



## Unternehmen

# Chopard – Amalgam aus Fortschritt und Luxus

**Topmodels wie Carla Bruni, Letitia Casta, berühmte Filmschauspieler wie Isballe Huppert, Sigourney Weaver und weltberühmte Musikstars wie Anjelica Huston tragen die kostbaren Uhren und Juwelen der Genfer Firma. Qualität und Kreativität, aber auch menschliches Engagement zeichnen Chopard aus. VON VALESKA JANSEN**

**W**er kennt sie nicht, die «Happy Diamonds» von Chopard. Begonnen hat die Geschichte der frei schwebenden Diamanten mit einer Uhr. Zwischen zwei durchsichtigen Safirgläsern konnten sich die Diamanten frei bewegen, ohne das Zifferblatt zu beeinträchtigen. 1976 entwarf Chopard diese Herausforderung und gewann damit im gleichen Jahr die «Goldene Rose von Baden-Baden», einen heiss begehrten Preis für Uhrendesign. Dies war der Auftakt zu einer grossen, erfolgreichen Schmuckkollektion. In Kettenanhängern, in Armbändern und in Ohringen tanzen noch heute die wertvollen Diamanten.

Ungewöhnlich ist der Werdegang dieses Luxusunternehmens: Es gehört zu den wenigen reinen Familienbetrieben, die noch nicht einer Aktionärspolitik weichen mussten.

### Geschichte des Familienunternehmens

1860 gründete Louis-Ulysse Chopard in Sonvillier im Schweizer Jura eine Manufaktur zur Herstellung von Präzisionsuhren.

1920 lässt sich Chopard in Genf nieder und legt den Schwerpunkt seiner Produktion auf die Herstellung von Luxusuhren.

Fast 100 Jahre nach der Firmengründung muss Paul-André Chopard, der letzte Uhrmacher seines Namens, erkennen, dass keiner seiner beiden Söhne die Familientradition übernehmen wollte. So verkaufte er 1963 seine Manufaktur an Karl Scheufele. Er gehörte zur dritten Generation einer Dynastie von Goldschmiedern und Uhrma-

chern aus der Goldstadt Pforzheim am Schwarzwald. Firmensitz blieb Genf, und Paul-André Chopard arbeitete dort bis zu seinem Tod im Jahr 1968.

Auch heute noch steht Karl Scheufele zusammen mit seiner Frau Karin an der Spitze des Unternehmens. Ihre beiden Kinder Karl-Friedrich und Caroline sind Vizepräsidenten mit eigenen Verantwortungsbereichen. So ist Caroline Gruosi-Scheufele für die «Haute Joallerie», Damenuhren, Design und Kreation sowie die Bereiche Parfums und Accessoires zuständig. Ihr Bruder Karl-Friedrich Scheufele leitet als ausgebildeter Goldschmied die Manufaktur in Fleurier, wo die «L.U.C.»-Uhrwerke entwickelt und realisiert werden.

### Uhr des Jahres und Innovationen

Nur mit der Herstellung eines eigenen Uhrwerks darf sich ein Unternehmen «Manufaktur» nennen. Hierbei müssen wirklich alle Einzelteile eines Uhrwerks selbst produziert werden. Nach drei Jahren harter Arbeit gelang 1996 mit der Uhr «L.U.C 1860» der Durchbruch. Aufgrund höchster Qualität und Präzision wurde diese Uhr von Fachjournalisten und Uhrenhändlern zur «Uhr des Jahres» gewählt. Dem Modell «L.U.C 1860» folgte im Jahr 1999 die «L.U.C Sport 2000», eine sehr maskuline und sportliche Uhr. Ein Jahr darauf wurde die «L.U.C Quattro» mit dem neuen «Kaliber 1.98» vorgestellt. Dieses Werk war eine Innovation auf dem Uhrensektor, denn seine vier Federhäuser (2 x 2 übereinander liegend) ermöglichen eine Gangreserve von neun Tagen.



Die L.U.C SPORT 2000 vereint Tradition, Eleganz und höchste technische Qualität. Wasserdicht bis 100 m.



L.U.C 4T: limitiert auf 1000 Stück in 18 Karat Rotgold und auf 100 Stück in Platin. Boden aus Safirglas.



L.U.C. «Tonneau» 3.97 mit erstem automatischem Uhrwerk in «Tonneau»-Form mit dezentriertem Mikrorotor.



Die L.U.C. 1860, auf 1860 Exemplare limitiert und mir einer individuellen Nummer gekennzeichnet.

Alle Modelle erhielten das «COSC» (Contrôle Officiel Suisse des Chronomètres). Der «COSC» ist ein unabhängiger und gemeinnütziger Verein, der vom Staat weder kontrolliert noch finanziell unterstützt wird. Vor dem «COSC» sind alle Werke gleich. Zunächst sind die Hersteller, die für ihre Werke die begehrten Zertifikate erhalten möchten, den genau festgelegten Bedingungen unterworfen: Alle Werke müssen eine Werknummer haben, lose sein, verpackt in zwei Schalenhälften aus transparentem Kunststoff. Automatikwerke müssen ohne Rotor eingereicht werden, die Uhren brauchen ein spezielles Prüfzifferblatt, darüber nur einen genormten Sekundenzeiger sowie gleich lange Aufzugswellen und genormte Kronen. Nach 15 Tagen Prüfung entscheidet sich bei jedem einzelnen Werk, ob es die Kriterien erfüllt und einen «Gangschein» erhält. Sollte ein Werk erhebliche Gangabweichungen zeigen oder gar stehen bleiben, schickt der «COSC» es unbeesehen an den Hersteller zurück.

Im Jahr 2001 gab es bei Chopard wieder eine Uhren-Weltpremiere: die «L.U.C. Tonneau» mit einem Formuhrwerk mit automatischem Aufzug, das perfekt auf das harmonisch gewölbte Gehäuse abgestimmt ist. Die «L.U.C. Tonneau» ist weltweit die bisher einzige Uhr, die ein Formuhrwerk mit Mikrorotor besitzt. Auch dieses Modell verfügt über zwei übereinander liegende Federhäuser und eine Gangreserve von ca. 65 Stunden.

#### Oldtimer-Affinitäten

Uhren-Sondermodelle machten Chopard weltberühmt, hauptsächlich begründet durch die grosse Vorliebe Karl-Friedrich Scheufes für Oldtimer.

Vor 16 Jahren trat Chopard das erste Mal als Sponsor des legendären Oldtimerrennens «Mille Miglia» auf. Seit 15 Jahren ist Karl-Friedrich Scheufele sogar selbst als «Rennfahrer» dabei, und die Verbindung zwischen Luxusuhren und schönen Oldtimern lag für ihn nahe: «Man sagt, dass Lieb-



L.U.C. GMT mit zweiter Zeitzeitanzeige, Gangreserve von 65 Stunden und Chronometerzertifikat von COSC.

haber von edlen Automobilen auch eine grosse Schwäche für kostbare Zeitmesser haben und umgekehrt. In beiden Bereichen spielen sportliche Eleganz und höchste Präzision eine grosse Rolle.»

Aus dieser Inspiration entstand die berühmte «Mille Miglia»-Kollektion, eine Linie sportlicher Chronographen mit Quarzuhrwerken für die Damenmodelle oder mit Automatikuhrenwerk. Das «Mille Miglia 2001»-Modell ist ein Automatik-Chronograph aus Titan mit einem Naturkautschukband im Original-«Dunlop-Racing»-Reifenprofil. Auf der Lünette ist ein Tachometer eingraviert, so wird das Ablesen der Geschwindigkeit ermöglicht.

Die Modelle der «Mille Miglia»-Kollektion sind inzwischen zu begehrten Sammlerstücken geworden und erreichen bei Auktionen Höchstpreise.

#### **Wohltätigkeit und Nachwuchsförderung**

Aber auch die Wohltätigkeit kommt bei Chopard nicht zu kurz: Im Jahr 1996 ent-

stand die Idee zur «José-Carreras-Uhr». Hintergrund war das Schicksal José Carreras, der 1987 an Leukämie erkrankt war und diese ein Jahr später besiegt hatte. Eine langjährige Freundschaft der Familie Scheufele zu José Carreras bewog die Freunde 1991 zur Gründung einer «Schweizer José-Carreras-Stiftung» zum Kampf gegen Leukämie. Ziel dieser Stiftung war und ist die Unterstützung von Wissenschaft und Forschung sowie Erfolg versprechender wissenschaftlicher Projekte. Die Stiftung soll ausserdem helfen, Wege zur Verbesserung der Behandlungsmöglichkeiten zu finden und die Anzahl der bestehenden Transplantationseinheiten zu erhöhen.

Eine erste limitierte Version von 250 Stück der «José-Carreras-Uhr» wurde zum Verkauf angeboten. Sie trägt auf der Gehäuserückseite die Gravur der Wiener Staatsoper und den Schriftzug José Carreras. Eine zweite, ebenfalls auf 250 Stück limitierte Version wurde 1997 der Deutschen Staatsoper Berlin gewidmet. Diesmal



L.U.C. GMT mit zweiter Zeitzeitanzeige, Gangreserve von 65 Stunden und Chronometerzertifikat von COSC.



Die Familie Scheufele führt seit 1963 die Geschicke dieser renommierten Firma.

ziert den Gehäuseboden das Abbild der Staatsoper Berlin, und die Anzeige der Gangreserve des Herrenmodells wird durch

vier Noten dargestellt. Erstmals wurde auch eine Damenuhr in limitierter Auflage von 250 Stück angeboten. Aus dem Verkauf dieser Uhren konnte der stolze Betrag von 250 000 Franken der Stiftung übergeben werden.

Die Nachwuchsförderung wird grossgeschrieben. Seit 2001 unterstützt Chopard in Cannes die Filmindustrie mit der «Chopard-Trophäe für Innovation im Film», die an junge männliche und weibliche Entdeckungsschauspieler verliehen wird.

Seit 1998 war Chopard erstmals offizieller Partner der Internationalen Filmfestspiele in Cannes. Ein grosses Ziel war dabei die Neugestaltung und Produktion der «Palme d'Or». Während des Festivals wählen zahlreiche Schauspielerinnen und berühm-

te Persönlichkeiten Schmuck von Chopard für offizielle und inoffizielle Gelegenheiten. Berühmtheiten wie Angie Everhart, Jerry Hall, Salma Hayek, Gong Li und Greta Scacchi, um nur einige zu nennen, glitzern bei ihrem Aufstieg über den roten Teppich zum Filmpalast in Chopard-Juwelen. Auch auf den zahlreichen Parties und Cocktails dürfen die kostbaren Meisterwerke nicht fehlen.

Bemerkenswert ist heutzutage die geschlossen starke Verbundenheit der Familie Scheufele zum Unternehmen. Was ist das Geheimnis dieser erfolgreichen Unternehmerfamilie?

Wir stellten Frau Caroline Gruosi-Scheufele (CGS) fünf Fragen dazu. Lesen Sie das Interview unten.

## INTERVIEW mit Caroline Gruosi-Scheufele

**WOW: Wann wurde Ihnen klar, dass Sie im Familienunternehmen arbeiten wollen? Oft ist es ja so, dass die Kinder ganz andere Berufsvorstellungen haben, als ihre Eltern es sich wünschen.**

**Caroline Gruosi-Scheufele:** Eigentlich war mir von Anfang an klar, dass ich im Familienunternehmen arbeiten möchte. Sicherlich hatte ich als Kind verschiedene Berufsvorstellungen, doch ich wuchs mit den Uhren auf, und so habe ich mit sieben Jahren bereits meine erste Uhr gebastelt. Mein Vater war im Krankenhaus, und ich entwickelte ihm aus orangefarbenem Krepppapier eine Uhr. Die Diamanten waren aus zer-

**«Eigentlich war mir von Anfang an klar, dass ich im Familienunternehmen arbeiten möchte.»**

knüllter Alufolie. Den Schriftzug Chopard habe ich damals aber falsch geschrieben: es stand «Chopin» drauf, weil ich den Namen vom Klavierunterricht kannte und dachte, das sei dasselbe.



**Woher bekommen Sie Ihre Inspirationen?**

**CGS:** Da ich sehr viel reise, nehme ich einige Ideen von den verschiedenen Ländern und Kulturen, doch vieles entnehme ich auch aus der Architektur, der Mode oder der Natur.

**Ist es nicht manchmal kompliziert sich bei der Familie durchzusetzen?**

**CGS:** Sicherlich sind nicht immer alle Fami-

lienmitglieder gleicher Meinung, doch dies ist auch der Reiz an neuen Projekten und Ideen. Wenn man jedoch alle überzeugen konnte, sind auch alle zufrieden ...

**Haben Sie Kinder? Wie wichtig ist Ihnen deren Einstieg ins Unternehmen?**

**CGS:** Nein, ich habe bis jetzt noch keine Kinder, nur sieben Hunde.

**Wie man aus den Medien weiss, nehmen Sie ja an zahlreichen öffentlichen Veranstaltungen teil, kommt da das Privatleben nicht oft zu kurz?**

**CGS:** Klar ist es nicht immer einfach, das Privatleben und die öffentlichen Auftritte unter einen Hut zu bringen vor allem wenn viele Events in die gleiche Zeit fallen wie beispielsweise «Cannes» und die «Mille Miglia». Doch mein Mann Fawaz Gruosi, welcher selber auch sein Uhren- und Schmuckunternehmen «De Grisogono» führt, und ich versuchen diese Reisen zu kombinieren, damit wir uns so oft wie möglich sehen.

**Vielen Dank für Ihre Zeit und das offene Gespräch.**