
Uhrenmanager reanimiert die aufregendste Uhrenmarke des 20. Jahrhunderts

03.12.2024, 15.02 Uhr



Georges Kern

Foto: Roderick Aichinger / DER SPIEGEL

Eine Universal Genève sah ich das erste Mal am Handgelenk eines finnischen Modells, auf einem Schwarz-Weiß-Bild aus den Sechzigern: Nina Rindt. Sie war Ehefrau des Rennfahrers Jochen Rindt, der im Sommer 1970 in Monza [verunglückte](#), wenige Monate vor seinem geplanten Karriereende.

Auf diesem Bild verschränkt Nina Rindt ihre Arme und trägt eine übergroße Sonnenbrille. Sie sieht gelangweilt aus, fast schon genervt. Auf eine Sechzigerjahreart cool. Die Sonnenbrille verrätst ihre Mimik. Unter ihren Armen klemmt ein Flugblatt des Großen Preises von Österreich.



Nina Rindt mit Universal-Chronograph: Auf eine Sechzigerjahreart cool

Der Chronograph, den Nina Rindt an einem ledernen Bundband trägt, ein Geschenk von ihrem Mann Jochen, eine Compax mit Panda-Zifferblatt, Referenz 885103/02, ist heute nach ihr benannt. Die »Nina Rindt« ist eine Ikone, die im Schatten noch größerer und bekannterer Ikonen steht. Ich konnte meinen Blick nicht abwenden von dieser Uhr. Was ist schon eine Rolex Paul Newman gegen eine Nina Rindt von Universal Genève? Es gibt zu wenig Uhren, die nach berühmten Frauen benannt sind.

Hinweggespült ins Nichts

Überhaupt dieser Name: Universal Genève. Steckt in ihm nicht das Kleine, die Enge Genfs? Und gleichzeitig das ganz Große, das Universelle? Universal Genève.

Das Drama ist, dass Universal, 1894 in Le Locle gegründet, 1919 nach Genf umgezogen, vor vielen Jahrzehnten in der Bedeutungslosigkeit versunken ist. Die Quarzkrise der Siebziger- und Achtzigerjahre hat die Marke hinweggespült ins Nichts. Die Marke gehörte zuletzt einer Holding in Hongkong, von der man nicht so genau wusste, was sie mit ihr anstellte.

Uhrenverrückte wie Benjamin Clymer, der mit seiner Nerd-Plattform Hodinkee reich geworden ist, beten Vintage-Modelle von Universal an: die Compax, die Tri-Compax, die Compur, den Polerouter. Manche bezeichnen Universal als das bessere Patek Philippe. Was eine Übertreibung ist, die mir gefällt.



Universal Genève Compax »Nina Rindt«, Referenz 885103/02: Ikone, im Schatten noch größerer Ikonen

Zu Uhren von Universal verirren sich keine uhrenfremden Aufschneider, eher hoffnungslos Verliebte, Trottel wie ich. Tagelange suchte ich im Internet nach einer Nina Rindt. Das Pandazifferblatt starrte mich an. Es strahlte dieselbe Melancholie aus wie Nina Rindt auf diesem Schwarz-Weiß-Bild. Die Traurigkeit eines Pandabären.

In gewisser Weise reiste ich dieser Uhr nach, als ich an einem Novembertag nach Zürich flog. Ich wollte einen Mann treffen, der sich kürzlich entschieden hat, Universal Genève zu reanimieren: Georges Kern.

Uhrensohn – Die SPIEGEL-Uhrenkolumne

Hype um Rolex & Co: Seit Jahren spielt die Welt der Uhren verrückt. Preise steigen und fallen. Hinter der Hysterie suchen Liebhaber nach Vintage-Modellen, Microbrands und Raritäten. In der unbestechlichen SPIEGEL-Uhrenkolumne porträtiert Felix Dachsel regelmäßig Menschen und ihre Uhren. Wollen Sie Ihre Uhrengeschichte teilen? Dann schreiben Sie an uhrenkolumne@spiegel.de oder unserem Autor direkt auf [Instagram](#) .

Napoleon der Uhrenwelt

Müsste man in einem Film einen Helden besetzen, der im letzten Moment eine Uhrenmarke rettet, die in Fernost ihrem Tod entgegen schlummert, dann wäre Kern die beste Besetzung. Seine We-Can-Do-It-Ausstrahlung erinnert an Tom Cruise. Leute, die ihn kennen, sagten mir zur Vorwarnung, dass er Langsamkeit verachte. Er habe einen Laserblick. Manche sagen, er sei der Napoleon der Uhrenwelt.

Ich wusste über Kern, dass er aus einer Düsseldorfer Juwelierfamilie stammt und schnell Karriere gemacht hat: Er wurde mit 36 Jahren CEO von [IWC](#) in Schaffhausen, machte die eher kleine Marke groß, stieg später im Luxuskonzern Richemont auf zum Verantwortlichen für das komplette Uhrengeschäft. Bis ihn der Ruf einer traditionsreichen Marke ereilte, die auf die schiefe Bahn geraten war: Breitling. Eine Rettungsmission, finanziert von einem Investor, der an Kern glaubte: CVC Capital Partners, ein Private-Equity-Fond.

Ich kann mit Breitling wenig anfangen. Wobei ich diesen Satz in die Vergangenheit setzen muss: Ich konnte mit Breitling wenig anfangen.

Globige Gigantenuhren

Stand Breitling nicht für übergroße, aufdringliche Uhren, für etwas zu laute Typen? Dann hatte ich eines Tages testweise einen eleganten Chrono am Handgelenk mit Zifferblatt in Pistaziengrün und dem klingenden Namen Premier. Ich drehte und wendete die Uhr, und was ich sah war: Perfektion. Ich revidierte mein Urteil über die Angebermarke Breitling.

Georges Kern kommt an diesem Novembertag mit einer Basecap in sein Büro, gesenkter Blick. Bei der Beobachtung seines Gangs ahnt man, woher der Vergleich mit Napoleon kommt. Ich lehne an einer Ziegelmauer, an der Wand hängt ein unterschriebenes City-Trikot von Erling Haaland: *To Georges*. Im Gang steht ein Motorrad, das so viel Kraft ausstrahlt, als wolle es jeden Moment durch die Ziegelmauern brechen und sich im Zürichsee versenken aus Übermut.



Breitling-CEO Georges Kern: Manche nennen ihn den Napoleon der Uhrenwelt

Foto: Roderick Aichinger / DER SPIEGEL

Es stimmt, was ich über ihn gehört hatte: Georges Kern hat einen Laserblick. Er seziert den Besucher und es wirkt, als habe sein Gehirn in Bruchteilen alle Informationen über sein Gegenüber verarbeitet, als habe er jede Franse am Pulloversaum entdeckt. Er weiß, was ich am Handgelenk trage, obwohl er Meter von mir entfernt ist.

Der Zaubertrank von Asterix

Erinnern wir uns an seine Kindheit. An seinen Vater, den Juwelier aus Düsseldorf. An die ersten Berührungen mit der Welt der Uhren. »Er hatte elegante Marken, Dreizeiger-Uhren, elegante Modelle«, sagt Kern. »Es lagen Kunstbücher zu Hause, die man als Kind naturgemäß durchblättert. So entstand eine gewisse Affinität zum Schönen. Es war für mich wie der Zaubertrank von Asterix und Obelix, von dem ich als Kind trank. Als ich später mit Luxusgütern in Berührung kam, war ich angstfrei.«

»Wenn man selbst Geld investiert hat, geht man viel mehr Risiken ein als ein Konzernangestellter, der nicht gefeuert werden will.«

Es war offensichtlich auch nicht das Gefühl der Angst, das ihn 2017 begleitete, als er die komfortable Position in einem Luxuskonzern für ein Abenteuer verließ. Für die Wiederbelebung von Breitling.

»Ich mochte das Konzernleben nicht mehr«, sagt Kern. »Ich war schon immer unabhängiger als andere im Konzern, hatte einen unternehmerischen Geist.« Er habe bei Breitling alles umgekrempelt, trotz der privaten Investitionen, sagt Kern. »Es ist kontraintuitiv: Wenn man selbst Geld investiert hat, geht man viel mehr Risiken ein als ein Konzernangestellter, der nicht gefeuert werden will.«

Tritt man der Marke Breitling des Jahres 2017 zu nahe, wenn man sie als *etwas* angestaubt bezeichnet? Das sei »hübsch ausgedrückt«, sagt Kern.

»Breitling erreichte nur fünf Prozent des Uhrenmarktes. Mit den großen, lauten Fliegeruhren und den machohaften Kampagnen waren sie etwas aus der Zeit gefallen. Breitling war weder in China präsent, noch im Damensegment, noch gab es ein Produktangebot an klassischen Uhren.«

Ahnte er, welches Potenzial die Marke hatte?

»Ich wusste, dass ich es besser machen kann – das hat weniger mit Arroganz zu tun als mit drei Jahrzehnten langer Erfahrung. Ich wusste aber nicht, wie unglaublich erfolgreich wir sein können, weil ich die historischen Produkte noch nicht kannte.«

Ein Sammler in Wien

Kern stieß auf einen ungeahnten Schatz, als er den Wiener Breitling-Sammler Fred Mandelbaum besuchte. Mandelbaum ist auf Instagram bekannt als »Watchfred«. Mandelbaum breitete seine Sammlung vor Kern aus, historische Breitling-Chronographen, das vergessene Erbe der Marke, verschüttgegangene Eleganz. Nie zuvor hatte sich jemand von Breitling bei Mandelbaum gemeldet.

»Ich sah die Uhren auf einem großen Tisch liegen und dachte: Jackpot!«, sagt Kern. Eines der Modelle war eine historische Premier aus den Vierzigerjahren. Jene Uhr also, die Kern später wieder zurückbrachte und die mir so gut an meinem Handgelenk gefällt. Mandelbaum wurde sein Berater, ein Hüter des Erbes.

Kern ließ die Boutiquen umgestalten, sie sollten lässig sein, Barstühle, Surfbretter, Lounge-Atmosphäre. »Mein erster Kreativdirektor sagte: Georges, das sieht aus wie ein Jeans-Store. Dann sagte ich: Nein, das sieht nicht aus wie ein Jeans-Store. Ich möchte hier ein Motorrad drin haben, einen Billardtisch. Ich möchte, dass es cool aussieht.«

Man sei der Marke heute treuer denn je, sagt Kern. »Gregory Breitling, der Sohn von Willy Breitling, dem letzten Breitling-Besitzer, wird emotional, wenn er sieht, was wir heute machen. Weil es die Fortsetzung dessen ist, was er damals bei seinen Eltern erlebt hat. Erst später kam der Fokus auf große, laute Fliegeruhren.«

Einfach nur gewinnen

Er könne sich an seine ersten Präsentationen für Breitling erinnern, bei den Distributionsagenten, bei Journalisten, im Handel. »Sie alle haben gedacht: Der fährt die Marke an die Wand. Ich habe meinem Team gesagt: Leute, es ist ganz einfach. Wir müssen einfach schnell Tore schießen, schnell in Führung gehen und dann das Spiel gewinnen. Dann fragt niemand mehr, wie wir das gemacht haben. Man muss einfach nur gewinnen.«

Das könnte der Satz sein, der bleibt aus einem Gespräch mit Georges Kern: Man muss einfach nur gewinnen.

Neulich ließ sich Georges Kern von einem Kamerateam der ARD begleiten. Man filmte ihn beim Surfen an der Atlantikküste, beim Launch einer neuen Uhr, auf seinem Motorrad. Kern sprach ungeschützt, er ging ins Risiko, was ungewöhnlich ist in einer Branche, in der Kommunikations-Leute CEOs gewöhnlich davon abhalten, spannende Dinge zu erzählen. Er wird im Film als »Superreicher« vorgestellt. Aus dem Off raunt eine Stimme Kerns geschätztes Vermögen.

Das Reich des Schönen

Man habe ihn gefragt, warum er erfolgreich sein wolle. »Wenn man diese Frage im Öffentlich-Rechtlichen stellt, dann ist das ein Hinweis auf den Zustand Deutschlands«, sagt Kern.

Im Internet kursierten Schnipsel des Films, knappe Interviewpassagen. Georges Kern erzählt von Tischtennispartien gegen seinen Sohn, die er unbedingt gewinnen wolle. Er spricht im Film darüber, dass Breitling nicht auf Bedürfnisse antworte, sondern sie kreiere: »Wir verkaufen völlig nutzlose Produkte. Kein Mensch braucht eine Uhr, um Zeit abzulesen.«

Manchen dienen die Schnipsel als Empörungsmaterial. Dabei war das, was Kern sagte, etwas geradezu Banales. Mechanische Uhren gehören ins Reich des Schönen, sie sind Nachbarn der Kunst. Natürlich *braucht* man sie nicht. Streng gesehen braucht man auch keine Malerei zum Leben, keine Skulpturen und keine Symphonieorchester. Aber was wäre das für ein Leben?

Pistaziengrünes Zifferblatt

Ich jedenfalls habe den Eindruck, dass ich eines Tages einen Premier-Chronographen brauche, den ich einmal testweise am Handgelenk hatte, mit pistaziengrünem Zifferblatt. Und eine Compax, in Erinnerung an Nina Rindt. Ich brauche sie nicht und deshalb brauche ich sie, das ist das Paradoxon. Die Hinwendung zum Nutzlosen ist in einer Welt subversiv, die sich an Nützlichkeit orientiert. Schönheit ist in einer strengen Welt revolutionär.



Breitling Premier mit Pistazien-Zifferblatt, Durchmesser 40 Millimeter, Referenz AB0930D31L1P1

Foto: Roderick Aichinger / DER SPIEGEL

Im Internet kaufte ich mir in Erwartung meiner Hochzeit eine flache Anzugsuhr von Universal Genève aus den Fünfzigern. Der Preis war etwas zu niedrig, um die 250 Euro, und als ich die Uhr in den Händen hielt und aufziehen wollte, blockierte die Krone und nichts bewegte sich.

Ich schickte die Uhr an eine spezialisierte Werkstatt im Rheinland, die herausfand, dass im Werk eine falsche Unruhwellen verbaut war. Nach Monaten, ich war längst verheiratet, erhielt ich die Uhr zurück. Die Unruhwellen war angepasst, die Zapfen waren rolliert, die Zugfeder ersetzt, die Werkhalteschraube ausgebohrt und ersetzt. Die Uhr lief exzellent.

»Universal war in den letzten zwanzig, dreißig Jahren praktisch nicht existent.«

Ich saß an einem dunklen Novembertag, der sonst wenig Freude bereithielt, an meinem Schreibtisch und sah den fein oxidierten Schwertzeigern dabei zu, wie sie sich fortbewegten. Ich las die feine, serifenlose Schrift unter der Zwölf: Universal Genève. Auf dem Gehäuseboden werde ich das Datum unserer Hochzeit eingravieren lassen.

Die knapp bemessene Zeit von Georges Kern ist fast um, seine berühmte Ungeduld hat er bisher gut versteckt. Ja, er ist beinahe in Plauderlaune. Wir machen nun eine Kurve zu Universal, zur Rettungsmission. Erinnerst du dich die Wiederbelebung der Marke an seine ersten Monate bei Breitling?

»Der Unterschied ist, dass Universal eine schlafende Marke war«, sagt Kern. »Universal war in den letzten zwanzig, dreißig Jahren praktisch nicht existent.«

Die Augen der Uhrenverrückten

Er habe ein Advisory Board aufgebaut mit den Topsammlern der Welt. Auch der Blick auf ihn hat sich dadurch verändert. »Ich bin seit Jahrzehnten in der Branche und erfolgreich, aber ich wurde noch nie von den Topleuten eingeladen, die Patek und Rolex sammeln. Jetzt laden sie mich nach Italien und Japan ein. Das ist ein ganz neues Gefühl der Respektabilität.«



Georges Kern in seinem Zürcher Büro: »Man muss einfach nur gewinnen«

Foto: Roderick Aichinger / DER SPIEGEL

Die Augen der Uhrenverrückten sind jetzt auf ihn gerichtet, er steht vor Publikum am nahezu reglosen Patienten und reanimiert. Kern hätte gern länger gewartet, die Übernahme bekannt zu geben. Aber da er Universal von einem börsennotierten Unternehmen in Hongkong gekauft hat, war der Deal öffentlich.

Über die Erwartungen sagt Kern: »Wir werden es so oder so falsch machen. Wenn wir zu nah am Design der alten Universal sind, dann sagt man uns: Ihr habt ja nur eine Re-Edition gemacht. Wenn wir zu weit weg sind, dann sagt man: Wie blöd seid ihr eigentlich, dass ihr das ganze Erbe über den Haufen werft.«

Kern wirkt, als habe er für jedes Modell eine Vorstellung, einen vorgezeichneten Lebensweg in der Schublade. Bei einer Compax oder einer Tri-Compax werde es schwierig, sie noch besser zu machen, sagt er. Bei einer Polerouter könne man schon eine »gewisse Modernität« reinbringen.

»Ich bin seit Jahrzehnten in der Branche und erfolgreich, aber ich wurde noch nie von den Topleuten eingeladen, die Patek und Rolex sammeln. Jetzt laden sie mich nach Italien und Japan ein.«

Als Kern an seinem Schreibtisch steht für einige Fotos in seinem Büro, öffnet er auf seinem Laptop ein Dokument. Er will mir etwas zeigen. Entwürfe der neuen Uhren, die 2026 auf den Markt kommen. Ich sehe die wiederbelebte Compax, sie sieht umwerfend aus.

Der vergessene Kuss

Ich wünsche mir, dass die Wiederbelebung von Universal gelingt. Als Uhrenfreund kann man Georges Kern dankbar sein, dass er dieses Risiko eingeht. Und wenn ich mich festlegen muss, dann wette ich, dass Universal Genève die spannendste Marke der nächsten zehn Jahre wird.

Im Archiv der »New York Times« las ich, als ich zurück in Berlin war, eine Todesmeldung vom 6. September 1970: *Rindt, 28, is killed in crash at Monza.*

Die Meldung beschreibt die letzten Minuten vor seinem Unfall. Nina Rindt stand in der Box, um seine Rundenzeit zu stoppen. Man rollte das Auto zu Jochen Rindt, für eine letzte Trainingsrunde. Jochen Rindt sprang ins Cockpit, er hatte es eilig. In der Eile vergaß er, Nina einen Kuss zu geben.

Ich hatte unmittelbar das Bedürfnis, meine Frau zu umarmen.
