

VON DER GESCHICHTE GEADELT

YORK WATCHES — Uhren aus Schaumburg

Hochadel wird gerne mit einem besonderen Werteverständnis verknüpft. York Prinz zu Schaumburg-Lippe will mit seiner Uhrenmarke York diese Assoziation bedienen. Schwere Gehäuse und Uhrennamen mit Geschichtsbezug sind die Markenzeichen der Kollektion.

Uhrenfreunde mit Geschichtsinteresse haben viel zu erzählen, wenn sie das Modell Fort de Lippe von York Watches am Handgelenk tragen. Zum Beispiel, dass York Prinz zu Schaumburg-Lippe diese Uhr selbst als eine am Arm tragbare Taschenuhr entworfen hat. Der Adelige ist zwar nicht so bekannt wie sein Cousin Alexander, der das Familienoberhaupt ist und auf Schloss Bückeburg residiert, dennoch liegt ihm der Erhalt der Familiengeschichte und die Weitergabe wahrer Werte ebenso am Herzen. »Ich habe kein Interesse daran, in der Yellow Press zu erscheinen«, erklärt er. Gegen Fachpresse, zumal die Uhrenfachpresse, hat er dagegen überhaupt nichts einzuwenden, im Gegenteil. Da seine Marke erst 2010 aus der Taufe gehoben wird, arbeitet er noch an ihrem Bekanntheitsgrad.

Prinz zu Schaumburg Lippe ist seit Ende seiner Schulzeit unternehmerisch tätig. Er besucht zwar die Universität, um Betriebswirtschaft zu studieren, doch um seinen Abschluss zu machen, ist er bereits zu beschäftigt: mit dem Aufbau des Vertriebs für ein damals ganz neuartiges Produkt. Als einer der Ersten entdeckt er in den 1980er-Jahren die Vielseitigkeit von Glasfolien. Dabei handelt es sich um Folien, die beispielsweise Fenster bei Bruch zusammenhalten oder auch als Hitzeschutz dienen. Prinz zu Schaumburg-Lippe kümmert sich um den Vertrieb für diese Produkte in Deutschland und später in ganz Europa und etabliert sich schließlich als Marktführer. Als das Unternehmen nach 20 Jahren von einem



Feldherr: Graf Wilhelm zu Schaumburg-Lippe wehrt einst im »Fantastischen Krieg« in Portugal die spanischen Truppen ab. Ihm

zu Ehren heißt die erste Uhr der Marke York Watches »Fort de Lippe«. Sie ist auf der rechten Seite in Weißgold abgebildet.

amerikanischen Konzern übernommen wird, kündigt zu Schaumburg-Lippe, weil er mit den Strategien der neuen Besitzer nicht einverstanden ist. Was nun? In der gleichen Branche kann er aufgrund einer Vertragsklausel erst einmal nichts Neues aufbauen. »Ohnehin haben mich viele Leute gefragt, warum ich nicht in einer Branche tätig bin, in der

mein Name besser getragen werden kann. Schaumburg-Lippe ist jetzt 46 Jahre alt und zum ersten Mal denkt er daran, die Zukunft auch geschäftlich zu nutzen. Er sollte schon etwas Nachhaltiges, Verbundenes und Wertbeständiges auf seine Überlegungen. Als er dann einen etablierten Uhrenhersteller in der Region trifft, der in einem romantischen Werkhaus in der Kleinstadt Rinteln im sächsischen Landkreis Schaumburg Sitz hat, nur etwa fünf Kilometer von Bückeburg entfernt, da fällt der G

EIN UHRENHERSTELLER
IM LANDKREIS SCHAUMBURG

Man ist sich schnell einig, und Schaumburg-Lippe beteiligt sich an dem Unternehmen. Mit Schaumburg Watches wird bereits eine Firma, die über Know-how in der Uhrenfertigung verfügt, es gibt ein Sitz und der Name ist auch perfekt für den Geschäftspartner. Also wird York Watches zu Schaumburg-Lippe zum Gesellschafter. Schaumburg Watches produziert nun eigenen Uhren unter der Firma Schaumburg-Lippe. Die Kollektionen der beiden Marken unterscheiden sich deutlich voneinander. Schaumburg eher ausgefallene Modelle, die sich durch auffallend gestrichelte Zifferblätter auszeichnen und in Stahlfarben sind, gehören zu Yorks Portfolio eher klassische Uhren aus Roségold.



gold. Das schlägt sich natürlich im Preis nieder. Die Fort de Lippe kostet in Roségold derzeit 20 500 Euro. Das massive Gehäuse wird in Deutschland hergestellt. »Wir haben einen Juwelier in London, der einige unserer Uhren mit Diamanten besetzt hat. Er findet, dass unsere Lünette eine der hochwertigsten ist, die er je bearbeitet hat«, berichtet zu Schaumburg-Lippe stolz. Die Fort de Lippe arbeitet mit dem ETA-Unitas-Werk 6498, einem bekannten Taschenuhrenkaliber, das York in Deutschland von Hand skelettieren und verzieren lässt. Viele Teile sind aufwändig bearbeitet, beispielsweise die gravierten Kron- und Sperrräder. »Die Uhr soll wie eine Taschenuhr anmuten«, erklärt York Prinz zu Schaumburg-Lippe. Das beginnt mit der Gehäusegröße von 44 Millimetern im Durchmesser. Das silberne Zifferblatt ist mit Keramiklack überzogen und trägt das goldene Familienwappen, die filigranen goldenen Zeiger haben fürstliche Verzierungen. Auf ihrer Rückseite erfreut die Uhr

mit einem Blick durch das Saphirglas. Die Fort de Lippe gibt es auch in Weißgold sowie mit einem Zifferblatt aus so genanntem Blaufuss, einem synthetischem Stein mit winzigen Goldeinschlüssen. »Dieses Material habe ich bei einem Schmuckproduzenten entdeckt und dafür die Variante Blue Heritage kreiert«, berichtet der Prinz. Unter künstlicher Beleuchtung funkelt das Zifferblatt dezent, ideal zum Smoking; und die dazu passenden Manschettenknöpfe stellt York auch her.

BERÜHMTE VORFAHREN ALS NAMENSPATEN FÜR UHREN

Für diese feinen Dinge hätte der Namensgeber der Uhr, Graf Wilhelm zu Schaumburg-Lippe, wahrscheinlich selten Verwendung gehabt. Der Graf geht als Oberbefehlshaber der verbündeten britischen und portugiesischen Truppen in die Geschichte ein. 1762 wehrt er im so genannten »Fantastischen Krieg« die

spanische Invasion in Portugal. Heute wird sich zwar hochtrabend auf seinen Urahn bezogen, Portugal

Als zweites Modell bringt Chronograph mit dem schönen Sause« auf den Markt. Auch sei te, ein weiterer Verwandter, ist r Maximilian Prinz zu Schaumburg in den 15 Jahren seiner aktiven J fahrer in der Familie nur »Ma nannt. Für BMW und Mercedes schnelle Adelige viele Rennen in und die »Mille Miglia«. Geld un gehören ja schon immer zusam her ist es kein Wunder, dass au Marketingstrategie nutzt, um werden. So veranstaltet das 1 Anfang Oktober 2012 den »Y Chrono«, eine Rallye im Dreil Deutschland, den Niederlanden an der knapp 30 Teams teilneh



»Max Sause« nennt York Prinz zu Schaumburg-Lippe den sportlichen Chronograph (links), den er den Gentlemen-Fahrern dieser Welt widmet.

Vornehm abgemagert: Die ETA-Werke von York werden in Deutschland skelettisiert. Von vorne zeigt sich die »Fort de Lippe« mächtig (unten rechts).

Der Rennfahrer Max Sause ge Prinz zu Schaumburg-Lippe in d der Famili so Namen





ter von Oldtimern. Auch sie haben
cen, kommt es doch vor allem auf
Präzision und nicht so sehr auf
it an. Prinz zu Schaumburg-Lippe
ere Veranstaltungen dieser Art.
Vertrieb einer neuen, hochwertigen
ist ein schwieriges Geschäft. Die
aben in der Regel langfristige Ver-
ken bekannten Marken der großen
»Wir setzen deshalb eher auf
aganda und Direktvertrieb«, er-
Unternehmer. Immerhin, Juwelier
amburg hat York im Sortiment.
ngemeinde, die York mit seinen
tierten Uhren aufzubauen hofft,
esener Kreis von Uhrensammlern
reits saturiert sind von den großen
nen. »Wenn man alles schon kennt,
t man wieder das Individuelle«,
zu Schaumburg-Lippe überzeugt.

Blaues Blut: York Prinz
zu Schaumburg-Lippe ist
stolz auf seine Familien-
geschichte. Die Uhren mit
dem Wappen seiner Fami-

lie sollen Sammler emotio-
nal ansprechen und den
Besitzern auch über Gene-
rationen hinweg bestän-
dige Werte bieten.

Auch die reinen Technikliebhaber sind nicht
seine Zielgruppe. Stattdessen will er sich als
»emotionaler Leader« einen Namen machen,
wie er sagt. Seine Uhren sollen ein Gefühl der
Exklusivität und Wertbeständigkeit vermit-
teln. »Wie früher üblich, wollen viele Kunden
ihre York-Uhr an nachfolgende Generationen
weitergeben«, erklärt der Unternehmer. Doch
anders als viele Zeitmesser der Luxusmarken
soll eine York-Uhr technisch unkompliziert –
und das bedeutet auch: in der Wartung güns-
tig – sein. Die eingebauten ETA-Werke sind
robust. Freilich müssen auch hier, wie bei je-
der mechanischen Uhr, mitunter einige abge-

nutzte Teile ausgetauscht werden. »Dafür
muss man die Uhr aber nicht in die Schweiz
schicken und dann monatelang warten, um
am Schluss eine horrende Rechnung zu erhal-
ten«, sagt Prinz zu Schaumburg-Lippe.

Zurzeit grübelt er über eine Strategie
nach, mit der sich der asiatische Markt er-
obern lässt. Denn dort ist die Nachfrage nach
hochwertigen Prestigeobjekten besonders
groß und ein deutscher Adelstitel ein gutes
Verkaufsargument. Allerdings gestaltet es sich
schwierig, geeignete Vertriebspartner zu fin-
den, da es in Asien kaum Juweliere, sondern
eher konzerneigene Boutiquen gibt, die keine
fremden Marken in ihr Sortiment nehmen.
»Ich suche eher nach einer gesellschaftlich
wichtigen Persönlichkeit, die sich den Vertrieb
von York-Uhren zur Herzensangelegenheit
macht«, sagt zu Schaumburg-Lippe.

MARKE MIT FAMILIENGESCHICHTE NIMMT NEUE MÄRKTE INS VISIER

Der Unternehmer denkt da beispielsweise an
die Präsidenten von elitären Clubs. Denn die-
se verfügen über zahlreiche Kontakte zu Men-
schen, die das Besondere suchen und sich dies
auch leisten können. York arbeitet auf Bestel-
lung und hat deshalb die Möglichkeit, auch
individuelle Wünsche zu berücksichtigen.
»Wenn jemand beispielsweise lieber sein eige-
nes Familienwappen auf dem Zifferblatt ha-
ben möchte, so ist das für uns kein Problem«,
sagt Prinz zu Schaumburg-Lippe.

Wenn der Markt erst einmal erschlossen
ist, muss man sich bei York jedenfalls keine
Gedanken über die Namen für weitere Model-
le machen. »Unsere Familiengeschichte ist ja
bestens dokumentiert, und es gibt viele techni-
sche Projekte, auf die wir Bezug nehmen kön-
nen«, erklärt der Firmengründer. So entwirft
der Ingenieur Praetorius, der im Dienste des
Grafen Wilhelm zu Schaumburg-Lippe steht –
eben jenes Grafen, der schon Namenspathe für
die Fort de Lippe ist –, bereits 1762 ein U-Boot,
das es in sechs Tagen von der Weser bis nach
Lissabon schaffen soll, um Nachrichten
schnell übermitteln zu können. Damals
kommt das Projekt nicht über den Bau eines
kleinen Prototypen hinaus. Überhaupt scheint
Graf Wilhelm ein innovativer Geist gewesen
zu sein. In seiner Ägide wird auch die Steinhü-
der Schokoladenfabrik gegründet, die für sich
reklamiert, die älteste in Deutschland zu sein.
Eine Uhr mit einem schokoladenfarbenen
Zifferblatt? Jedenfalls denkt York Prinz zu
Schaumburg-Lippe bereits darüber nach, wie
er auch diese Geschichte mit seinen Uhren
verbinden kann – Made in Schaumburg.

TEXT: Katrin Nikolaus
FOTOS: Hersteller