IWC
SCHAFFHAUSEN

EIN JAHRZEHNT DES WANDELS

Dollarsturz und Goldpreisanstieg, Siegeszug der Quarzuhren und ein ständiger Kampf ums Überleben der Manufaktur: Als junger Mitarbeiter hat Hannes Pantli die turbulenten 1970er-Jahre bei IWC Schaffhausen hautnah miterlebt. Der langjährige Vertriebs- und Marketingdirektor blickt zurück auf die Geburt der legendären SL Kollektion, die Zusammenarbeit mit dem Uhrendesigner Gérald Genta und die Lancierung der Ingenieur SL.

Herr Pantli, wie haben Sie die ersten Jahre bei IWC Schaffhausen in Erinnerung?

Ich bin 1972 im Alter von 30 Jahren zu IWC gekommen und war zunächst im Verkauf tätig. Unser Produktportfolio war damals stark von Golduhren geprägt. Mit ausgefallenen Schmuckuhren konnten wir sogar renommierte Wettbewerbe wie die Rose von Baden Baden oder den Prix de la Ville de Genève gewinnen. Doch dann kam der „perfekte Sturm".

Sprechen Sie von der Quarzkrise in der Schweizer Uhrenindustrie?

Auch, aber nicht nur. Der technologische Wandel hat die Schweizer Uhrenindustrie die ganzen 1970er-Jahre über begleitet. Unsere Leistungsversprechen waren ja immer die Langlebigkeit und eine hohe Ganggenauigkeit gewesen. Als dann billige und hochpräzise Quarzuhren aus Fernost auftauchten, war das alles plötzlich nichts mehr wert. Jede Quarzuhr läuft präziser als eine mechanische Uhr. Aber es würde viel zu kurz greifen, nur von einer Quarzkrise zu sprechen. Denn es kamen gleich mehrere Faktoren zusammen.

Was verursachte den „perfekten Sturm"?

Mit dem Ende der Währungsordnung von Bretton Woods wurde der US-Dollar vom Gold entkoppelt. Über die nächsten Jahre brach der Kurs dann regelrecht ein. Kostete ein Dollar Anfang der 1970er-Jahre noch bis zu 4,30 Franken, war er 1978 zeitweise weniger als 1,50 Franken wert. Dadurch haben sich unsere Produkte im Ausland natürlich massiv verteuert. Dazu kam, dass der Goldpreis schwindelerregende Höhen erklomm. Zwischen 1971 und 1974 hat sich der Preis für eine Unze Gold glatt verdreifacht.

Was bedeutete all das für IWC?

Schaut man unsere Kataloge aus den frühen 1970er-Jahren an, dann wird die starke Fokussierung auf Golduhren klar ersichtlich. Deshalb waren die Konsequenzen gravierend. Unsere Produkte kosteten innerhalb kurzer Zeit dreimal mehr. Hatten wir eine Uhr vorher für 1000 Franken verkauft, kostete sie jetzt 3000 Franken. Unsere Umsätze gingen in der Folge sehr deutlich zurück.

Wie hat die Manufaktur diese herausfordernde Zeit überlebt?

Mit Kreativität und Agilität. Ich habe damals jedes Jahr mehrere Kollektionen für unsere Märkte im Mittleren Osten zusammengestellt. Diese enthielten neben luxuriösen Uhren in Gold oder Platin auch diverse Accessoires wie etwa Ringe, Manschettenknöpfe, Füllfederhalter oder Feuerzeuge - teilweise sogar mit Brillanten besetzt. Wir verkauften diese Sets an verschiedene Könighäuser in der Region. Ein wichtiger Kunde war auch der Sultan von Oman, der mich auf meinen Reisen mehrmals persönlich empfangen hat. Diese Verkäufe haben IWC zwar vor dem Konkurs gerettet. Weil es sich aber um kleine Stückzahlen handelte, haben sie der Manufaktur insgesamt nur wenig geholfen.

Worin bestand denn die grösste Herausforderung?

Wir hatten zu wenig Arbeit und unsere Fabrikation war viel zu wenig ausgelastet. Und es ging ja nicht bloss darum, am Ende des Monats die Löhne zu bezahlen. Eine gute Auslastung war vor allem auch zentral, um das historisch gewachsene Know-how in der Entwicklung und Fertigung von eigenen Uhrwerken langfristig am Standort Schaffhausen zu erhalten.

IWC Schaffhausen · Baumgartenstrasse 15 · 8201 Schaffhausen, Schweiz
Phone +41 (0)52 235 75 65 · Fax +41 (0)52 235 75 01 · press@iwc.com · press.iwc.com

Und aus dieser Situation heraus entstand die Idee für die SL Kollektion?

Ja, genau. Mit dem Kaliber 8541 verfügten wir über sehr gutes Automatikwerk mit dem hocheffizienten Aufzug von Albert Pellaton. Aber wir hatten kaum eine Uhr im Sortiment, zu der dieses Werk gepasst hätte. Wir brauchten also unbedingt neue Modelle mit Gehäusen, die exakt auf unsere Manufakturwerke zugeschnitten waren. Dazu kam, dass wir uns von der starken Abhängigkeit von Gold lösen mussten. So entstand schliesslich die Idee, eine ganze Kollektion mit Luxus-Sportuhren aus Stahl zu entwickeln: die SL Kollektion.

Wie kam es für die Ingenieur SL zur Zusammenarbeit mit Gérald Genta?

Das Projekt „neue Ingenieur“ wurde schon Ende der 1960er-Jahre gestartet. Mit einem neuen Gehäuse sollte der technische Charakter der Uhr noch stärker betont werden. Gérald Genta war damals als freischaffender Uhrendesigner tätig. In den frühen 1970er-Jahren wurde er von uns mit der Neugestaltung der Ingenieur beauftragt. Nach einer Entwicklungszeit von rund vier Jahren konnten wir die Ingenieur SL dann 1976 auf der Basler Uhrenmesse vorstellen. Sie wurde zum Leadermodell der SL Kollektion, die daneben aber auch noch weitere Modelle wie etwa die Polo Club oder die Golf Club enthielt.

Wofür stand eigentlich das „SL“?

Das „SL“ hatte keine konkrete Bedeutung. Für die Italiener hiess es „Super Lusso“, für die Franzosen „Super Luxe“. Man konnte es aber auch als „Stahl“ und „Luxus“ interpretieren. Tatsache ist, dass wir uns damals nie festgelegt haben und dass es deshalb auch keine offizielle Antwort auf diese Frage gibt. Die ungeschminkte Wahrheit ist, dass wir uns einfach vom bekannten Modell eines deutschen Automobilherstellers inspirieren liessen.

Brachte die Ingenieur SL den erhoffen Erfolg?

Das Design der Ingenieur SL war absolut neu. Ein kommerzieller Erfolg wurde das Modell aber nicht. Weil wir darin unser Kaliber 8541 einsetzten, war die Uhr wohl zu massiv für die damalige Zeit. Deshalb wurde sie auch „Jumbo“ genannt. Ein weiterer Faktor war der hohe Preis von rund 2000 Franken. Wir haben die Ingenieur SL später auch als Bicolor-Modell in Edelstahl und Gold oder mit einem Quarzwerk aufgelegt. Insgesamt wurden davon jedoch nur knapp 1000 Stück hergestellt. Die Ingenieur SL war eindeutig ihrer Zeit voraus.

Wie sind Gérald Gentas Arbeit und die Ingenieur SL aus heutiger Sicht zu würdigen?

Die berühmten Stahl-Sportuhren von Genta aus den 1970er-Jahren, zu denen auch die Ingenieur SL gehört, stellten eine echte Zäsur dar. Einerseits schuf der Designer damit eine neue und eigenständige Formensprache. Andererseits waren Luxus-Sportuhren aus Stahl eine völlig neue Produktkategorie in der Schweizer Uhrenindustrie. Noch nie zuvor waren Edelstahlmodelle zu so hohen Preisen gehandelt worden. Als Hersteller gehörte auch eine grosse Portion Mut dazu, so etwas überhaupt anzubieten.

Haben Sie Gérald Genta auch persönlich getroffen?

Als Genta die Ingenieur SL kreierte, hatten wir wenig Kontakt. Ich war ab 1975 als Vertriebs- und Marketingdirektor tätig und bin extrem viel gereist, da ich neben Europa und dem Mittleren Osten auch Asien und die USA kennenlernen musste. In den 1980er-Jahren habe ich Genta dann aber mehrmals im Büro unseres Vertriebspartners in Mailand getroffen. Ich erinnere mich gut an unsere gemeinsamen Mittagessen. Er war ein inspirierender, gebildeter und sehr angenehmer Zeitgenosse. Vor allem habe ich ihn als grossen Künstler in Erinnerung. Zu jener Zeit war er bereits mit seiner eigenen Uhrenmarke unterwegs.

Wie würden sie die 1970er-Jahre zusammenfassen?

Es war eine bewegte Zeit voller Veränderungen, aber auch ein ständiger Kampf ums Überleben. Wir haben alles Mögliche ausprobiert und uns an jeden Strohhalm geklammert, um den Fortbestand von IWC zu sichern. Wir hatten gute Ideen, oft fehlte es aber am Geld. Und ohne Geld ist es schwierig, eine Strategie konsequent umzusetzen – vor allem wenn man ein Unternehmen mit 150 Mitarbeitenden am Leben erhalten muss. Obwohl wir damals auch Quarzmodelle herstellten, setzte sich im Management die Einsicht durch, dass IWC als Manufaktur langfristig nur mit hochwertiger Mechanik überleben kann.

Wie ging es weiter bei IWC?

Nach der Übernahme durch die VDO Adolf Schindling kam mit Günter Blümlein ein erfahrener Kapitän an Bord. 1985 wurde der ewige Kalender von Kurt Klaus lanciert, und 1990 waren wir mit der „Grande Complication“ auf dem Gipfel der Haute Horlogerie angekommen. Bereits Ende der 1970er-Jahre hatte ich zudem gemeinsam mit unserem damaligen Technischen Direktor die Weichen für die Zusammenarbeit mit Ferdinand Alexander Porsche gestellt. Diese half uns dann, die Manufaktur stärker auszulasten. Die Kollaboration mit Porsche Design führte schliesslich auch zur Entwicklung unserer ersten Armbanduhr aus Titan – und markierte den Startschuss für den Aufbau der bis heute einzigartigen Materialkompetenz von IWC.

IWC Schaffhausen · Baumgartenstrasse 15 · 8201 Schaffhausen, Schweiz
Phone +41 (0)52 235 75 65 · Fax +41 (0)52 235 75 01 · press@iwc.com · press.iwc.com

IWC
SCHAFFHAUSEN

IWC SCHAFFHAUSEN

IWC Schaffhausen ist eine führende Schweizer Luxusuhrenmanufaktur mit Sitz in Schaffhausen im Nordosten der Schweiz. Mit Kollektionen wie der Portugieser und den Pilot's Watches deckt die Marke das komplette Spektrum von eleganten bis zu sportlichen Uhren ab. Die „International Watch Company" wurde 1868 vom amerikanischen Uhrmacher und Ingenieur Florentine Ariosto Jones gegründet und ist bekannt für ihren einzigartigen Engineering-Ansatz, der Handwerkskunst und Kreativität mit modernsten Technologien und Prozessen verbindet.

In den vergangenen über 150 Jahren hat sich IWC mit professionellen Instrumentenuhren sowie mit funktionalen, robusten und einfach zu bedienenden Komplikationen wie Chronographen und Kalendern weltweit einen Namen gemacht. Die Manufaktur war ein Pionier in der Verarbeitung von Titan und Keramik und ist heute spezialisiert auf fortschrittliche Gehäusematerialien wie farbige Keramik, Ceratanium® und Titanaluminid.

IWC nimmt eine führende Rolle in der nachhaltigen Herstellung von Luxusuhren ein, beschafft Materialien verantwortungsvoll und minimiert die Auswirkungen des Geschäfts auf die Umwelt. Basierend auf Transparenz, Kreislaufwirtschaft und Verantwortung stellt die Manufaktur Zeitmesser her, die Generationen überdauern, und arbeitet kontinuierlich daran, die Herstellung, den Vertrieb und den Service ihrer Produkte noch verantwortungsvoller zu gestalten. IWC arbeitet zudem mit Organisationen zusammen, die sich weltweit für die Unterstützung von Kindern und Jugendlichen einsetzen.

DOWNLOADS

Bilder können kostenlos unter press.iwc.com heruntergeladen werden

WEITERE INFORMATIONEN

IWC Schaffhausen
Department Public Relations
E-Mail press-iwc@iwc.com
Website press.iwc.com

INTERNET UND SOCIAL MEDIA

Website iwc.com
Facebook facebook.com/IWCWatches
YouTube youtube.com/iwcwatches
Twitter twitter.com/iwc
LinkedIn linkedin.com/company/iwc-schaffhausen
Instagram instagram.com/iwcwatches
Pinterest pinterest.com/iwcwatches