

Deutschlands *Schmuck-Dynastie*

130 Jahre Wellendorff Mit emotionalen Botschaften, lupenreiner Markenführung und kompromissloser Qualität funkelt die Pforzheimer Goldschmiede brillanter denn je

VON PETRA PFALLER

Wahre Liebe“ heißt ein Teil der Kollektion, die die Schmuckmanufaktur Wellendorff zum eigenen Jubiläum auflegte: 130 Jahre zählt die kleine feine Goldschmiede aus Pforzheim und ist – markentechnisch – doch einer der größten Schätze, die Deutschland zu bieten hat. Keine andere Schmuckmarke ist so lange in Familienhand und hat vermutlich zig Übernahmeangeboten mit funkelndem Lächeln die kalte Schulter gezeigt. Und wenig andere Brands verstehen sich so auf stringente Markenführung, strahlen so viel „wahre Liebe“ zum eigenen Wirken und Werken ab wie die Wellendorffs. Das brillante „W“ als ikonisches Wappen auf jedem Ring, Armband, jeder Kette, jedem Ohring verewigt. Die Familie selbst stets sichtbar und spürbar als vor und hinter der Marke, sie ist der au-

Jubiläumskollektion

Zum 130. Geburtstag wurden zwei exklusive Jubiläumskollektionen gelauncht – das Set „Wahre Liebe“ und das Set „Wahre Freude“ umfassen jeweils Ringe, Ohrringe, Colliers und Armbänder. Zahlreiche Brillanten sowie Farbmosaik aus Kaltemaille stehen für einzelne Glücksmomente voller Erinnerungen. Jeder Ring ist natürlich drehbar.

Jubiläumsringe „Wahre Freude“ (l.) und „Wahre Liebe“ (r., Preise auf Anfrage)



Nichts geht über Familie: Hanspeter, Eva, Christoph, Claudia und Georg Wellendorff (v.l.) traten stets als BotschafterInnen der eigenen Marke auf



BRILLANTES DUO

Dagmar Wöhr mit Christoph Wellendorff im Talk zum Jubiläum (abrufbar auf wellendorff.com)

„Wir haben die unternehmerische Freiheit, jeden Tag das zu tun, was sich gut anfühlt“

CHRISTOPH WELLENDORFF

WORTE über
WERTE von Christoph Wellendorff

„Wahre Werte“ war und ist Ihr Familien- und Firmenmotto. Was sind die derzeit wichtigsten wahren Werte?

Um was geht es uns wirklich im Leben? Wir entscheiden uns für die Familie, Vertrauen und Liebe. Das ist die Lebensphilosophie unserer Familie seit 130 Jahren.

Worauf sind Sie im Rückblick besonders stolz?

Immer wieder schicken uns junge Leute ihre Schmuckstücke zur Kontrolle in die Manufaktur. Sie haben sie von ihren Eltern oder Großeltern bekommen. Dass unser Schmuck Generationen überdauert, macht mich unglaublich stolz.

Was waren und sind Ihre internationalen Bestseller?

Wir sind drei Wellendorff-Männer, aber eigentlich dreht sich bei uns alles um unsere Frauen. Aus Liebe zu meiner Mutter hat mein Vater vor fast 50 Jahren die erste Wellendorff-Kordel kreiert. Ich habe für meine Frau den drehbaren Ring entwickelt und mein Bruder Georg hat nach 17 Jahren Entwicklungszeit Gold zum Federn gebracht, damit seine Frau ihr Armband ganz ohne Hilfe anlegen kann. Inzwischen wurden daraus drei Ikonen: das weichste Collier, der lebendigste Ring und das zärtlichste Armband.

Welchen unternehmerischen und persönlichen Rat geben Sie an junge UnternehmerInnen weiter?

Hör auf dein Herz und mach keine Kompromisse! Das war bereits der Rat meines Urgroßvaters.

Von Pforzheim in die Welt: Wie schafft man es, als deutsches Traditionsunternehmen international zu reüssieren?

Egal ob Kaiserhaus aus Japan oder Zukunftsvisionär aus dem Silicon Valley – letztendlich schätzen alle Wellendorff-

Liebhaber weltweit die gleichen Werte: höchste Goldschmiedekunst gepaart mit wahren Emotionen.

Wie würden Sie den Luxus definieren, der sich mit einem Wellendorff-Schmuckstück ausdrückt?

Wellendorff-Schmuck kann sprechen. Das erklärte mir eine Schweizer Kundin auf unserer Jubiläumsfeier zum 130. Geburtstag. Jedes Schmuckstück sei ein Energiespeicher, der ihren persönlichen Moment der Liebe, des Erfolgs oder des Glücks ein Leben lang festhält. Das ist für mich Luxus.

Wie viel Zeitgeist – Stichwort Diversität, neue Lebens- und Beziehungsformen – soll oder muss sich eine Traditionsmarke zu eigen machen?

Wahre Liebe ist bedingungslos und zeitlos – einfach von Herz zu Herz. Und dafür machen wir Schmuck.

Das Geheimnis einer „gepflegten“ Marke?

Die „wahren Werte“ sind eine innere Haltung, kein Werbeslogan. Sie zu leben ist anspruchsvoll, aber für uns ein Kompass unseres täglichen Handelns.

Wie werden Marke und die Menschen dahinter eins?

Wir lieben das, was wir tun. Als Familienunternehmen haben wir die unternehmerische Freiheit, jeden Tag das zu tun, was sich gut anfühlt.

Wo sehen Sie Wellendorff in 20 Jahren? Was ist die Zukunftsvision?

Mein Bruder Georg würde sagen: Wir treiben die Exzellenz und Perfektion in unserer Manufaktur weiter auf die Spitze, mit dem Anspruch, den handwerklich besten Schmuck der Welt zu kreieren. Meine persönliche Vision? Wir inspirieren Menschen auch zukünftig, ihre persönlichen Momente der Liebe mit Wellendorff-Schmuck zu feiern.



FEDERNDES GOLD

„Umarme mich“-Armband mit 141 Diamanten, elastischer Goldfeder und lupenreinem 8-Karäter im Tropfenschliff

thentische Botschafter der eigenen Werte, der „wahren Werte“, die aus jedem Diamanten und jedem der handverlesenen Goldkreationen hervorfunkeln: Liebe, Vertrauen, Empathie, Glück, Zusammenhalt. Alles, woran man glauben, was man fühlen möchte in verunsichernden, krisengeschüttelten Zeiten. Good Vibes eben! Echten Luxusprodukten wohnen sogenannte Dream Values inne, Botschaften, die dem Käufer einen emotionalen Mehrwert bieten, die den bloßen Konsum von echtem Connaisseur-Ship wie die Spreu vom Weizen trennen. Die Wellendorffs, die Brüder Georg und Christoph, mit ihren Ehefrauen Claudia und Iris und die Eltern Eva und Hanspeter ließen sich nie von modernen Marketingflüsterern reinreden: keine bezahlten Influencer, kein Promi-Hype, kein Personenkult. Statt Getöse Diskretion, kompromisslose Qualität, Quiet Luxury, Fokussierung auf Kunden. Das Wellendorff-„W“ steht im Grunde für Wertschätzung. Wertschätzung gegenüber der eigenen Marke. Lupenrein geführt, aus vollem Herzen geliebt. Happy Birthday!

FOTOS: WELLENDORFF (4)