

GLANZ ODER GAR NICHT

Ein Mitarbeiter prüft das Amulett Goldschatz. Er trägt einen Handschuh, um keine Kratzer zu verursachen.

GOLD FINGER

RINGE, COLLIERS UND AMULETTE von Wellendorff schmücken seit mehr als 120 Jahren Dekolletés und Hände. Ein Grund für den weltweiten Erfolg der badischen Manufaktur: Sie ist klein geblieben.

INTERVIEW BARBARA MARKERT FOTOS CHRISTIAN BORTH

CHARACTERS

”

Nimm von allem nur das Beste:
Nimm die besten Materialien
wie Gold und Diamanten. Engagiere
die besten Goldschmiede.

GEORG WELLENDORFF



DURCHBLICK

Georg Wellendorff sieht genau hin – und mit viel Zuversicht in die Zukunft. Links: Aufnahme eines Rings aus Wellendorff-Kaltemaille.



Georg Wellendorff eilt mit großen Schritten vom Atelier in den Showroom. In Vitrinen ist dort die glanzvolle Geschichte und Gegenwart des Unternehmens ausgestellt. Auch die berühmten Jahresringe etwa, von denen es seit 1997 regelmäßig eine neue Edition gibt. Oder die Wellendorff-Kordel, die aus 160 Meter feinsten, 18-karätigen Goldfäden besteht und die sich glatt und weich um den Hals ihrer Besitzerin schmiegt. Der Vater von Georg hat sie in den 70er-Jahren für seine Frau entworfen. Gemeinsam mit seinem Bruder Christoph führt Georg Wellendorff die Schmuckmanufaktur in vierter Generation. Doch zunächst lenkt er die Aufmerksamkeit auf eine weitere Kostbarkeit und zeigt auf die Butterbrezeln, die auf dem Konferenztisch für die Gäste bereitstehen, weit und breit gebe es keine besseren.

MIT HEISSER NADEL

Ein Mitarbeiter führt Lötarbeiten an einer der berühmten Wellendorff-Kordeln aus.



Herr Wellendorff, wie schafft man es, eine Firma über Generationen hinweg erfolgreich zu führen?

Es gibt ein Prinzip, das sich durch alle Jahrzehnte hindurchzieht, es ist der Leitspruch meines Urgroßvaters: „Nimm von allem nur das Beste. Nimm die besten Materialien wie Gold und Diamanten. Engagiere die besten Goldschmiede und Spezialisten und statte sie mit den besten Werkzeugen und Hilfsmitteln aus. Automatisch bekommst du den besten Schmuck und wirst zu allen Zeiten die besten Schmuckliebhaber auf der ganzen Welt begeistern.“

Wann haben Sie denn das erste Mal von dieser Maxime gehört?

Mit ungefähr zehn Jahren, von meiner Großmutter. Dieses Unternehmensmotto ist die Brücke, die die Generationen in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft verbindet.

Ihre Firma sitzt noch immer am gleichen Standort Pforzheim. Warum?

Pforzheim war und ist Deutschlands Schmuckmetropole. 70 Prozent des Schmucks in Deutschland stammen von hier, aus dieser Stadt. Es gibt hier eine der besten Goldschmiedeschulen der Welt. Wir stellen jedes Jahr Absolventen dieser Schule ein. Auch historisch gesehen bot die geografische Lage Pforzheims für unser Geschäft nur Vorteile.

Inwiefern?

Pforzheim ist nur 40 Kilometer von Baden-Baden entfernt. 1893, als mein Urgroßvater die Firma gegründet hatte, verbrachte dort die Hocharistokratie ihren Sommerurlaub. Mein Urgroßvater hatte das früh erkannt und präsentierte dort seine Kollektionen. Die Damen waren so begeistert von unserem Schmuck, dass sie ihn nach St. Petersburg einluden. So kam der Wellendorff-Schmuck an den Zarenhof.

Welche Märkte sind heute wichtig?

Neben Deutschland, Österreich und der Schweiz fokussieren wir uns auf drei Märkte: Europa, Nordamerika und Asien. Länder wie Brasilien, Indien, Saudi Arabien, die große Schmuckmärkte sind, lassen wir außen vor.

Warum?

Wir können nicht sehr viel mehr herstellen als jetzt, und wir wollen uns auch nicht personell vergrößern. Wir haben derzeit 120 Mitarbeiter, davon 80 in der Manufaktur. Ich habe mit allen Mitarbeitern pro Tag ein- bis zweimal Kontakt. Mich mit ihnen auszutauschen, macht mir Spaß. Ich kenne sie alle mit Namen und weiß, wo sie wohnen, bei manchen kenne ich sogar die Lebenspartner persönlich. Bei einer Betriebsgröße von mehr als 120 Angestellten, wird es schwierig, so einen familiären Geist zu pflegen.

Sie führen das Unternehmen zusammen mit Ihrem Bruder Christoph. Er kümmert sich um die Kunden, Sie um die Produktion. Hatten Sie nie den Wunsch, etwas ganz anderes zu machen?

Nein. Mein Bruder und ich sind beide früh in diese Welt eingeführt worden: Unsere Eltern nahmen uns mit zu den Messen und ins Atelier. Wenn Kunden nach Hause kamen, haben wir am Tisch serviert. Außerdem sahen wir, dass unsere Eltern Spaß an ihrem Beruf haben. Warum sollten wir also etwas anderes machen wollen?

Streiten Sie sich mit Ihrem Bruder?

Wir sind keine Übermenschen. Aber jeder von uns hat in seinem Bereich das letzte Wort – und wir verfolgen das gleiche Ziel, nämlich die Firma voranzubringen.

Aber wie? Sie wollen die Belegschaft nicht erhöhen und kein Fremdkapital aufnehmen.

Wir wollen schwäbisch wachsen. Unter Wachstum verstehen wir, die wahren Werte des Unternehmens zu internationalisieren. Ein Beispiel: Für unsere Jahresringe gibt es Sammler, die jede Edition zu einem so frühen Zeitpunkt vorbestellen, dass selbst das Design noch nicht feststeht. In Zukunft wollen wir mehr solcher Produkte anbieten und diese international vertreiben.

Vorbestellungen für besondere Schmuckstücke kennt man aus der Haute Joaillerie. Warum legen Sie nicht so eine High-Class-Kollektion auf?

Die gibt es bereits. Aber wir machen sie nicht öffentlich. Mein Vater ist der Gralshüter unserer Edelsteine. Immer wenn wir ihm einen wertvollen Stein entlocken können, machen wir zusammen mit unseren Spezialisten daraus ein besonders schönes Schmuckstück.

Wer kauft diese Unikate?

Das sind Wellendorff-Liebhaber und Sammler, die sich an solchen Schmuckstücken erfreuen.

Die Wurzeln der Schmuckbranche reichen bis in die Antike zurück. Kann man überhaupt noch etwas ganz Neues ausprobieren?

Natürlich. Wir haben unter unseren Mitarbeitern viele echte Tüftler. Wir bekamen einmal eine Kordel zugeschickt, die in einer Tresortüre eingeklemmt worden war. Als wir sie begutachteten, riss plötzlich der Himmel auf und ein Sonnenstrahl brachte die defekte Stelle zum Glitzern wie einen Diamanten. Diese Reflexion hat einen unserer Mitarbeiter nicht mehr losgelassen. Zwei Jahre später kam er zu mir und zeigte mir, was er entwickelt hatte: Durch eine spezielle Drehung der Kordel hatte er es geschafft, das Glitzern des Sonnenstrahls nachzuempfinden. Diese Innova-

“
Wir wollen die Kundin ihr ganzes Leben lang mit unserem Schmuck glücklich machen.

GEORG WELLENDORFF



RUNDE SACHE

Oben: Georg Wellendorff prüft Fotografien. Links: Eine Zeichnung des Amuletts Goldschatz mit der Kordel Sonnenglanz.

tion war nur durch sein handwerkliches Können und seine Erfahrung mit dem Material möglich. Man hätte diese Entwicklung niemals am Computer simulieren können. Die neue Kordel, die wie Tausende Diamanten glänzt, nennen wir Sonnenglanz. Sie ist einer unserer Bestseller.

Sie haben auch gerade ein neues Amulett vorgestellt.

Ja, das Amulett Goldschatz. Der Diamant scheint zu schweben, man sieht keine Fassung. Er ist in einen Edeltopas eingefasst – und man hat den Eindruck, dass der Stein ins Wasser gefallen ist und das Wasser nun Wellen um den Stein zieht. Brillanten zum Schweben zu bringen, ist ein uralter Goldschmiedetraum. An so einer Fassung arbeiten wir schon seit Jahren.

Haben Sie diese neue Technik patentieren lassen?

Nein. Wir glauben, dass diese Technik so kompliziert herzustellen ist, dass kein anderer außer uns sie in dieser Perfektion hinkommt.

Was kostet dieser Amulett-Anhänger?

In Gelbgold 19.700 Euro.

Ein stolzer Preis.

Die ganze Familie Wellendorff ist überzeugt, dass sich zu allen Zeiten Kunden finden werden, die diese Exzellenz zu schätzen wissen.

Denken Sie daran, eine günstigere Linie unter Ihrer Marke aufzulegen?

Nein, das wollen wir nicht. Wenn man über das Thema nachdenkt, kommt man schnell zum Outsourcing. Das machen viele unserer Konkurrenten. Wir aber wollen in Deutschland herstellen und bleiben.

Es muss ja nicht immer Gold sein. Sie könnten eine Kollektion aus Silber auflegen?

Bei Silber haben Sie immer das Problem des Anlaufens. Deswegen ist Silber nicht mit unserer Unternehmensmaxime zu vereinbaren, immer nur das Beste zu nehmen. Wir wollen die Kundin ihr ganzes Leben lang mit unserem Schmuck glücklich machen. Und nicht nur sie, sondern möglichst auch die Generationen nach ihr.

Und was ist mit Taschen und Parfums? Viele Schmuckhersteller investieren in Accessoires und fahren gut dabei.

Ja, das ist richtig. Wir sind einer der ganz wenigen in der Branche, die ausschließlich Schmuck herstellen. Wir konzentrieren uns auf das, was wir am besten können: exklusiven Schmuck fertigen. Wir investieren lieber in die Detailarbeit und verbessern so lange, bis es perfekt ist. Uns geht es um Tiefe, nicht um Breite.