

ALCHEMISTEN DES GOLDES

In der Pforzheimer Goldschmiede Wellendorff wird Gold nicht nur zu Schmuck verarbeitet, sondern ist auch Gegenstand unaufhörlichen Tüftelns mit dem Ziel, Grenzen zu sprengen.

von IRIS KUHN-SPOGAT

FAMILY BUSINESS

Georg (l.), Christoph und Claudia Wellendorff führen das Unternehmen in vierter Generation.



FEDERNDES GOLD

2021 trumpft Wellendorff auf mit einem Armband aus «federndem Gold». 17 Jahre Tüfteln stecken darin.

WEICH WIE SEIDE

Kordeln aus Gold: Der Halsschmuck fühlt sich an, als wäre er aus Seide.

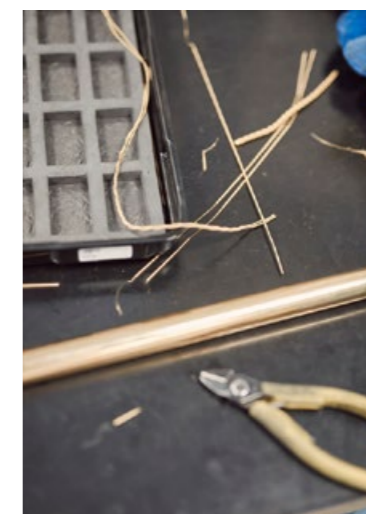
D

Das Erste, was das Auge erblickt, ist ein pechschwarzer Leopard: Aus Bronze gegossen, steht er lebensgross auf einem Sockel vor dem Haupteingang. Schön? Ja. Passend? Na ja: Die Statue ziert nämlich weder die Pforten eines Luxushotels in Miami Beach, noch steht sie am Eingang eines Wildtierreservats in Afrika, sondern starrt zum Haupteingang der Goldschmiede Wellendorff. In Pforzheim, Deutschland.

Die Daseinsberechtigung des Exoten am Nordrand des Schwarzwalds rückt Christoph Wellendorff verbal zurecht: «Er ist schön, stark, elegant und klug - genau wie wir.» Dann lacht er. Nicht, weil er einen Witz gemacht hätte, sondern weil er nicht zu selbstverliebt, gar arrogant rüberkommen will. Andererseits drückt während des ganzen Gesprächs immer wieder der Frohmut des Erfolgsverwöhnten durch, der echt stolz ist auf das, was ist: diese Goldschmiede, gegründet von seinem Urgrossvater anno 1893, die er mit seinem jüngeren Bruder Georg und dessen Ehefrau Claudia führt. Er ist CEO und Aussenminister, der Bruder leitet die Produktion und die Schwägerin Marketing und Kommunikation.

Dazu kommen der familiäre und der unternehmerische Geist: Die drei sind zusammen eins und führen das Vermächtnis mit ihren Idealen. Ein Beispiel: Auf die Frage nach der Wachstumsstrategie lautet die Antwort: «Haben wir in dem Sinn keine.» Wie auch? Der Schmuck wird mit dem Anspruch auf Perfektion von Hand gefertigt, und in ihm stecken diverse «Herstellungsgeheimnisse» (Wellendorff); sie zu erlernen und zu beherrschen, dauert Jahre. Möglichkeiten und Grenzen des Wachstums diktiert ergo die Manufaktur, nicht das Management. Die Goldschmiede haben hier viel zu tun: «Wir sind in der glücklichen Lage, dass die Nachfrage sehr gross ist», sagt Wellendorff. Die wichtigsten Märkte sind Deutschland, Österreich und die Schweiz. Zusammen spielen sie gemäss dem CEO rund die Hälfte des Umsatzes ein, gefolgt von Japan, China und Nordamerika.

Auch in Bezug auf die geografische Expansion gibt es keinen Ehrgeiz. Im Gegenteil: Wenn er geschäftlich reise, dann nicht mit dem Ziel, über neue Verkaufspunkte zu verhandeln, sagt Christoph Wellendorff, sondern zur Beziehungspflege. «Wir legen



GOLD, DAS GLÄNZT

Verarbeitet wird nur rezykliertes Gold aus den lokalen Scheideanstalten.

HANDWERKSKUNST

Das Geschick, von Hand aus Golddraht eine Kordel zu wickeln, besitzen im Haus nur gerade drei Goldschmiede.

grossen Wert auf einen familiären Umgang mit unseren Partnerjuwelieren, mit vielen sind wir seit Jahren befreundet.» Und weil Freundschaft verpflichtet, wird freundschaftlich behandelt, wer es zum Wellendorff-Partner schafft. Weltweit verkaufen rund 100 Juweliere den Schmuck aus der Pforzheimer Goldschmiede. In der Schweiz sind es zwölf, von denen jeder in seiner Stadt der jeweils einzige ist. Ausnahme ist Zürich, wo ausser René Beyer, Inhaber von Chronometrie Beyer, auch Les Ambassadeurs ein paar Hausnummern weiter Wellendorff im Sortiment führt.

Das Signature Piece der Familie ist die «Kordel», die so heisst, weil sie wie eine Kordel aussieht und auch so weich ist. Das Verfahren, aus Golddraht ein Collier zu machen, das sich anfühlt, als wäre es aus Seidenfäden, datiert von 1977 und ist die Erfindung des Seniorchefs, Hanspeter Wellendorff. Die Idee dazu stammt von dessen Frau: Sie verleitete ihn, der gern damit prahlte, aus Gold alles machen zu können, dazu, über sich selbst hinauszuwachsen, indem sie Kordeln aus Gold haben wollte, die weich sind wie die Kordeln an den Vorhängen ihrer Grossmutter. Zwei Jahre Tüfteln später triumphierte der Gatte.

AUSSEN GOLD, INNEN GOLD

Die Kordel beginnt mit einem Goldstab, 50 Zentimeter lang, zwei Zentimeter dick. Dieser wird gewalzt, zwischengeglüht, gezogen - wieder und wieder. Am Ende der Prozedur ist er 2,5 Kilometer lang und 0,3 Millimeter dick. An einer per Handkurbel betriebenen Maschine wird er schliesslich zu einer Feder gewickelt. Und diese dann innen mit Gold so verstärkt, dass sie geschmeidig bleibt und gleichzeitig unverbiegbar. Das nötige Know-how und Finger-spitzengefühl, um den Goldfaden von Hand so zu bearbeiten, besitzen im Unternehmen gerade einmal drei Goldschmiede.

So wortreich er die Kunst der Drahtherstellung präsentiert, so schmallippig wird Wellendorff bei der Frage, was es mit dem stabilisierenden Innenleben auf sich habe. «Es ist aus 18-Karat-Gold, wir nennen es Seele, mehr verraten wir nicht.» Ausser noch dies: «Für uns ist es wichtig, Gold mit einem klar verfolgbar Ursprung zu verwenden, arbeiten ausschliesslich mit rezykliertem Gold, das den Zertifizierungsprozess des Responsible Jewellery Council durchlaufen hat, und beziehen es aus den Scheideanstalten in Pforzheim.» Das Gleiche gilt für die Diamanten - die zweite von zwei Ingredienzen, mit denen Wellendorff arbeitet: Sie werden nicht nur auf Grösse, Schliff, Reinheit und Farbe kontrolliert, sondern auch auf konfliktfreie Herkunft.

Zweite Spezialität des Hauses neben den Kordeln in allen möglichen Ausführungen - lang, kurz, einfach, dreifach, mit und ohne Amulette - sind in sich drehbare, mit Kalt-Emaille und Diamanten verzierte Ringe. Jeder besteht aus mindestens vier einzelnen Ringen, die miteinander verbunden, aber dennoch frei beweglich sind. Neu gibt es auch eine Version mit feststehendem Solitär. Konstruktion und ►

► Drehmechanismus - Präzision im Hundstestmillimeter-Bereich - sind das Werk von Ingenieuren und Werkzeugmachern, den Look bestimmen die Designer, das letzte Wort hat die Familie.

Sie bestimmt auch die Inhalte des Firmencredos «Wahre Werte» - wobei wahr nicht das Gegenteil von unwahr ist, sondern von nicht Wellendorff-like. Von daher rührt auch das im Wortsinn Eigenartige in der Unternehmensführung, etwa dass Wachstum als betriebswirtschaftliche Grösse eine Nebenrolle spielt und Zeit den Lead hat. «Bei uns bekommt alles die Zeit, die es braucht.» Skalierbarkeit und Effizienz sind Fremdwörter. Auch stellt die Familie weder eine Günstiglinie noch Wellendorff-Sonnenbrillen her. Und hoch bezahlte Ambassadeure hat sie auch keine. «Wer Schmuck von uns besitzt, hat ihn auch bezahlt», sagt Christoph Wellendorff. Darunter befinden sich Prominente wie die japanische Prinzessin Takamado, der Starpianist Lang Lang und der Apple-Topmanager Phil Schiller.

GOLD, DAS FEDERT

Die Standardlänge einer Kordel beträgt 42,5 Zentimeter, gefertigt wird sie nach Auftrag und in der Länge jeweils der Kundin angepasst, «damit sie optimal sitzt». Kostenpunkt? «Eine Zahl wird unserem Schmuck nicht gerecht», sagt Wellendorff, «da steckt so viel Wertvolles drin, das man nicht sieht.» Die Stichworte dazu sind Spezial-Know-how, überlegiertes Gold, um an jeder Stelle mindestens 18 Karat zu garantieren, zudem Handarbeit und 100 Prozent Made in Germany. Preislich schwingen die Colliers zwischen 6300 und 500 000 Franken.

Apropos Spezial-Know-how: Dieses Jahr lancieren die Pforzheimer etwas, das bislang niemand geschafft hat - «federndes Gold!», Christoph Wellendorff zwitschert mehr, als er redet, «fe-der-n-des Gooold!». Es kommt in Form eines Armbands heraus, das je nach Ausführung zwei-, drei-, viele Male ums Handgelenk gewickelt wird. Es braucht keinen Verschluss und findet beim An- und Ausziehen immer wieder in die Ursprungsform zurück. «Das hat vor uns noch niemand geschafft», sagt



NULLTOLERANZ

Wellendorffs streben nach Perfektion. Qualitätskontrolle wird grossgeschrieben.

MONUMENT

Das wohl teuerste Logo der Welt, das Brillant-W, thront auf einem Felsblock im Museum.

Wellendorff. Spiral- und federförmige Geschmeide sind an sich ja nichts Neues. Neu ist, dass Wellendorff das ohne Stahlkern hinkriegt. «Wir haben eine Möglichkeit gefunden, die physikalischen Grenzen elastischer Verformbarkeit von 18-karätigem Gold zu verändern», sagt Wellendorff. Im «federnden Gold» stecken 17 Jahre Entwicklungsarbeit.

Die metallurgische Innovation kommt nun als «Umarme mich» auf den Markt. Die Wellendorffs mögen Namen, die mehr nach kitschiger Üppigkeit klingen als nach überlegener Handwerkskunst. Frühere Kreationen heissen «Liebesverführung», «Lebensglück», «Sonnenglanz» und «Sternennacht-Versuchung». Einmalig ist auch der Umgang mit dem Logo. Es wird nicht diskret versteckt, sondern richtiggehend zelebriert: Kein Schmuck verlässt die Werkstatt ohne unübersehbares Wellendorff-W. Hier ist es im Ring eingelassen, dort baumelt es verziert mit einem Vollschliffbrilliantchen an der Kordel. Fraglos kostbar, ist das Plakative für Schmuck in dieser Preisklasse zwar unüblich, für die Pforzheimer aber unerlässlich, denn zu schön ist die Geschichte, die dazugehört: Der Senior, Hanspeter Wellendorff, hat das Brillant-W in den 1960er Jahren eingeführt aus Frust darüber, dass Juweliere, die seine Schmuckstücke verkauften, so taten, als hätten sie sie selbst hergestellt.

MENSCHENGEMACHTES IDYLL

Der Entscheid, seine Arbeiten nur noch unter eigenem Namen zu verkaufen, kostete ihn damals rund die Hälfte seiner Kunden. Heute ist das W-Logo das Selbstverständnis, auf dem im Familienbetrieb alles basiert. Und dieses Selbstverständnis reicht über die Schmuckherstellung weit hinaus: Wellendorff ist nicht nur eine Familie, eine Manufaktur, eine Marke. Wellendorff ist eine Welt für sich.

Davon zeugt der Leopard am Eingang der Manufaktur. Und das Museum gleich hinter der Réception: Es ist eine stockdunkle Halle, in der die Firmengeschichte inszeniert ist und ein Highlight ums andere in chronologischem Nacheinander beleuchtet wird. Da muss durch, wer zu Besuch kommt. Und landet früher oder später dann im Showroom, der hier «Park» heisst und die Funktion einer «Oase» (Wellendorff) erfüllt. Der Raum ist dekoriert mit weissen Balustraden, Säulen und Treppenstufen, mit Tonplattenböden, auf die Wände sind Blumenwiesen, hübsche Bäume, blauer Himmel und fliegende Vögel gemalt - eine menschgemachte heile Welt. Zutritt erhalten «Liebhaber der Marke nach persönlicher Einladung». Dann waren Prinzessin Takamado, Lang Lang und Phil Schiller schon alle mal hier? Wellendorff schweigt, die Art von Diskretion gehört schliesslich zum Geschäft. Seine Augen aber, die funkeln unmissverständlich «So isses». ■

Wellendorff ist nicht nur eine Familie, eine Manufaktur, eine Marke. Wellendorff ist eine Welt für sich.