



Letzter Schliff

Die Kordeln werden in 48 Einzelschritten gefertigt. Das braucht Zeit: Kunden warten bis zu sechs Monate auf ihr Schmuckstück

160 Meter Goldfaden stecken in einem Seiden-Collier mittlerer Ausführung, das gerade hier in der Wellendorff-Manufaktur in der Goldstadt Pforzheim entsteht. Erfahrung und Zeit sind neben der Qualität des Materials die wichtigsten Zutaten für ein Schmuckstück, das individuell gefertigt wird und seinen Preis hat: zwischen 5000 und 500 000 Euro bei einer Wartezeit von bis zu sechs Monaten.

Wa(h)re Werte

Exklusivität, Limitierung und Handarbeit sind die Erfolgsvokabeln des Systems Luxusindustrie. Zurzeit gibt es lediglich drei Goldschmiede in der 129 Jahre alten Manufaktur, die das Wissen, das Materialverständnis und die Fertigkeit haben, ein Collier dieser Art herzustellen. Die Nachfrage nach edlem Schmuck floriert, gerade in diesen Krisenzeiten. Die Menschen sehnen sich offensichtlich nach Werten, die beständig wirken, nach Marken, die sie kennen. Vielleicht auch nach Geldanlagen, die sie im Zweifel einfach mitnehmen können.

Die Firma Wellendorff gehört zu den bekanntesten Schmuckmarken der Welt – und sie ist die älteste, die noch von der Gründerfamilie geführt wird. „Das wird auch so bleiben“, sagt Georg Wellendorff, der mit seiner Frau Claudia und seinem Bruder Christoph das Traditionsunternehmen so geschickt und traditionell leitet, dass er 2022 auf das beste Unternehmensjahr in einer langen Geschichte zurückschauen kann. Zahlen bleiben Familiengeheimnis. Auf 50 Millionen schätzen Brancheninsider den Jahresumsatz.

Das Erfolgsrezept widerspricht eigentlich allem, was Unternehmensberater üblicherweise an Ideen auffahren, wenn sie auf einen Familienbetrieb losgelassen werden: Skalieren, Monetarisieren und irgendwas mit Innovation. Man könnte ja zum Beispiel einfach doppelt so viele Goldschmiede einstellen, die dann 80 Schmuckstücke am Tag produzieren statt der heutigen 40. „Das wollen wir aber nicht“, sagt Wellendorff mit einem feinen Lächeln. „Deswegen haben wir hier auch keine Berater.“

Gold, weich wie Seide

In der Krise steigt die Nachfrage nach wertvollem Schmuck. Die deutsche Luxusmarke **Wellendorff** profitiert davon – auch weil sie seit 129 Jahren Handwerkstradition bewahrt

Der goldene Stab ist schwerer, als er aussieht. Wie eine Hantel liegt er in der Hand, kühl, glatt und glänzend. Zu diesem Zeitpunkt des Herstellungsprozesses ist es kaum vorstellbar, dass aus dem harten Metall ein Faden entsteht, der so seidig und biegsam ist, dass daraus das berühmteste Schmuckstück der Luxusmarke Wellendorff gefertigt werden kann: das Kordel-Collier mit dem dezenten W als Anhänger.

Der Goldschmied – aus Sicherheitsgründen muss er hier anonym bleiben – schiebt den 2,5 Kilogramm schweren Stab durch die Walze, immer und immer wieder, bis das Material so heiß ist, dass es eine Pause braucht. Am Ende dieses Arbeitsschrittes aus Walzen und Ziehen ist der 20 Millimeter dicke Stab zum Faden geworden, misst hauchdünne 0,2 Millimeter im Durchmesser. Wie das goldene Haar aus dem Märchen lässt sich der Faden um eine Spindel wickeln, dann zu einer Spirale drehen und schließlich kordelieren, wie es im Fachjargon heißt.

Hier gilt es, Geschichte zu bewahren und die Firma im besten Familiensinne weiterzuführen. Georg Wellendorff, gelernter Lithograf und Kaufmann, kümmert sich um die Produktion, Bruder Christoph um den Vertrieb. „Wir kennen und schätzen jeden unserer Mitarbeiter hier in Pforzheim“, sagt Claudia Wellendorff, zuständig fürs Marketing.

In der nordbadischen Stadt am Schwarzwald gründete der Markgraf von Baden 1767 quasi die erste Berufsschule der Welt: Er organisierte für das ortsansässige Waisenhaus einen Goldschmied aus Paris und einen Uhrmacher aus Genf als Lehrmeister. Die einstigen Waisenkinder gründeten ihre eigenen Ateliers und legten den Grundstein für die Schmuck- und Uhrenindustrie. Bis heute gilt die Goldschmiedeschule in Pforzheim als eine der besten der Welt. Wellendorff-Goldschmiede allerdings müssen nach ihrer Ausbildung noch einmal in der unternehmenseigenen Akademie zwei Jahre weiterlernen.

Stabil und solide

„Familiensinn geht vor Eigensinn“ ist quasi die Überschrift des Konzepts Wellendorff, „Wahre Werte“ der Untertitel. Das klingt fast zu schön, um wahr zu sein bei einem deutschen Mittelständler, der seine Bilanzen nicht in einem Jahresbericht bündelt, sondern in ein ledergefasstes „Generationenbuch“ schreibt. Wer aber einmal mit Claudia Wellendorff durch die Manufaktur flaniert, sich das Etruskerschwert anschaut, das der Großvater in den 50er Jahren ersteigert hat, sich die Geschichte der Schmuckstücke erzählen lässt und einige Anekdoten von berühmten Kunden – einst die Zarenfamilie, heute das japanische Kaiserhaus, Bill Gates und Phil Schiller von Apple –, der kann verstehen, warum derlei Beständigkeit in unserer wirren, disruptiven Weltenlage Hochkonjunktur hat.

Zumal Innovation auch in dieser Manufaktur gefeiert wird, nur dass die Neuerfindung dann so lan-

Die Goldschmiedeschule in Pforzheim gilt als eine der besten der Welt



Einschmelzen

Über 1000 Grad sind nötig, um das Material zu schmelzen. Die Kordel besteht aus 18-karätigem Gold



Walzen

Druck und Wärme verwandeln den Stab in einen hauchdünnen, meterlangen Faden, der auf Spindeln gewickelt wird



Familienbande

Georg Wellendorff leitet das Unternehmen mit seiner Frau Claudia und seinem Bruder Christoph



Rohmaterial Verarbeitet wird hauptsächlich 18-karätiges Gold, hergestellt nach eigener Rezeptur

ge gepflegt wird, bis sie zur Tradition geworden ist. Auch das Wellendorff-Collier war mal eine Innovation, die schöne Geschichte dazu geht so: Die Mutter der Wellendorff-Brüder, Eva, wünschte sich von ihrem Mann ein Collier aus 18-karätigem Gold, das so weich und seidig sein sollte wie jene

Kordeln, die die samtene Vorhänge in ihrem Elternhaus schmückten. Nun ist das harte Edelmetall eigentlich nicht dazu geeignet, sich zart wie Seide um den Hals einer geliebten Gattin zu schmiegen, es ist störrisch und bricht schnell, wenn es nicht in die Form will, in die es soll. Hanspeter Wellendorff tüftelte also lang, bis er mit seinen Goldschmieden das erste dieser Colliers fertigte. Die Frage, wie denn nun genau die „Seele“ dieser Kette, wie Goldschmiede es nennen, die einzelnen Kordeln stabil und trotzdem flexibel zusammenhält, bleibt Betriebsgeheimnis.

Und wichtig bei aller Schönheit ist bei Wellendorff immer auch die Funktionalität: Die Kette trägt 60 Kilo, da muss man schon ziemlich daran reißen, um sie kaputt zu bekommen. Sollt man es tatsächlich versuchen wollen, geht als Erstes der Verschluss auf. Die Kordel ist so gestaltet, dass sich die Haare ihrer Trägerin nicht darin verheddern. Es ist letztlich das, wofür „made in Germany“ international immer noch steht: der Porsche unter den Goldcolliers, vom deutschen Markenrecht ebenso geschützt wie ein 911er. Auch Vertrieb und Marketing sind so traditionell, wie man es sich nur denken kann: ausgewählte Boutiquen, ein edles „Familien-Magazin“, kein Onlinehandel, keine Influencer. „Das passt nicht zu uns“, sagt Georg Wellendorff.

Das Geschäft mit der Schönheit

Zwischen vier verschiedenen Ausführungen kann man wählen, sie tragen so poetische Namen wie „Zartes Glück“ oder „Sonnenglanz“. In diese Variante integrieren die Goldschmiede kleine, glänzende Elemente. Schaut man einem der Meister in der Manufaktur dabei zu, wie er die Goldspirale so bearbeitet, dass diese kleinen Funkeleien entstehen, wirkt es tatsächlich wie Zauberei. ■