spezialedition schenken. Die Verantwortlichen haben anschliessend verschiedene Manufakturen angefragt, ob sie imstande wären, innerhalb einer Woche 42 Uhren zu produzieren. Alle verneinten, nur Parmigiani nicht. Olympique Marseille war darüber so glücklich, dass die Freundschaft geblie-

ben ist. Dahinter steckt kein Marketingkonzept, sondern vor allem der Zufall. Bei der brasilianischen Fussballnationalmannschaft war es ähnlich. Auch die Brasilianer wünschten sich eine aussergewöhnliche und nicht so bekannte Uhr für ihre Spieler. Durch die Vermittlung von Zürcher Freunden kam der Kontakt zustande, der bis heute andauert. Sie werden aber unseren Namen niemals auf einem Fussballertrikot finden: Parmigiani liebt Diskretion.

Die brasilianischen Fussballfans gehören sicher nicht zu Ihrer Klientel...

Jacot: (Lacht.) Nein, aber in Brasilien hat neben dem lieben Gott nur noch der Fussball Platz. Und Brasilien ist einer der Zukunftsmärkte für Luxusprodukte.

Der wichtigste?

Jacot: Nein, wenn man als Luxuslabel erfolgreich sein will, muss man sich zuerst in den fünf europäischen Staaten Schweiz, Deutschland, Frankreich, Spanien und Ita-

lien etablieren. Wer sich in Europa durchsetzt, gewinnt auf der ganzen Welt. 45 Prozent des Umsatzes erzielen wir in Europa, 30 Prozent in Asien, davon 10 bis 15 Prozent in China. Für uns gibt es aber keinen bevorzugten Markt: Reiche Leute gibt es überall.

Jacot: «Wenn man sich im Luxusmarkt etablieren will, muss man zuerst in Europa erfolgreich sein.»

Herr Parmigiani, Penelope Cruz, Seal oder Prinz Charles tragen eine Parmigiani-Uhr.

Was bedeutet Ihnen das?

Parmigiani: Ich freue mich über jeden, der unsere Uhren trägt; egal, ob er berühmt oder unbekannt ist. Alle unsere Kunden teilen die gleiche Lebensphilosophie, wonach man mit Ästhetik und Eleganz sein Lebensgefühl verbessern kann.

Jacot: Penelope Cruz ist auf uns zugekommen und hat sich eine Uhr gekauft. Wir haben vor einigen Jahren unmittelbar bei der Oscar-Verleihung in Hollywood ein kleines Essen organisiert. Die ganze Equipe von «Das Leben der Anderen», welche anschließend den Oscar gewann, war anwesend. Damals war auch der berühmte Komponist Gustavo Alfredo Santaolalla, der die Trophäe bislang zweimal gewonnen hat, da. Bei jedem Oscar-Gewinn wünschte er sich von seinem Musiclabel eine Parmigiani. Warum, wissen wir nicht. Alle unsere Kunden haben ihre Uhr selbst bezahlt. So auch der Sänger Seal. Ein Testimonial zu kaufen, ist einfach. Eine echte Partnerschaft aufzubauen, ist viel schwieriger.

Wie viele Uhren produzieren Sie jährlich?

Jacot: Wir produzieren momentan hier in Fleurier jährlich 5000 Uhren, das Ziel wären 10000. Wir möchten uns bei dieser Menge stabilisieren, da die Produktion einer solchen Uhr sehr aufwendig und zeitraubend



Tonda 1950 Special Edition (Michel Parmigiani).



Tonda Retrograde.




ist. Wir haben gar nicht die Kapazität, mehr Uhren herzustellen.

Rolex gilt als sehr elitär, ist von den Verkaufszahlen her aber eine Massenuhr. Wäre dies kein Vorbild für Parmigiani?

Jacot: Nein, überhaupt nicht. Wir sind preislich nicht im gleichen Segment wie Rolex. Rolex ist wie ein Mercedes: luxuriös, zuverlässig, aber nicht exklusiv. Parmigiani hat einen andern Anspruch: Wir vergleichen uns mit einem Ferrari und verkörpern Prestige. Wenn jeder mit einem Ferrari herumfahren würde, wäre Ferrari auch nicht mehr Ferrari.

Herr Parmigiani, das Jet-Set-Leben Ihrer Kunden hat Sie nie gereizt...

Parmigiani: Nein, wer in diesem engen Tal aufgewachsen ist, schätzt die Ruhe und Einsamkeit. Sie dürfen aber nicht vergessen, pro Kopf der Bevölkerung hat Fleurier weltweit am meisten Nobelpreisträger hervorgebracht. Unsere Region zeichnete sich schon immer durch eine sehr hohe Kreativität aus.

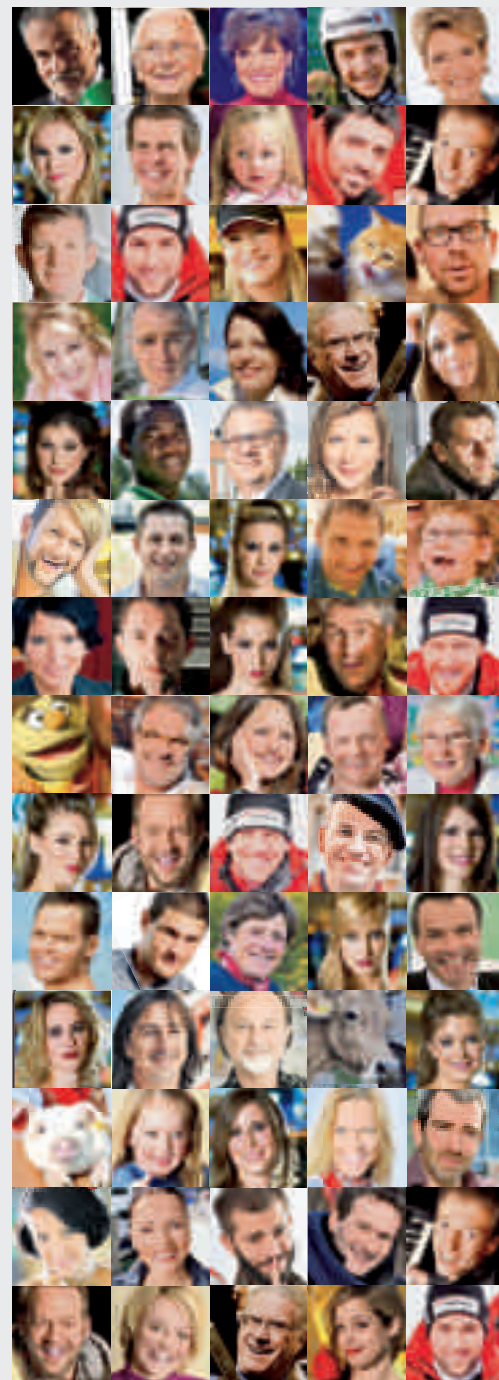
Jacot: Diese Region wird immer unterschätzt. Als ich noch in Paris lebte, hatte ich keine Möglichkeit, ans Meer zu fahren. Von Neuenburg hingegen bin ich in einer halben Stunde auf dem Boot. 



anzeiger

Wöchentlich in über 184'000 Ostschweizer Haushalten.

ihr schauplatz im ostschweizer werbemarkt



Direkter Kontakt:
Roger Mazenauer, T +41 71 221 03 03
roger.mazenauer@publicitas.com

Publicitas AG
Fürstenlandstrasse 122, 9001 St.Gallen

Anzeigenverkauf und -beratung
www.publicitas.ch/stgallen

publicitas 