

U(h)rkraft

KUNDENMAGAZIN DER HABRING UHRENTCHNIK OG

AUSGABE 4/2015



Liebe Leserin, lieber Leser,

natürlich kennen Sie den Pinocchio-Effekt. Der Kinderbuchfigur des italienischen Autors Carlo Collodi wächst bei jeder Lüge eine lange Nase. Bedauerlicherweise gibt es diesen Effekt im wirklichen Leben nicht. Obwohl man ihn sich in der Politik und der Wirtschaft sehr wünschen würde. Andererseits: Wenn vor wichtigen Urnengängen nur noch „langnasige“ Kandidaten durch die Gegend liefen, würde die Wahlbeteiligung vermutlich weiter sinken.

Dem Begriff Pinocchio-Effekt begegnen wir jedoch im Marketing. Er tritt ein, wenn ein Unternehmen für ein bestimmtes Produkt einen teuren, prominenten Schauspieler oder Sportler anheuert, der dann als Testimonial zur Verfügung steht. Mit seiner Popularität und seiner Prominenz soll er „den Markenkern emotional aufladen“, wie es im Marketing-Jargon heißt. Passen aber Produkt und Testimonial nicht zueinander, entsteht der sogenannte Pinocchio-Effekt. Und das kommt immer öfter vor, denn die Verbraucher sind inzwischen viel kritischer geworden.

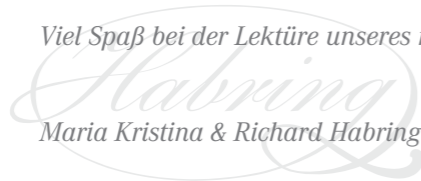
Wenn Sie sich die Werbung der großen Uhrenhersteller anschauen, begegnen Sie ebenfalls vielen bekannten Schauspielern und Sportlern, die für atemberaubende Honorare bedeutungsschwer dreinschauen oder in die Kamera lächeln. Und die Uhr, die sie am Handgelenk tragen, bekommen sie meist obendrein noch als Geschenk.

Habring² hat auch prominente Kunden. Diese zahlen allerdings den normalen Preis und treten nicht als Testimonials auf. Unser Felix ist eine Persönlichkeit. Und deshalb braucht er keinen Pinocchio an seiner Seite. Das gilt auch für seine Brüder und Schwestern aus der Habring²-Familie.

Wenn wir bewusst auf „Promi-Werbung“ verzichten, dann nicht zuletzt aus Gründen der Fairness. Wir möchten Ihnen exklusive Uhren zu einem guten Preis-/Leistungsverhältnis anbieten. Beim Einsatz von Testimonials entsteht die absurde Situation, dass die Kunden indirekt über die Preiskalkulation selbst dafür zahlen müssen, sich von Prominenten zum Kauf überzeugen zu lassen. Möglicherweise sogar von Prominenten, die von Uhren nur so viel wissen, dass die dahinterstehenden Hersteller auf prall gefüllten Marketing-Töpfen sitzen, die es anzupapfen gilt.

Verstehen Sie uns bitte nicht falsch; wenn es Kunden gibt, die sich von Testimonials beeindruckt lassen und bereit sind, einen Aufpreis für hohe Marketing-Etats zu zahlen, dann ist das eine individuelle Entscheidung. Wir hingegen schließen eine solche Strategie auch künftig dezidiert aus. Unsere Testimonials sind alle unsere Kunden. Das ist aus unserer Sicht glaubwürdig und authentisch. Pinocchio-Testimonials wollen wir nicht.

Viel Spaß bei der Lektüre unseres neuen Kundenmagazins wünschen Ihnen



Maria Kristina & Richard Habring

Impressum:

HERAUSGEBER: HABRING Uhrentechnik OG, Hauptplatz 16, 9100 Völkermarkt, Austria, www.habring2.com, Telefon +43-4232-51300
 VERANTWORTLICH FÜR DEN INHALT: Maria Kristina Habring
 REDAKTION: Michael Brückner, www.redaktion-brueckner.de
 GRAFIK/LAYOUT: Beni Mooslechner, www.grafik.mooslechner.com
 LEKTORAT: Jaqueline Rauter

ZEIT-ZEICHEN

Erfolgreich unterwegs: Felix, „der Glückliche“

Vor Kurzem feierte Felix, die erste Uhr aus dem Hause Habring² mit 100-prozentigem Inhouse-Kaliber, seinen ersten Geburtstag. Wir sprachen mit den „Eltern“, Maria Kristina und Richard Habring.

Felix feierte vor Kurzem seinen ersten Geburtstag. Wie geht es ihm?

MARIA KRISTINA HABRING: Es geht ihm ausgesprochen gut. Er hat sich im ersten Jahr hervorragend entwickelt und unsere eigenen Erwartungen übertroffen. Auch im fernen Ausland, zum Beispiel in Japan und Hongkong, ist Felix gefragt. Diese Uhr ist unser Rennermodell.

War dieser Erfolg vorhersehbar? Schließlich haben Sie viel Zeit und Geld in die Entwicklung des Manufakturkaliber A11 investiert, das im Modell Felix seine Premiere feierte...

RICHARD HABRING: Erfolg ist letztlich niemals planbar, ganz gleich, mit welchem Produkt oder welcher Dienstleistung an den Markt gegangen wird. Das unternehmerische Risiko ist sozusagen ein Investment, der Erfolg ist die Rendite. Natürlich haben auch wir uns mitunter gefragt, ob der Markt unser 100-prozentiges Inhouse-Werk, das in Felix schlägt, annehmen wird. Wir befinden uns unverkennbar im Wettbewerb mit großen Anbietern, hinter denen überwiegend börsennotierte Konzerne stehen. Aber auch mittelständische Mitbewerber buhlen inzwischen mit Manufakturwerken um die Gunst anspruchsvoller Uhrenfreunde. Ja, in manchen Phasen stellten wir uns auch die Frage: Was geschieht eigentlich, wenn Felix floppt? Ein Großkonzern kann einen Flop wegstecken. Zumal



JAPAN LIMITED EDITION

dann, wenn die betreffenden Unternehmen großzügige Förderung durch die öffentliche Hand bekommen. Für einen kleinen Familienbetrieb wie den unsrigen ist das schon schwieriger. Aber letztlich waren wir immer überzeugt, das Richtige zu tun und mit unserem neuen Inhouse-Werk A11 die Existenz unserer Manufaktur zu sichern.

Inzwischen steht fest, dass Felix seinen Namen – „der Glückliche“ – nicht von ungefähr trägt. Sie erwähnten Erfolge im In- und Ausland. Kann man das etwas konkretisieren?

MARIA KRISTINA HABRING: Ein bemerkenswerter Erfolgsindikator ist sicher die Tatsache, dass Felix als unser neues Einstiegsmodell bei unseren Händlern stark gefragt ist. Manche orderten bereits besondere Varianten. So lieferten wir zum Beispiel einem Händler in Japan ein Modell mit eigenem Zifferblatt, das wir an dieser Stelle gern abbilden. Die Reise nach Hongkong tritt Felix zum Teil mit blauen Blättern an. Felix hat also seine Reise in die Welt mit Bravour gemeistert.

Wenn man Ihnen zuhört, könnte man den Eindruck gewinnen, Felix sei ein wahrer Musterknabe. Welche herausragenden Charaktereigenschaften zeichnen ihn aus Ihrer Sicht aus?

MARIA KRISTINA HABRING: Felix ist selbstbewusst, aber nicht überheblich. Er liebt Eleganz und Dezenz, nicht das Blendwerk. Er überzeugt mit seinen inneren Werten, mit Tiefgang statt Oberflächlichkeit. Er fasziniert den Uhren-Gourmet – vielleicht weniger den Uhren-Gourmand. Er hat eine liebevolle Kinderstube genossen – hier bei Habring² im schönen Kärnten. Schließlich ist er drauf und dran, ein kleiner Kosmopolit zu werden.

Innere Werte, das klingt gut. Aber was verstehen Sie darunter?

MARIA KRISTINA HABRING: Natürlich unser echtes Manufakturwerk A11 mit seinen individuell hergestellten Einzelteilen. Dazu gehören zum Beispiel manuell zusammengebaute Anker, manuell abgezählte und gebogene Unruhspiralen, manuell zusammengebaute Rad-/Trieb-Kombinationen und vieles mehr.

Sie sagten es bereits, Felix ist das Einstiegsmodell von Habring². Mit einem Preis von rund 4.500 Euro muss der Uhrenfreund aber schon recht tief in die Tasche greifen. Haben Ihre Kunden diesen Preisanstieg akzeptiert?

RICHARD HABRING: Dass eine Uhr mit 100-prozentigem Inhouse-Werk, in dem sehr viel Handarbeit steckt, teurer sein würde als unsere früheren Einstiegsmodelle, war uns klar. Auch konnten wir nicht abschätzen, wie unsere Kunden auf diese Preiserhöhung reagieren. Aber die überwiegende Zahl der Habring²-Freunde weiß den Mehrwert eines wirklichen Manufakturwerks durchaus zu schätzen. Und die Verkaufserfolge im ersten Jahr zeigen uns, dass auch das Pricing stimmt. Wer Felix mit den entsprechenden Modellen unserer Mitbewerber vergleicht, stellt schnell fest, dass der Preis fair ist.

In den Jahren 2012 und 2013 erhielt Habring² für den Schleppzeiger-Chronographen 2.0 und die „Springende Sekunde Pilot“ zweimal in Folge beim Grand Prix d'Horlogerie de Genève den ersten Preis in der jeweiligen Kategorie und damit den begehrten Uhren-Oscar. Wann holen Sie das Triple?

MARIA KRISTINA HABRING: Am liebsten so schnell wie möglich. In diesem Jahr haben wir natürlich Felix ins Rennen geschickt. Und zum Zeitpunkt, da wir dieses Interview führen, gehörte er immerhin schon zu den Finalisten in der Kategorie „Petite Aiguille“. Bei Erscheinen dieser Ausgabe unseres Kundenmagazins, wissen wir mehr. Immerhin wurde Felix in den vergangenen Mona-

ten von mehreren Jurys auf Spitzenplätze gewählt, so zum Beispiel in der Kategorie „Die besten Uhren unter 5.000 Dollar“.

Mit Felix ist Habring² in die zweite Dekade ihrer noch jungen Unternehmensgeschichte gestartet. Nun haben Sie Ihr Inhouse-Werk aber sicher nicht exklusiv für Felix entwickelt. Was dürfen wir also künftig erwarten?

RICHARD HABRING: Unser Manufakturkaliber A11 wird nach und nach in allen unseren Modellen ticken. Felix machte den Anfang. Das A11 ist unser Basiswerk. Mittlerweile hat Felix einen Bruder bekommen. Er heißt Erwin und ist die Manufaktur-Variante der „Springenden Sekunde“. Das heißt, auch das „Herz“ von Erwin ist ein 100-prozentiges Inhouse-Werk. Zudem wird unser Modell „Foudroyante“ das neue Manufakturkaliber erhalten.

Es mag Uhrenfreunde geben, die weder mit der „Springenden Sekunde“ noch mit „Foudroyante“ etwas anfangen können. Was verbirgt sich dahinter?

RICHARD HABRING (LACHT): Unterschätzen Sie unsere Kunden nicht... Aber im Ernst: Springende Sekunden kennen wir vor allem von Quarzuhren. Mechanische Uhren hingegen weisen normalerweise sogenannte schlechende Sekunden auf. Aber schon in den 1950er-Jahren kannte man mechanische Zeitmesser mit Springender Sekunde. Damals kam das Chopard-Kaliber zum Einsatz. Im Werk baut sich Spannung auf, die sich dann spontan entlädt und den Sekundenzeiger um eine Sekunde springen lässt. Angeblich war diese Komplikation vor allem bei Ärzten beliebt, weil man dadurch einfacher den Puls messen konnte. Den Habring² Foudroyante stellten wir auf der Baselworld 2010 vor. Wir haben diese Komplikation mit der Springenden Sekunde kombiniert. Der kleine Sekundenzeiger bei „9-Uhr“ rotiert einmal pro Sekunde um die

eigene Achse – und das 86.400 Mal am Tag. Nach jeder Umdrehung des kleinen Zeigers springt der große Sekundenzeiger eine Position weiter. An diesen beiden Komplikationen ändert sich grundsätzlich nichts. Nur, dass wir ab sofort eben Inhouse-Werke in diese Uhren einbauen. Beide Modelle mit dem Manufakturkaliber stellen wir in diesem Magazin vor.

Sie legen in Ihrer Manufaktur Wert auf Nachhaltigkeit. Das ist ein mittlerweile schon inflationär verwendeter Begriff. Was verstehen Sie konkret darunter?

MARIA KRISTINA HABRING: Für uns verbindet sich der Begriff „Nachhaltigkeit“ mit einer bestimmten Philosophie. Wir bezeichnen uns augenzwinkernd als die „Bio-Bauern“ der Uhrenbranche, weil wir großen Wert auf Nachhaltigkeit legen. Dieser Begriff findet sich heute zwar in jedem Geschäftsbericht und in jeder Imagebroschüre, wir setzen ihn aber konkret um – von dem mechanischen Manufakturwerk über enge und faire Beziehungen zu unseren Zulieferern bis hin zur Holzbox vom Kärntner Schreiner, in der wir unsere Uhren ausliefern. ■

Die Fragen stellte Michael Brückner



**IR SÄEN LIEBE ZUM
DETAIL, HINGABE UND
VERANTWORTUNG, DÜNGEN MIT
PERSÖNLICHKEIT UND ERNTEN
EHRICHE PRODUKTE VON
HÖCHSTER QUALITÄT, GEMACHT
FÜR GENERATIONEN.**

Maria Kristina & Richard Habring



SPRINGENDE SEKUNDE & FOUROYANTE

Habring², wie es springt und blitzt

Modelle Springende Sekunde und Foudroyante mit neuem Inhouse-Werk. Felix machte den Anfang.

Nun werden auch die Springende Sekunde und der Foudroyante mit dem eigenen 100-prozentigen

Inhouse-Werk der Kärntner Manufaktur ausgestattet.

Zwei Highlights für alle Uhrenfreunde, die jede Sekunde genießen möchten.

Der Philosoph Arthur Schopenhauer nannte Zeitungen einmal „die Sekundenzeiger der Geschichte“. Der im Jahr 1860 verstorbene Autor des Werks „Die Welt als Wille und Vorstellung“ kannte natürlich die Möglichkeiten des Internets noch nicht. Kaum vorstellbar, welche Metapher er für die Schnelligkeit dieses Mediums gefunden hätte. Wie dem auch sei, trotz aller Wertschätzung für die Möglichkeiten des Internets ist es doch nicht nur für Journalisten bedauerlich, dass den Sekundenzeigern unserer Geschichte anscheinend immer weniger Aufmerksamkeit zuteilwird. Die sinkenden Auflagenzahlen vieler Zeitungen sprechen eine deutliche Sprache. Dabei verändern sich manche Dinge im Leben doch buchstäblich von einer Sekunde auf die andere. „Das Jahr, das zwei Sekunden brauchte“, lautet bezeichnenderweise der Titel eines viel beachteten Romans von Rachel Joyce.

Im Hause Habring² jedenfalls wird der Sekunde besondere Wertschät-

>> SPRINGENDE
SEKUNDE:
KLEINE
KOMPLIKATION –
GROSSES
KINO <<

zung entgegengebracht. Die beiden Modelle der österreichischen Marke, bei denen die Sekunde eine besondere Rolle spielt, gibt es jetzt mit dem 100-prozentigen Inhouse-Werk, das bereits als „Motor“ für das Erfolgsmodell Felix Furore machte: Sowohl die Springende Sekunde als auch der Foudroyante ticken ab sofort mit dem neuen Manufakturkaliber.

Von Springern und Schleichern

Mit der Springenden Sekunde setzte die kleine Manufaktur aus Kärnten im Jahr 2005 Zeichen. Bis dahin hatte diese Komplikation, die letztlich auf eine Entwicklung aus dem 18. Jahrhundert zurückgeht, kaum noch eine Rolle gespielt. Wenn sich der Sekundenzeiger einer Uhr jede Sekunde nur um einen einzigen Sprung bewegt und dann bis zum nächsten Sekundensprung unbewegt bleibt, ist dies heutzutage das typische Merkmal einer Quarzuhr. Zeitmesser mit mechanischen Werken hingegen weisen die sogenannte „Schleichende Sekunde“ auf. Der Sekundenzeiger bewegt sich kontinuierlich weiter und erreicht jede Sekunde eine neue Sekundenmarke.

Doch keine Regel ohne Ausnahme: Mechanische Uhren mit der

Springenden Sekunde (bisweilen auch *Seconde morte* genannt) waren bis in die 1950er-Jahre vor allem bei Medizinern sehr begehrt, weil mit diesen Uhren der Puls der Patienten besser gemessen werden konnte. Dann geriet diese Komplikation mehr und mehr in Vergessenheit, bis ihr die Manufaktur Habring² 2005 zu einer glänzenden Renaissance verhalf. In diesem Jahr führte Habring² einen Standard für die exakt springende Anzeige der Sekunde neu ein. Zwei Jahre später war Habring² die erste Manufaktur, die ein vollkommen neu entwickeltes System der Springenden Sekunde vorstellte, patentierte und in Produktion nahm.

Das sorgte für Aufsehen in der Branche. Plötzlich nahmen sich auch andere namhafte Manufakturen dieser Komplikation wieder an, darunter Lang & Heine, Grönefeld und Jaeger-LeCoultre. Im November 2013 folgte gleichsam die Krönung des Modells Habring² Springende Sekunde Pilot. Eine hochkarätig besetzte Jury wählte diese Uhr zum Sieger des Grand Prix d'Horlogerie de Genève in der Kategorie „La Petite Aiguille“. Das Werk der Springenden Sekunde von Habring² basierte bisher auf dem Räderwerk ETA/Valjoux 7750. Doch jetzt folgte der nächste Karrieresprung: Zur Abrundung des 10-jährigen Jubiläums der Manufaktur präsentiert Habring² die Springende Sekunde mit dem Namen „Erwin“ erstmals mit eigenem Inhouse-Werk. Felix kann stolz sein auf seinen Bruder.

Wenn die Sekunde blitzt

Allen, denen die Springende Sekunde vielleicht doch bisweilen zu sprunghaft ist, sei der Foudroyante ans Uhren-Liebhaber-Herz gelegt. Mit dieser Uhr ist es möglich, den Augenblick jeder Sekunde zu erleben - und

>> NUTZE DEN
TAG – JEDE
SEKUNDE
ZÄHLT <<

das 86.400 Mal am Tag, denn genauso viele Sekunden entsprechen 24 Stunden. Nach jeder Umdrehung des kleinen Zeigers auf einem Hilfszifferblatt bei „9 Uhr“ springt der große Sekundenzeiger eine Position weiter. Beim Foudroyante wurde also die Komplikation der „Blitzenden Sekunde“ mit der Springenden Sekunde kombiniert.

Wie langsam oder wie schnell eine Sekunde vergeht, liegt beim Foudroyante im wahrsten Sinne des Wortes im Auge des Betrachters. Wie oft sprechen wir von „Bruchteilen einer Sekunde“. Mit dem Foudroyante am Handgelenk kann man diese Redewendung ganz konkret nachvollziehen. Wer die Zeit so wertschätzt, dass ihm jede Sekunde wichtig ist, der sollte sich für diese Komplikation entscheiden. Er sei allerdings gewarnt: Der sich blitzschnell auf dem Hilfszifferblatt drehende Zeiger hat schon so manchen derart fasziniert, dass er beinahe die Zeit vergessen hätte.

Als die Manufaktur Habring² diese Uhr auf der Baselworld 2010 präsentierte, war dies aufgrund der Kombination von Blitzender und Springender Sekunde eine echte Weltpremiere. Ähnliches hatte es bis dahin in der Uhrengeschichte nicht gegeben. Das Werk des Habring² Foudroyante basiert bisher auf dem ETA „Valgranges“-Räderwerk. Und nun folgt der nächste Schritt, der Uhren-Liebhaber mit der Zunge schnalzen lässt: Der Foudroyante erhält das Inhouse-Werk von Habring². Rund ein Jahr nach der Vorstellung des Manufakturwerks A11 und des neuen Modells Felix wird die Erfolgsgeschichte der kleinen Manufaktur damit fortgeschrieben. Zwei Modelle für Uhrenfreunde, denen jede Sekunde ihres Lebens wichtig ist und die deshalb aus gutem Grund jede Sekunde genießen möchten. ■



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16

Exzellenz ist eine Frage der Einstellung

Wirkliche Größe zeigt sich in der Liebe zu scheinbaren Kleinigkeiten. Nicht von ungefähr wissen Individualisten und Connaisseurs „klein & fein“ zu schätzen. Richard und Maria Kristina Habring sprachen in Dresden mit dem geschäftsführenden Direktor des Bülow Palais, Ralf J. Kutzner, sowie Benjamin Biedlingmaier, Küchenchef des Restaurants Caroussell – und entdeckten viele Parallelen in ihrer Unternehmensphilosophie.

RICHARD HABRING: Herr Kutzner, wir von Habring² stellen Uhren her, die auf raffinierte und elegante Weise anzeigen, wie die Zeit vergeht. Ihr Haus bietet die Möglichkeit, die Zeit nicht einfach verstreichen zu lassen, sondern sie in angenehmem Ambiente zu genießen. Man könnte auch sagen: Ihre Gäste und unsere Kunden wertschätzen auf ganz unterschiedliche Art die Zeit. Enden damit unsere Gemeinsamkeiten?

KUTZNER: Im Gegenteil, sie fangen erst an. Ihr Familienunternehmen ist die einzige echte Uhrenmanufaktur in Österreich. Ein Hotel kann im strengeren Sinne zwar keine Manufaktur sein, weil wir vorrangig Dienstleister und kein produzierender Betrieb sind, dennoch spiegeln sich in der Philosophie des Bülow Palais viele Merkmale einer Manufaktur wider. Unser Haus gehört zu keiner Kette, sondern wird privat geführt. Qualität ist wichtiger als Rationalisierung um jeden Preis. Wir sind authentisch, und unseren guten Ruf verdanken wir vor allem der sehr effektiven Mund-zu-Mund-Werbung durch unsere zahlreichen Stammkunden. Für uns steht Individualität ganz oben auf

der Agenda. Unsere beiden Unternehmen mögen unterschiedliche Produkte anbieten, aber wir verfolgen eine ähnliche Strategie und bedienen wohl auch ähnliche Zielgruppen.

>> NICHT JEDES 5-STERNE-HOTEL IST AUCH EINES <<

MARIA KRISTINA HABRING: Nicht überall, wo Manufaktur draufsteht, ist auch Manufaktur drin. Oft werden Äpfel und Birnen verglichen. Ist das in Ihrer Branche ähnlich?

KUTZNER: Wir sind meines Wissens das einzige vom Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (Dehoga) mit fünf Sternen klassifizierte, konzernunabhängige und privat geführte Hotel in Dresden. Nur wenige Gäste wissen, dass sich im Grunde jedes Hotel als „5-Sterne-Haus“ bezeichnen darf. Nur dann, wenn der Dehoga das Haus entsprechend zertifiziert, kann sich der Kunde darauf verlassen, dass er in puncto Individualität, Qualität und Service wirklich das bekommt, was er von

einem 5-Sterne-Hotel erwartet. Andere Häuser ohne Dehoga-Zertifizierung können da Abstriche machen und eben entsprechend billigere Preise aufrufen.

RICHARD HABRING: Wie wird Ihr Preisniveau von den Gästen empfunden?

KUTZNER: Viele unserer Gäste sind von unserem fairen Preis-Leistungs-Verhältnis positiv überrascht. Insbesondere Gäste aus dem Ausland, die bei sich zu Hause für solche Individualität und solchen Service das Zwei- bis Dreifache zahlen müssten. Allerdings stehen wir natürlich auch unter dem Druck des Internets, das den Markt absolut ‚gläsern‘ macht. Wer im Netz vergleicht, erfährt zwar den Preis, weiß aber in der Regel nicht, welche Qualität dahintersteht. So laufen wir Gefahr, potenzielle Gäste, die im ersten Moment nur auf den Preis schauen, zu verlieren. Die kommen einfach nicht, weil ein anderer Mitbewerber scheinbar günstiger ist. Aber wenn sie kommen, dann sind die meisten sehr überrascht, welche Leistungen sie in unserem Hotel und natürlich in unseren gastronomischen Einrichtungen erhalten.

MARIA KRISTINA HABRING: Unbescheiden, wie wir sind, nennen wir unsere Manufaktur „klein & fein“. Ist das auch ein Erfolgskonzept für ein echtes 5-Sterne-Hotel mit individuellem Service?

KUTZNER: Als Unternehmen mit rund 90 Mitarbeitern gehören wir sicher schon zum Mittelstand. Sie brauchen eben eine gewisse Mitarbeiterzahl, wenn Sie hochwertige Qualität garantieren möchten. Im Vergleich mit den großen Hotelketten sind wir trotzdem klein. Aber ich bin überzeugt: Das ausschlaggebende Kriterium ist nicht in erster Linie die Betriebsgröße, sondern die persönliche Einstellung – vom Auszubildenden bis zum Hoteldirektor. Exzellenz erfordert Liebe zum Detail. Wirkliche Größe zeigt sich in vermeintlichen Kleinigkeiten. Ich nehme an, das ist in Ihrer Branche nicht anders.



HOTELDIREKTOR & GASTGEBER

RALF J. KUTZNER

Gastgeber mit Leib & Seele: Die persönliche Begrüßung oder Verabschiedung der Gäste ist Ralf J. Kutzner sehr wichtig.

KÜCHENCHEF BENJAMIN BIEDLINGMAIER

Sein Küchenstil ist eine klassische, französische Küche, die sich zeitgemäß kreativ mit klarer Handschrift präsentiert



MARIA KRISTINA HABRING: Herr Biedlingmaier, Sie sind Küchenchef des weit über Dresden hinaus geschätzten Restaurants Caroussell im Bülow Palais. Was bedeutet Liebe zum Detail für Sie und Ihre Kollegen?

BIEDLINGMAIER: Na, zunächst einmal Liebe zum Kochen, ganz banal. Man muss Lust haben aufs Kochen. Das schmeckt dann der Gast. Und wenn man keine Lust aufs Kochen hat, dann schmeckt das der Gast ebenfalls. Manche sprechen von Motivation. Doch Motivation ist vor allem kopfgesteuert. Nennen wir es Leidenschaft fürs Kochen, dann sind auch Leib und Seele dabei.

RICHARD HABRING: Wir sprachen von Individualität und Qualität. Wie machen sich diese Ansprüche bei Ihren Gästen bemerkbar?

>> DER KÜCHE „EIN GESICHT GEBEN“ <<

BIEDLINGMAIER: Die Gäste entscheiden heute wesentlich bewusster und anspruchsvoller. Viele schauen nicht

einfach nur in die Karte und bestellen ein Gericht. Sie wollen zum Beispiel wissen, wo die Tiere, deren Fleisch wir verarbeiten, herkommen und wie sie aufgewachsen sind. Sie kennen etwa die Problematik der völlig überzüchteten Schweine und Hühner. Dass hochwertige Grundprodukte natürlich ihren Preis haben, wissen die Gäste. Und sie sind bereit, diesen Preis zu zahlen.

MARIA KRISTINA HABRING: Und wieder eine Parallele zu unserer Manufaktur. Wir bezeichnen uns, aufgrund unseres ehrlichen Bekenntnisses zur Nachhaltigkeit, als die „Biobauern der Uhrenbranche“. Auch privat sind wir kritische Verbraucher. Man schmeckt einfach den Unterschied...

BIEDLINGMAIER: Absolut, man muss wissen, wo man kauft. Sie sprachen vorhin von großen und kleinen Betrieben. Großbetriebe neigen oft zur Anonymität. Ich hingegen möchte unserer Küche ein Gesicht geben. Deshalb gehe ich jeden Abend in unserem Restaurant von Tisch zu Tisch und spreche mit den Gästen. Das ist ein wichtiges, qualitätssicherndes und sehr oft motivierendes Feedback. Natürlich kennen wir auch die Präferenzen unserer Stammgäste – und können ihnen entsprechende Angebote machen.

KUTZNER: Lassen Sie mich zum Schluss noch einen Aspekt hinzufügen, der gleichermaßen auf Ihr Unternehmen und auf Häuser in unserer Kategorie zutrifft. Wir erleben seit einiger Zeit eine zunehmende Polarisierung im Konsumentenverhalten. Individualisten, die das Besondere suchen, das ein Massenproduzent nicht bieten kann, kaufen sich zum Beispiel eine Habring²-Uhr oder sind Gäste bei Bülow. Andere Verbraucher achten vorrangig auf den Preis und ziehen Massenanbieter vor. Deren Produkte können ja durchaus gut sein, aber sie sind eben nicht individuell und vermitteln nicht das Gefühl von herausragender Qualität und erhabenem Service. Dazwischen gibt es immer weniger. Der gutbürgerliche Gasthof wird früher oder später aussterben. Insofern sind unsere beiden Unternehmen, wie ich meine, für die Zukunft gut aufgestellt. ■

KONTAKT:
Bülow Palais Dresden
Königstraße 14
D-01097 Dresden
Telefon: +49 351 800 30
Telefax: +49 351 800 31 00
E-Mail: info@buelow-hotels.de
www.buelow-hotels.de

AKTUELLES

„Habring² Zeitraffer“

Die besten Uhren der Welt kommen aus der Schweiz und Österreich. Heimische Uhren-Macher holen zum dritten Mal in Folge „Uhren-Oscar“.



„Felix“ als Favoriten in der Kategorie „Petite Aiguille“ („kleiner Zeiger“), der Kategorie der „günstigeren“ Uhren unter CHF 8.000,-, ins Rennen.

Felix erblickte im Herbst 2014 die Welt und ist – rechtzeitig zum 10-jährigen Jubiläum der kleinen, aber echten Manufaktur – damit das erste Modell bei Habring², welches über ein vollständig eigenentwickeltes und gebautes mechanisches Uhrwerk verfügt. Das ist nicht nur ungewöhnlich für so ein kleines, herstellendes Unternehmen, es ist auch einzigartig in Österreichs sonst nicht armer Uhren-Geschichte.

Die Jury des GPHG würdigt mit diesem Preis das Engagement zweier Visionäre, deren Ziel es ist, österreichischen Uhren wieder jenen Stellenwert zu geben, den sie einstmals – vor 1890 – international hatten: Gleichauf mit den Produkten aus den Nachbarländern an der Spitze!

www.habring2.com



Neuer Habring²-Händler in Hongkong liebt unabhängige Uhrenhersteller

Mit A Watch Company Limited konnte Habring² einen neuen Händler in Hongkong gewinnen. Gegründet im Jahr 2013, vertreibt das Unternehmen High-End-Uhren unabhängiger Marken in Hongkong, Macau, China und Taiwan.

Geschäftsführer Louis Yeung verlegte sein Berufsfeld 2007 in die Uhrenindustrie, fungierte bisweilen als Marketingdirektor für die Vertriebsgesellschaft von Marken wie Greubel Forsey,

Hublot, Corum, L. Leroy, HYT, Oris und Eberhard. Auf unterschiedlichsten Märkten erweiterte Yeung sein Repertoire an Erfahrungen, so etwa in Hongkong, China, Macau, Taiwan, Australien, Thailand und auf den Philippinen. Unterstützend dazu findet sich rund um Yeung ein dynamisches Team, das mit seinem umfassenden Wissen in der Uhrenbranche A Watch Company Limited zu dem macht, was es ist. Bekannt ist, dass die Mitarbeiter außerdem sehr gute Beziehungen zu Medien und anderen Händlern unterhalten.

A Watch Company Limited ist die exklusive Vertretung von Grönefeld Exclusive Timepieces, Sarpaneva Watches und S.U.F. in China sowie offizieller, exklusiver Händler für Voutilainen, Habring² und Gustafson & Sjögren (GoS) in Hongkong und Macau.

Das Unternehmen ist nach eigener Einschätzung zwar nicht groß, aber engagiert und leidenschaftlich: „Wir lieben und schätzen wirklich unabhängige Uhrenhersteller, wollen seriös und enthusiastisch mit unseren guten Partnern langfristig wachsen. Habring² Uhren sind wunderschöne Zeitmesser mit einem sehr guten Preis-/Leistungsverhältnis. Das schätzen wir und unsere Kunden.“ ■

www.awatchcompany.com

HABRING²-PHILOSOPHIE

„Bleibt hungrig, bleibt unangepasst“

Vielleicht ist die Zeit die härteste „Währung“ der Welt.

Sie ist knapp – und daher wertvoll. Viel zu wertvoll, um sie zu vergeuden. Investieren Sie 200 Sekunden und lesen Sie eine Hommage an die Zeit und über den Umgang mit ihr.

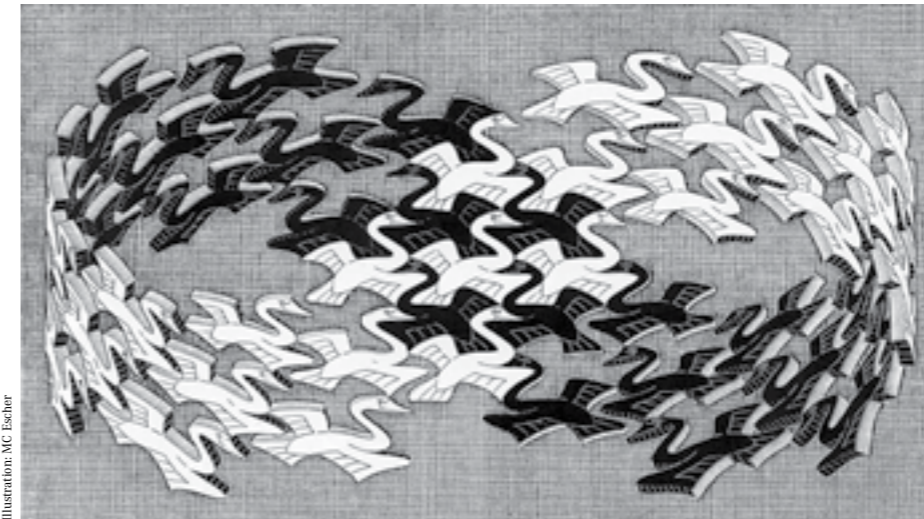


Illustration: MC Escher

Die Zeit lässt sich ganz prosaisch definieren. Sie beschreibt die Abfolge von Ereignissen und weist eine unumkehrbare Richtung auf. Einfach ausgedrückt: Man kann die Zeit nicht zurückdrehen. Streng genommen kann man der Zeit auch nicht voraus sein, so wie der Londoner Glockenturm Big Ben, der im Sommer sechs Sekunden vorging. Selbst wenn die Wahrscheinlichkeit eher gering ist, aber sechs Sekunden können ausreichen, um unser Leben zu verändern. „What a difference a day makes“ heißt ein bekannter Song. Doch mitunter entscheiden sogar Sekunden.

Ja, die Zeit beschreibt eine Abfolge von Ereignissen. Aber sie ist auch eine „Währung“ der ganz besonderen Art. Eine „Währung“, viel härter als Dollar, Yen oder Euro, weil man sie nicht beliebig vermehren kann. Und man kann die Zeit, wenn man sie vergeudet, nicht einfach wieder zurück-

holen. Vergeudete Zeit ist verlorene Zeit. Für immer. Das leise Ticken einer Uhr ist ein akustisches Signal, das uns immer daran erinnert, wie sich unser Guthaben auf unserem ganz persönlichen Lebenszeitkonto verringert. Man kann einem Menschen Zeit schenken. Verschenkte Zeit ist etwas Erhabenes von ganz besonderem Wert. Und man kann in ein Hobby, das einem am Herzen liegt, Zeit investieren – in der Hoffnung auf eine emotionale Rendite.

Was uns die „Währung“ Zeit wert ist, bestimmt jeder von uns ganz individuell. Für die einen ist es eine knappe Ressource. Wobei niemand errahnen kann, wie knapp diese Ressource für ihn ganz persönlich ist. Andere wiederum, die ihre Zeit nicht zu nutzen wissen, suchen nach Zeitvertreib, um keine Langeweile aufkommen zu lassen. Zeit ist Geld, heißt es in den Wirtschaftsnationen.

Dieser Satz soll uns zu größtmöglicher Effizienz anspornen. Möglichst viel in kurzer Zeit erledigen. Multi-Tasking ist gefragt, auch wenn Multi-Tasking oft in Multi-Murks endet.

Auf Bali hingegen ist in den Dörfern und Stadtvierteln Zeit für die Gemeinschaft bares Geld. Innerhalb der „Banjars“, also der organisierten Systeme der Nachbarschaftshilfe, gilt geleistete Arbeitszeit als Alternativwährung, die in einem Tauschsystem zirkuliert. Auch in den Wirtschaftsnationen gibt es immer mehr Regionalwährungen, die auf Zeitbanken beruhen. Dabei handelt es sich um meist lokale Vereinigungen, deren Mitglieder gegenseitig geldlos erbrachte Leistungen tauschen. Diese Leistungen werden dem Dienstleister auf dessen Zeitkonto gutgeschrieben, das Konto des Leistungsempfängers wird mit einer Zeitschuld entsprechend belastet. In diesem Fall ist Zeit also nicht Geld, sondern Geldersatz.

Als Steve Jobs, der Gründer und langjährige CEO des Kult-Unternehmens Apple, wusste, dass ihm nicht mehr allzu viel Zeit bleiben würde, hielt er am 12. Juni 2005 bei der Abschlussfeier für Studenten der Stanford University in den USA eine Rede, die bis heute als rhetorisches Meisterstück gilt:

„Eure Zeit ist begrenzt“, rief er den Jung-Akademikern zu. „Vergeudet die Zeit nicht, indem ihr das Leben anderer lebt. Tappt nicht in die Falle von Dogmen, das wäre ein Leben nach dem Denken anderer Leute. Lasst den Lärm der anderen Meinungen nicht eure innere Stimme übertönen. Habt den Mut, eurem Herzen und euren Eingebungen zu folgen. Sie wissen irgendwie bereits, was ihr wirklich werden möchtet. Alles andere ist zweitrangig. Bleibt hungrig, bleibt unangepasst...“ Vielleicht ist dies die klügste Empfehlung für den Umgang mit der knappen Ressource Zeit. ■

HÄNDLERPORTRÄT

Michael Gunczy: Neuer Verkaufspunkt in Wien

Er ist nicht nur Uhrenhändler, sondern Uhrenfreund aus Leidenschaft: Michael Gunczy aus Wien. Ab sofort ist seine „Uhrmacherei“ auch Verkaufspunkt für Habring²-Uhren.



„Die Marke Habring² war mein Wunsch, weil es die erste und einzige Manufaktur Österreichs ist, und ich vom klaren Stil der Uhren und deren Qualität überzeugt bin“, lobt Michael Gunczy. Der Inhaber der Wiener „Uhrmacherei“ (vormals „Uhrenbörse“) hat sich diesen Wunsch erfüllt: Er unterhält ab sofort auch einen Verkaufspunkt für Habring²-Uhren.

Der leidenschaftliche Uhrenfreund, der sich seit 1988 mit dem Handel von klassischen, mechanischen Uhren beschäftigt, wird von Begeisterung für die Uhrentechnik und Leidenschaft für das Alte angetrieben. „Mein bisheriger Fokus waren der An- und Verkauf von Luxus- und Sammleruhren. Wobei ich auch in diesem Nischensegment höchste Qualitätskriterien anlege und meinen Kunden im In- und Ausland ein hohes Maß an Seriosität garantiere“.

Die „Uhrmacherei“ in der Rotenturmstraße, im Herzen der Wiener City, wird von Freunden edler Zeitmesser nicht zuletzt auch wegen der uhrmacherischen Kompetenz geschätzt. In seiner Werkstatt, die von Omega, Longines und Rado zertifiziert wurde, beschäftigt Michael Gunczy, gemeinsam mit seiner Gattin, Katharina, derzeit vier Uhrmachermeister und einen Uhrmachersgesellen.

Die Zusammenarbeit mit Habring² entspricht dem Ziel des leidenschaftlichen Uhrenfreundes, in den Handel mit hochwertigen Markenuhren kleiner Manufakturen einzusteigen. Neben den Armbanduhren von Habring² kann dort auch die neue Tischuhr „Wien“ von Habring² erstanden werden (siehe Beitrag auf Seite 13.)



>> HABRING²-TISCHUHR MIT WIENER SKYLINE <<

„Wenn die Welt untergehen sollte, ziehe ich nach Wien, denn dort passiert alles 50 Jahre später“, lästerte einmal der österreichische Komponist und Dirigent Gustav Mahler (1860-1911). Ob dies ein Kompliment oder ätzender Spott war, weiß man nicht so recht. Er wollte damit nur zum Ausdruck bringen: In der österreichischen Hauptstadt gehen die Uhren anders (was bis heute bekanntlich Bayern bescheinigt wird). Maria und Richard Habring haben dieses Vorurteil endlich widerlegt: In Wien gehen die Uhren abso-

lut pünktlich. Zumindest die neue Tischuhr aus dem Hause Habring².

Nach der ersten Version „Canaletto-Blick“, die Maria Habrings Geburtsstadt Dresden gewidmet ist, gibt es nun die Tischuhr aus Österreichs einziger echter Manufaktur auch mit der weltbekannten Skyline von Wien.

Die Grundlage für die Tischuhren dieser Serie bildet das Kaliber 104B, ein sogenanntes Stabwerk, das mit seinen in einer Linie angeordneten Zahnrädern und der Unruhe auf eine stattliche Länge von 108 Millimetern kommt.

Wie im Hause Habring² üblich, erlaubt ein modulares System die Kombination des Uhrwerks mit anderen Skylines, Logos und Symbolen. Das Stabwerk – als feinmechanischer Le-

ckerbissen ohnehin schon ein Hingucker – lässt sich vor einem beliebigen Hintergrund zelebrieren. So werden die Umrisse von Skylines und Monumenten gesägt und gefeilt, anschließend auf Platinen und Schlüsselplatten übertragen. Die nachfolgende Oberflächenbearbeitung und die Vergoldung konservieren den Glanz der metallenen Einzelteile. Der Phantasie sind dabei kaum Grenzen gesetzt, erlaubt ist, was gefällt und unter den Glassturz passt. Wien jedenfalls passt hervorragend darunter. ■

KONTAKT:
Wiener Uhrmacherei
Rotenturmstraße 29
A-1010 Wien
Tel.: (+43 1) 533 33 01
gunczy@watches.at
www.watches.at



RESTAURANT + HOTEL „TAUBENKOBEL“

Pannoniens kulinarische Perle

Regionale Produkte und traditionelle Zubereitungsweisen

– das sind für das Restaurant „taubenkobel“, unweit vom

Neusiedler See, keine Neuheiten. Dort schätzt man schon

seit Jahrzehnten die Spezialitäten der pannonischen Region.

Und das wiederum schätzen die Gäste an diesem mehrfach

hochkarätig ausgezeichneten Restaurant.

Im Burgenland, dort, wo Wien nicht weit und Ungarn nahe ist, überzeugt ein kleines, inhabergeführtes Restaurant seit Jahren gleichermaßen Gäste wie professionelle Kritiker: Das „taubenkobel“ von Eveline und Walter Eselböck gilt als österreichische Restaurantlegende. Aber selbst wenn diese Feststellung als Kompliment gedacht ist, hören es Barbara Eselböck und Alain Weissgerber, die nun in der Küche dieses Top-Restaurants das Sagen haben, nicht allzu gern. Und das aus einem einfachen Grund: Legenden bestaune man, doch in Restaurants gehe man essen. In der Tat spricht vieles dafür, das Restaurant als solches zu nutzen, statt es nur zu bestaunen.

Weissgerber und Eselböck sprechen von der Küche der Kronländer (k. und k.), wenn sie die „taubenkobel“-Philosophie beschreiben. Sie wird inspiriert

vom Reichtum und der Unverwechselbarkeit der pannonischen Region. Begleitet von einer Weinvielfalt, die alle vinophilen Genießer anerkennend mit der Zunge schnalzen lässt.

Regionale Produkte und traditionelle Zubereitungsweisen sind seit geraumer Zeit wieder vielfach en vogue. Für das Team vom „taubenkobel“ ist das freilich nichts Neues. Seit 1992 sind aus der Küche des Restaurants Wildkräuter von den Wiesen und Hügeln rund um den Neusiedler See nicht mehr wegzudenken. Und der Großvater der heutigen Inhaber, der 1961 die „Eselsmühle“ in St. Margarethen betrieb, züchtete Schweine und Kleinvieh auf eine Weise, die man heute als „biologisch“ bezeichnet.

Ehrensache, dass das „taubenkobel“-Team alle Produzenten und Lieferanten persönlich kennt. Die Liebe zur pannonischen Region geht so weit,

dass die Gerichte auf Geschirr serviert werden, das seit Anbeginn vor Ort gefertigt wird.

Zum genussvollen Dreiklang im „taubenkobel“ gehört, neben der Kulinarik und der außergewöhnlichen Architektur, eine bemerkenswerte Sammlung zeitgenössischer Kunst. Regelmäßig tragen zudem Schriftsteller und Literaten aus ihren Werken vor.

Gleich neben dem „taubenkobel“ befindet sich eine kleine Greißlerei. Das dortige Team beherrscht die Küche Pannoniens ebenso virtuos wie die Küche des Piemonts. Und natürlich findet der Gast in der Greißlerei auch eine breite Palette von Spezialitäten zum Mitnehmen.

In den Suiten Relais & Chateau erwarten den Gast keine Hotelräume von der Stange, sondern individuelle Zimmer, für deren Konzeption sich Walter Eselböck viel Zeit für Details und Ausstattung nahm. ■

KONTAKT:

„taubenkobel“
Hauptstraße 31-33
A-7081 Schützen (Burgenland)
Telefon 0043 2684 2297
www.taubenkobel.com



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16

MACHER

Perfektes „Handwerk“

Florian Güllert:
Gravierend individuell



Die Handschrift eines Menschen ist nicht nur Ausdruck hoher Individualität, sie verrät gleichzeitig eine besondere Wertschätzung des Empfängers handgeschriebener Briefe oder Karten. Für Florian Güllert ist die Handgravur mit einer Handschrift vergleichbar. Aufgrund vieler individueller Nuancen werde die handgestochene Gravur zu einem unverwechselbaren Einzelstück, sagt der Handgraveur aus Klagenfurt. Und er erklärt den wichtigsten Unterschied zur Maschinengravur: „Der Stichel, der frei durch das Material geführt wird, hinterlässt einen Stich, also eine geschnittene Vertiefung. Dieser kann, je nach Tiefe, im Material und dem Winkel der Stichschneiden in verschiedenen Richtungen zum Licht glänzen und reflektieren.“ Wer dem gebürtigen Münchner, der in den 1980er-Jahren nach Kärnten kam, zuhört und vor allem zuschaut, versteht sofort: Hier ist nicht nur viel Know-how, sondern vor allen Dingen unglaubliche Leidenschaft im Spiel. Florian Güllert ist überzeugt, dass

es trotz modernster Fertigungstechniken nicht gelingen wird, eine individuelle Handgravur nachzuahmen. Denn die ist immer ein Solitär. Der gelernte Büchsenmacher und Schäfte hat sich unter anderem auf die klassische Jagdwaffengravur spezialisiert. Dabei legt er großen Wert auf eine funktionale und praxisgerechte Verschönerung des Objekts durch die Handgravur. Gleiches gilt für die Gravur von Uhrwerken und Gehäusen. „Bei dem behutsamen Veredeln von Brücken oder Kloben geht es um Verschönerung und Individualität. Allerdings darf die Gravur nicht die uhrmacherische Handwerkskunst und den Werkcharakter eines Zeitmessers durchkreuzen“, weiß Florian Güllert.

www.handgraveur.at



Rettl 1868: Kilt, Kult und Kreative

Im Jahr 1868 gründete Josef Rettl mit seiner Frau Anna in Klagenfurt eine „Uniformierungsanstalt und Zivilschneiderei“. Entsprechend hochkarätig war die Kundschaft, darunter Offiziere und hohe k.u.k.-Beamte. Innerhalb weniger Jahre stieg das Unternehmen zur größten und renommiertesten Uniformanstalt auf. Später, unter der Ägide von Hans Rettl I. und seiner Frau Emilie, wurde in der Schneiderei auch ein Waffenrock für den österreichischen Thronfolger Erzherzog Franz Ferdinand gefertigt. Ebenso für Zivilisten, und im wahrsten Sinne des Wortes „gut betuchte“ Bür-

gerliche, avancierten Anzüge von Rettl zu ausgesprochenen Statussymbolen. Im Jahr 1965 eröffneten Hans Rettl III. und seine Frau Gertrude ein neues Geschäft in Villach, wo erstmals hochwertige Konfektion und exklusive Accessoires präsentiert werden konnten.

Ab dem Jahr 1991, als Thomas Rettl I. mit seiner damaligen Frau Karin den Familienbetrieb übernahm, begann der systematische Ausbau der Firma zu einem modernen und gleichzeitig traditionsbewussten Modefachgeschäft mit internationaler Kompetenz am Standort Villach. Überdies wurde die Damenabteilung kontinuierlich erweitert. Ab 1999 begannen Thomas Rettl und sein Team mit der Kreation und Produktion einer eigenen Kollektion. Durch die Neuinterpretationen von alten Uniformmodellen entstand eine neue, viel beachtete Modelinie. Im Jahr 2011 wurde das Angebot von Rettl 1868 noch weiter verfeinert. Die erste Ausgabe des Rettl & friends-Magazins geriet auf Anhieb zum Erfolg. Heute ist Thomas Rettl als kultiger Kilt-Schneider und als Veranstalter resonanzstarker Shows & Events weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt. Neben der Zentrale in der Villacher Freihausgasse unterhält das kreative Fashion-Unternehmen Filialen in Klagenfurt und Graz. ■

www.rettl.com



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16



EDMOND
DE ROTHSCHILD

GPHG
GRAND PRIX D'HORLOGERIE DE GENÈVE



EDMOND
DE ROTHSCHILD

MAZARIN

G
GRAND PRIX

"NEVER CHANGE A WINNING TEAM"

HABRING Uhrentechnik OG

Hauptplatz 16, 9100 Völkermarkt, AUSTRIA, Tel. +43-4232-51300, habring@aon.at

www.habring2.com