

Besucht man das Stammhaus der Wellendorffs in der Goldstadt Pforzheim, wird man als Erstes zu einer Vitrine im Eingangsbereich geführt. Hier glänzt hinter Glas ein fein gearbeitetes Etruskerschwert mit goldenem Griff, das der Großvater von Christoph und Georg Wellendorff, die jetzt die Geschäfte leiten, in den 50er Jahren ersteigert hat.

Für die Familie ist es ein Symbol für die jahrtausendealte Tradition ihres Handwerks. Noch immer fertigt Wellendorff jedes Schmuckstück von Meisterhand. Einstiegspreis: rund 4000 Euro. In Sachen Umsatz und Gewinn sind die Wellendorffs wie viele Familienunternehmer diskret. Aber die Nachfrage nach den Armbändern, Ringen und Colliers mit dem kleinen Brillant-W wächst in diesen wirtschaftlich schwierigen Zeiten.

Herr Wellendorff, Ihr Familienunternehmen existiert seit 128 Jahren. Immer wieder haben Sie sich technische Innovationen patentieren lassen, die Wellendorff-Kordel zum Beispiel. Ihre jüngste Erfindung ist das „federnde Gold“. Was hat technischer Fortschritt mit Luxus schmuck zu tun?

Uns geht es immer um das Gefühl, das ein Schmuckstück auslöst, neben dem Design und dem Wert an sich. Schmuck verschenkt man ja, um besondere Momente des Glücks und der Liebe für ein Leben lang festzuhalten. Meine Mutter wünschte sich zum Beispiel von meinem Vater ein Collier, das weich sein sollte wie Seide – obwohl Gold ein hartes, kaltes und störrisches Material ist. So entstand die Wellendorff-Kordel. Die Inspiration ist bei uns immer die Liebe. Wir wollen Gold so verändern, dass es sich besser anfühlt.

So wie das „federnde Gold“?

Mein Bruder hat 17 Jahre an einer Möglichkeit geforscht, ein Armband zu gestalten, das keinen Verschluss braucht. Die physikalischen Eigenschaften von Gold sprechen dagegen, weil es



Wahre Werte

Im Stammhaus in Pforzheim zeigt Chef Christoph Wellendorff Entwürfe für besondere Kunden – und die Geschichten dazu

„Familiensinn geht über Eigensinn“

Die deutsche Luxus-Schmuckmarke Wellendorff ist mit 128 Jahren die älteste weltweit, die noch von der Gründerfamilie geführt wird. Hier erklärt **Christoph Wellendorff**, warum er nicht käuflich ist

nicht elastisch ist. Das neue Verfahren ermöglicht nun, dass sich das Armband ohne steifen Verschluss ums Handgelenk schmiegt. Wie eine Umarmung.

Wie teilen Sie sich die Arbeit mit Ihrem Bruder Georg?

Mein Bruder macht alles, was mit Schmuck zu tun hat, ich mache alles, was mit Kunden zu tun hat. Unsere Eltern sagen, was wir richtig und was wir falsch machen (*lacht*). **Nicht in jedem Familienunternehmen läuft es so harmonisch.**

Man muss sein eigenes Ego managen. Am Ende geht es um die Sache, nicht um den Einzelnen. Wenn sich alle diesem großen Ziel unterordnen, gibt es nichts Schöneres und Erfolgreicheres als ein Familienunternehmen. Es garantiert gleichzeitig Sicherheit und Unabhängigkeit.

30

Schmuckstücke

fertigen die rund 80 Mitarbeiter pro Tag. Kunden warten bis zu sechs Monate

Familiensinn geht über Eigensinn. Das haben wir gerade jetzt in Corona-Zeiten erlebt.

Hat sich auch der Luxusbegriff durch Corona verändert?

Wir haben beobachtet, dass unsere Kunden noch intensiver leben und bewusster kaufen. Das Gefühl, dass Schmuck Sicherheit bietet, ist uns wichtiger geworden.

Wer kauft denn Wellendorff-Schmuck?

Erfolgreiche Menschen, die genau darüber nachdenken, wofür sie ihr Geld ausgeben. Da gibt es zum Beispiel den Postboten vom KaDeWe, der uns neulich erzählt hat, dass er vier Jahre gespart hat, weil er seiner Frau ein Wellendorff-Schmuckstück schenken wollte. Und dann gibt es den Milliardär, der einen Teil seines Vermögens nicht auf der Bank liegen lassen möchte, sondern in etwas Bleibendes investiert, das er täglich um sich hat. Der investiert einen siebenstelligen Betrag in ein Collier und schenkt es seiner Frau. Für ihn ist das eine intelligente, sinnvolle Wertanlage, die nicht nur ihm jeden Tag Freude bereitet, sondern sicher auch vielen Generationen nach ihm. Die Menschen wollen in diesen wirtschaftlich schwierigen Zeiten in etwas Beständiges investieren. Die The-

men Nullzins und Inflation werden uns ja noch lange beschäftigen.

Sie haben berühmte Kunden – von Bill Gates bis zum japanischen Kaiserhaus. Warum werben Sie nicht mit Testimonials?

Für unsere Kunden ist das Tragegefühl das Entscheidende. Es geht darum, was der Schmuck kann, nicht darum, wer ihn sonst trägt.

Wellendorff ist die älteste internationale Schmuckmarke der Welt, die noch von der Gründerfamilie geführt wird. Ihre Konkurrenten auf dem umkämpften Markt der Luxusgüter heißen Tiffany, Cartier und Bulgari. Sie gehören alle zu internationalen Großkonzernen. Wie viele Kaufangebote bekommen Sie im Jahr?

Viele. Aber wir haben nur eine Antwort: Wir sind nicht käuflich.

Warum haben Sie keinen Onlineshop?

Wir haben – durch Corona beschleunigt – eine Wartezeit pro Schmuckstück ▶

Nullzins, Inflation und der Goldpreis steigern den Wert exklusiver Schmuckstücke

von drei bis sechs Monaten. Das ist schon sehr lang. Wir fertigen viel in Handarbeit, das kann man nicht beliebig beschleunigen. Ein zusätzlicher Vertriebskanal macht zum jetzigen Zeitpunkt keinen Sinn, weil wir schon jetzt die bestehenden Vertriebskanäle nicht in der gewünschten Geschwindigkeit beliefern können.

Warum stellen Sie nicht einfach mehr Goldschmiede ein?

Jeder Goldschmiedemeister, der bei uns anfängt, wird zusätzlich zwei Jahre ausgebildet. Denn er hat zwar gelernt, im Zehntelmillimeterbereich zu arbeiten, das ist ungefähr die Dicke eines Haares. Wir arbeiten aber im Hundertstelbereich, zehnmal exakter. Das muss man trainieren, und man muss auch ein Talent dafür mitbringen. Perfektion braucht Zeit. Exzellenz ist immer langsam.

Welche Märkte sind für Sie am wichtigsten?

Der am schnellsten wachsende Markt bleibt Deutschland.

Nicht China?

Amerika, China und Japan sind natürlich auch wichtig. Aber unsere Philosophie, die Idee der Perfektion, trifft das Wertesystem der deutschen Kunden sehr genau. Lauter Luxus wird hierzulande nicht geschätzt.

Produzieren Sie eigene Kreationen für die verschiedenen Märkte?

Nein, es gibt nur eine Wellendorff-Kollektion weltweit.

Viele Branchen leiden unter Rohstoffmangel. Sie auch?

Wir verarbeiten ausschließlich recyceltes Gold, die Edelsteine gibt es auch schon. Wir werfen nichts weg, dazu sind unsere Rohstoffe zu wertvoll. Mein Vater hat in den letzten fünfzig Jahren eine große Sammlung an besonders kostbaren Edelsteinen zusammengetragen, zuweilen gibt er uns einen davon. Aber er geht sehr bedacht mit diesen Schätzen um. Der letzte, den er uns gab, war ein lupenreiner Acht-Karat-Diamant in Tropfenform für eines der ersten „Umarme mich“-Armbänder. Wir haben es an einen Liebhaber verkauft, der gern anonym

bleiben möchte, das Armband aber dem Schmuckmuseum hier in Pforzheim als Leihgabe zur Verfügung gestellt hat. Für Unikate wie diese gehen bei uns regelrechte Bewerbungen ein. Wir laden die Interessenten ein und entscheiden dann als Familie zusammen. In diesem Fall hat uns der Gedanke gefallen, dass das Schmuckstück als Kunstwerk öffentlich ausgestellt wird.



Echte Handarbeit

Für die Kordel-Colliers wird das Gold zu Fäden verarbeitet. Die jüngste Innovation – unten – heißt „federndes Gold“



In Ihrer Familie gibt es ein Generationenbuch, das die Älteren am Ende ihrer Laufbahn den Jüngeren überreichen. Was hat es mit dieser Tradition auf sich?

Als Familienunternehmen denken wir nicht in Quartalen, sondern in Generationen. Dafür steht dieses Buch. Mein Großvater hat damit begonnen – jeder schreibt darin die Wünsche, Hoffnungen, Ratschläge für die nächste Generation nieder.

Arbeiten Sie bereits an Ihrem?

Sicher, es ist ein großes schwarzes Lederbuch. Die Erfahrung aus Corona ist gerade mein Thema.

Welche Ratschläge geben Sie weiter?

Dass man in jeder Situation nicht nur Getriebener ist, sondern immer auch Gestalter seines Lebens. Unser Team ist enger zusammengewachsen, wir haben uns gefühlt wie auf der Arche Noah. Es war anspruchsvoll, aber wir wussten, dass wir irgendwann wieder gemeinsam von Bord gehen. Es geht um Sicherheit und

Verlässlichkeit. Und am wichtigsten im Leben sind die Menschen, mit denen man sich umgibt – in meinem Fall meine Frau und mein Bruder.

Sie tragen einen Ring und zwei Armbänder. Männerschmuck ist ein heikles Style-Thema. Was ist erlaubt?

Mein Vater trägt bis heute kein einziges Schmuckstück, nicht einmal einen Ehering. Eine Uhr, das war's. Man muss sich trauen und eine eigene Ästhetik entwickeln. Den

Ring hat mir meine Frau zum 50. Geburtstag geschenkt. Es ist auch eine Generationenfrage, unsere Kinder sind anders im Umgang mit Schmuck und Geschlechterrollen. Sie sind einfach lässiger.

Sammeln Sie etwas anderes Luxuriöses außer Schmuck?

Klaviere. Wir haben unverhältnismäßig viele Klaviere und Flügel. Auch da geht es um Perfektion und Gefühl. Zwei unterschiedliche Klavierbauer erschaffen durch ihre Instrumente ganz unterschiedliche Töne. Musik ist wie Schmuck ein Urbedürfnis des Menschen. Wir drücken damit unsere Individualität aus. ■