

ARMBAND
UHREN

SPECIAL

ROLEX

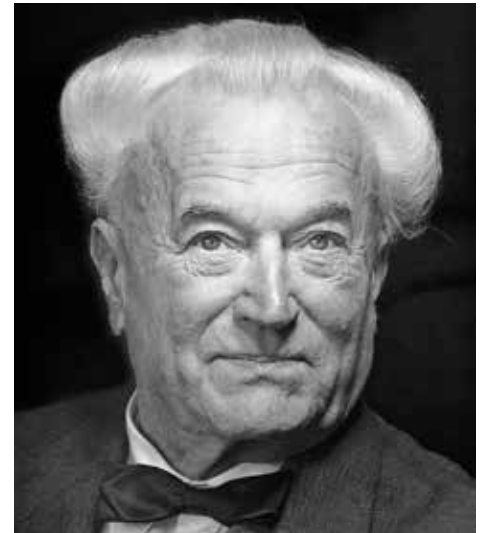


Editorial

Die Vorstellung der neuen Submariner war nicht der alleinige Grund, aber doch ein wichtiger Begleitumstand für die Auflage dieser Sonderpublikation von ARMBANDUHREN. Mit dieser Taucheruhr ist Rolex dem Ideal der Perfektion wieder einen Schritt nähergekommen. Mit 41 Millimeter Durchmesser und einem Manufakturwerk der jüngsten Generation, einer kratzfesten Keramiklunette und einem ebenso robusten wie komfortablen Gliederband ausgestattet, lässt die moderne Sportuhr wirklich keine Wünsche mehr offen. Und so bildeten sich am ersten Verkaufstag lange Menschenschlangen vor den Koncessionären, weil jeder Uhrenfreund sein Glück versuchen wollte, eines der ersten Exemplare zu ergattern – oder sich zumindest die Option auf eines der nächsten zu sichern. Dabei sind für das ungeübte Auge die Änderungen gegenüber dem Vorgängermodell kaum auszumachen, das ja beileibe kein Ladenhüter war.

Hans Wilsdorf erkannte früh, was Uhrenfreunde wirklich wollen. Nicht jedes Jahr eine Flut neuer Modelle, die im Frühjahr angepriesen werden und, wenn sie dann zu Weihnachten endlich in den Handel kommen, durch die bloße Aussicht auf die bevorstehenden Novitäten bereits ein alter Hut sind. Keine überfrachteten Zifferblätter, auf denen sich kaum ablesen lässt, was ohnehin niemand ständig wissen muss. Keine filigranen Mechanismen zur Steuerung verspielt hin und her tanzender Zeiger, die ein unbeabsichtigter Stoß gegen die Tischkante nachhaltig aus dem Konzept bringt, was wiederum teure Reparaturen nach sich zieht.

Eine Armbanduhr muss in erster Linie die Zeit anzeigen, mag sich der aus dem oberfränkischen Kulmbach stammende Unternehmer gedacht haben, und zwar jederzeit, unter den widrigsten Umständen und mit absoluter Präzision. Erst machte er seine Uhrgehäuse wasserdicht, weil eindringende Feuchtigkeit und Staub das Uhrwerk schädigen. Die Krone schraubte er wie eine kleine Glocke mit Dichtung auf einen



Hans Wilsdorf,
Vater der modernen Armbanduhr.

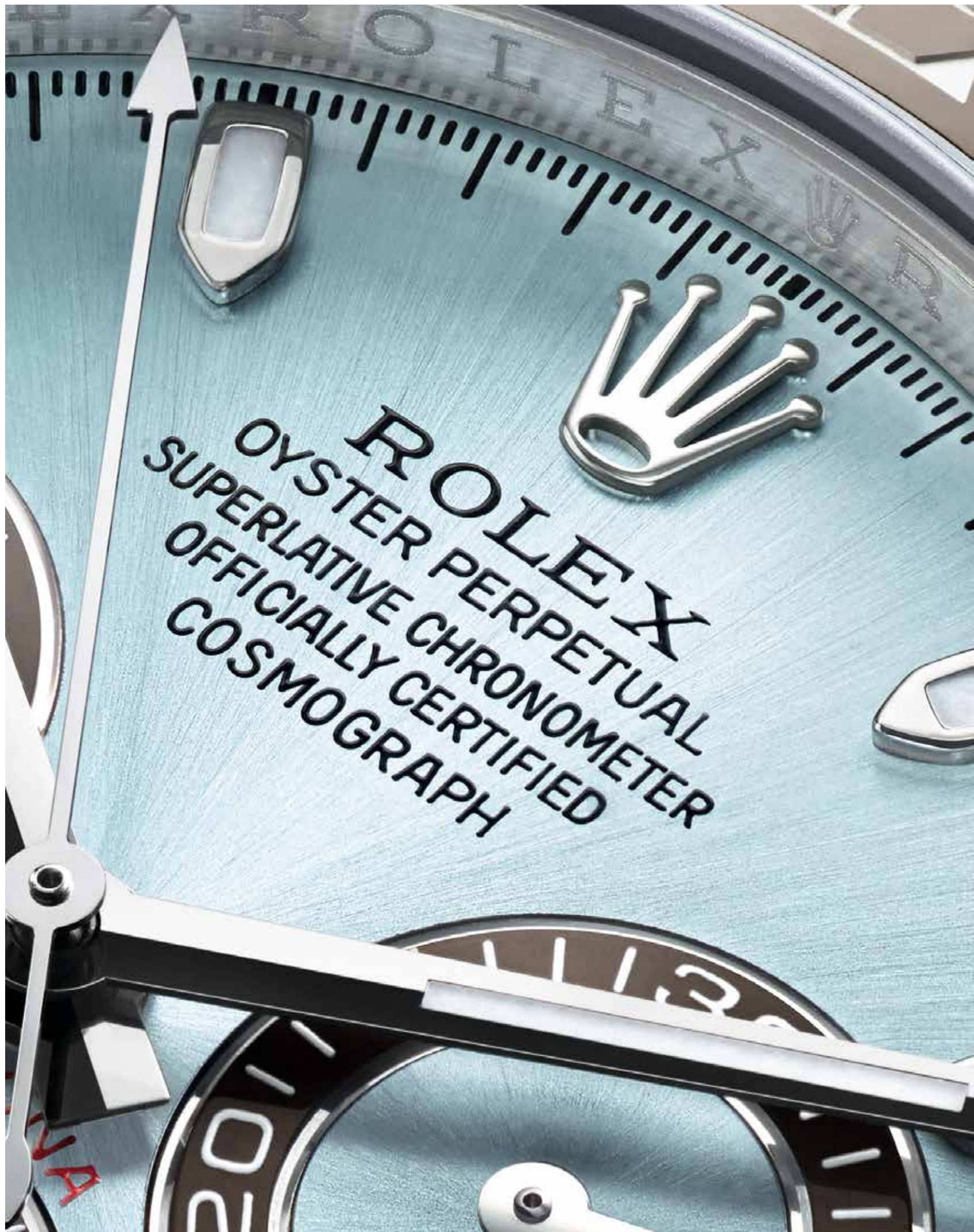
Gehäusestutzen, und damit man diese hermetische Verschraubung nicht jeden Tag lösen musste, stattete er seine Uhrwerke mit einem Selbstaufzug mit umlaufendem Rotor aus. Mit der Oyster Perpetual war die moderne Armbanduhr weitestgehend fertig entwickelt.

Das war 1931.

Seinen Nachfolgern hinterließ Wilsdorf eine Stiftung, die das Kapital in der Firma band, und sie dankten es ihm mit klugen Entscheidungen zur Vertikalisierung der Produktionseinrichtungen und sorgsam überdachten Schritten zur Konsolidierung der Modellpalette. Und so ist Rolex seit über 60 Jahren mit einer kleinen Kollektion von Dreizeigeruhren – teils sportlich, teils elegant –, einem ikonischen Chronographen und einer Handvoll interessanter Komplikationen krisensicher aufgestellt.

Ein Maßstab für die Schweizer Uhrenindustrie und dabei eine Klasse für sich.

Peter Braun



ROLEX
OYSTER PERPETUAL
SUPERLATIVE CHRONOMETER
OFFICIALLY CERTIFIED
COSMOGRAPH

Inhalt

Editorial	3
DIE GESCHICHTE DER MARKE ROLEX	
Im Zeichen der Krone	6
ROBUST, WASSERDICHT, AUTOMATISCH	
Der lange Weg zur eleganten Sportuhr	14
SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG: ROLEX TOOL WATCHES	
Die neue Submariner	22
Die Geschichte der Taucheruhr	26
Air-King: The King is back	30
Sea-Dweller: Pionierleistung	32
GMT-Master II: Pepsi for the People	38
EIN PAAR ZEIGER MEHR: KOMPLIZIERTE UHREN VON ROLEX	
Daytona: Perfect Timing	44
Yacht-Master: Countdown für Fortgeschrittene	52
Sky-Dweller: Für Flieger und Überflieger	56
Cellini: Der Mond im Zeichen der Krone	60
IM INNERN DER ROLEX-MANUFAKTUR	
Die Krönung	64
Firmenzentrale in Genf Les Acacias	67
Uhrwerkeproduktion in Biel	70
Gehäuse und Bänder aus Plan-les-Ouates	72
Zifferblätter und Keramik aus Chêne-Bourg	74
DIE ZEHN HERAUSRAGENDEN MERKMALE EINER ROLEX	
Das Ideal der Perfektion	76
DIE NEUE KALIBERGENERATION	
Neue Zeitrechnung	86
Die aktuellen Automatikwerke	90
KATALOG	
Die schönsten klassischen Rolex-Modelle	98
Die Modelle der aktuellen Rolex-Kollektion	110
Impressum	120

Im Zeichen der Krone

Von dem französischen Struktursoziologen Claude Levi-Strauss stammt der Satz: «Mythen sind hohl und rund.» Will heißen: Wer die äußere Schale zerbricht, hält am Ende nichts in der Hand. Vielleicht noch treffender ist das Bild der Zwiebel, bei der nach der letzten Häutung nichts bleibt. Auch Mythen über Unternehmen und deren Produkte sind Schichten und Schalen aus Geschichte, und Geschichte wiederum entsteht aus bewusst Inszeniertem, aber auch aus Zufälligem, das erst im Nachhinein seine Bedeutung gewinnt. Nur in der Ballung, der sinnvollen Vernetzung und dem Wissen um die Distinktion der Ereignisse entfaltet sich daraus der Mythos einer Marke und ihrer Produkte. Besonders im Zeitalter der zunehmend extensiveren industriellen Produktion ist es die Marke, die dem Konsumenten Orientierung und Unterscheidung ermöglicht.



