



Drei kreative Köpfe: Marc V. Junghans, Marcus Hinkel und Gunther Schäuble. Sein Großvater gründete einst »Schäuble & Söhne«.

Trio Infernale

Drei Köpfe, eine Marke: Hinter der Bezeichnung **Schäuble & Söhne** verbirgt sich ein bemerkenswertes Gespann, das erfolgreich mechanische Kleinserien fertigt und bei dem der Uhrenvirus gleich mehrfach in der Familie liegt.

Mit Gunther Schäuble und Marc V. Junghans von Karlsruhe Richtung Freiburg zu fahren, ist etwa so, als hätte man neben dem Vesuv Platz genommen: die neuen Ideen sprudeln hervor, wie das Magma aus dem Feuer speienden Berg. Während der eineinhalbstündigen Fahrt finden Diskussionen über mindestens fünf neue Entwürfe statt und im Rekordtempo werden neue Vertriebsideen entwickelt.

Dabei ist das nicht einmal die Vollbesetzung, denn Marcus Hinkel, in dem Trio die »Stimme der Vernunft« und verantwortlich für Marketing und Finanzen, hält die Stellung in Karlsruhe.

Marc Junghans hat die Begeisterung für Uhren geerbt. Kein Wunder, denn er ist der letzte Spross der berühmten Schwarzwälder Familie. Als gelernter Grafiker ist er für das Produktdesign zuständig. Er schätzt die mutigen, die unkonventionellen Entwürfe

und wäre vielleicht manchmal zu mutig, wäre da nicht Gunther Schäuble. Der versteht sich als gesunde Bremse für allzu kühne Ideen.

Dass der Entwurf immer eine Frage der Zielgruppe ist, wissen die drei Marketing-Fachleute sehr gut: »Auf dem deutschen Markt verkaufen sich andere Dinge als in Italien, in Saudi-Arabien oder in den USA«, sagt Junghans. Daher sind auch die schrilleren Ideen kein Fall für dem Papierkorb, sondern warten geduldig auf künftige Gelegenheiten. Vorläufig aber bleiben die Uhren der Marke Schäuble & Söhne eher traditionell, wie die Mechanik-Serien »Carl«, »Gunther« und »Ludwig«. Das passt zur Firmenhistorie, die sich in dem Zusatz »Manufakturwaren seit 1924« unter dem Markennamen widerspiegelt: Gunther Schäubles Großvater Carl handelte seit den zwanziger und dreißiger Jahren mit individualisierten Armband- und Taschen-

Serie Junge Marken

| Thema | Ausgabe |
|------------------|---------|
| Louis Erard | 1/2 07 |
| Schäuble & Söhne | 3 07 |
| Quinting | 4 07 |

uhren. Sein Geschäft eröffnete er einst in der Oststadt von Karlsruhe. Und genau dort, wo sich jetzt Studenten und Yuppies treffen, ist auch das heutige Präsentationsfenster der Marke. Dahinter liegt ein Ladenlokal, so altmodisch, dass es Kultpotenzial hat – Linoleum-



Auch mit neuen Materialien spielt man bei Schäuble & Söhne gerne. Schildpatt ist im Gespräch für neue Zifferblätter, die in der eigenen Werkstatt gefertigt werden.



Ein Ladenlokal mit Geschichte: In der Gerwigstraße in Karlsruhe wurde die Marke Schäuble & Söhne 1924 gegründet.



Der Chronograph »Gunther« (1 360 Euro) aus der traditionellen Linie »Ludwig« gehört zu den beliebtesten Modellen im Sortiment.

boden, Schränke, Regale und Stühle noch aus den 50er-Jahren. Hier verwahrt Gunther Schäuble seine umfangreiche Sammlung alter Uhrenteile: Gehäuse, Zeiger, alte Zifferblätter und Werke, viele davon Flohmarktfunde. »Das ist eine gute Inspirationsquelle«, erklären Schäuble und Junghans, »man sieht sich alte Gehäuse an und überlegt, wie man das aufnehmen und zeitgemäß anpassen kann.« Auch auf neue Zifferblattideen kann man so kommen.

Die Zifferblattfertigung sitzt in Efringen-Kirchen: Mit Jürgen Betz wird aus dem Trio vorübergehend ein Quartett. Der Praktiker hat nicht nur ein kritisches Auge auf die Entwürfe, sondern verleiht ihnen auch mit dem Tampondruckverfahren Leben. Und zwar auf einer Handdruckmaschine, die er einst schrottreif in einem Container gefunden

und selbst wieder in Gang gebracht hat. Nicht selten gibt es mit ihm eingehende Diskussionen über das Design, denn auch er ist ein kreativer Kopf, erkennt aber die Grenzen des Machbaren, zumal er sowohl die Lithos als auch die Klischees selbst herstellt.

Auf dieses Selbst-Machen-Können legt man großen Wert: In der Herstellung setzt man mit den Gehäusen, den Zifferblättern und den überarbeiteten Werken auf »Made in Germany«; und was andere als teure Dienstleistung zukaufen müssen, hat man hier im eigenen Haus, wie das Fotostudio und den Internet-Server beispielsweise. Das trägt zur Übersichtlichkeit bei, die das Trio auch unbedingt beibehalten will. Daher soll es auch weiterhin nur Kleinserien-Mechanik geben, ob es nun die Wiesenhof-Uhren sind, die am Arm des gleichnami-

Schäuble & Söhne

Manufakturwaren seit 1924
Gerwigstraße 34
76131 Karlsruhe
Telefon: +49 (0) 721/8 28 16 57
Internet: www.schauble-soehne.de

gen Radrennteams durch die Welt radeln, die Camouflage-Uhren mit Tarn-Optik oder der neue Yacht-Chronograph. Und auf die schnelle Umsetzung kommt es an: »Wir haben meist eine Lieferzeit von 10 Tagen«, sagt Gunther Schäuble stolz, »und von einer Idee bis zur Umsetzung dauert es oftmals keine Woche.« Ein Trio Infernale eben.

Text: Dorea Shafik
Fotos: Hersteller, Dorea Shafik



Wiesenhof-Uhren, fertig zum Versand. Das gleichnamige Radrennteam fungiert als Marken-Botschafter.



Ein reicher Bestand an älterem Material dient vor allem bei der Suche nach neuen Design-Ideen als Fundgrube.



Für den Nachwuchs ist gesorgt: Die Ur-Enkel-Generation der Firma Schäuble & Söhne mischt sich bereits begeistert ein.



Mit Jürgen Betz wird aus dem Trio kurzfristig ein Quartett. Über drei Jahre dauert nun schon die Zusammenarbeit.