

LEBENSWELT



Andreas Hentschel in seiner Manufaktur in Eppendorf. Wie seine vier Meister arbeitet auch er zwischen drei bis sechs Monaten an einer Armbanduhr

Anachronist der Zeitmesser

Andreas Hentschel fertigt in Eppendorf klassische Armbanduhr in hanseatischer Tradition. Nun errichtet er Hamburgs Uhrmachergeschichte ein Museum

■ 1988 begann er mit 5000 Mark Starthilfe von seiner Oma. Heute fertigt er Uhren für Kunden auf der ganzen Welt

■ Seinen Hamburg-Botschafter aus Schiffsschrauben-Bronze trägt auch der Kapitän der „Queen Mary II“

MARIA BAUFELD

Als der Allgegenwart der Zeitmessung gibt es kein Entkommen – auf Handys und Bildschirmen umgeben uns digitale Anzeigen. „Man braucht heute keine Armbanduhr mehr“, sagt Andreas Hentschel. „Eine Uhr ist reiner Luxus, ein emotionales Bekenntnis.“ Und weil er sich nicht einfach zwischen Nutzen und Nimbus verorten lassen will, versinkt er sogleich in der Geschichte der Zeitmessung, spricht über die Bedeutung von exakten Chronometern für die Entwicklung der Hanse und den Zeitzeugen der Moderne: der Uhr auf dem Everest, dem Mond, der „Kon-Tiki“. Es sind Geschichten von Autoren und Tiefseetauchern. Eine ganze Welt aus Abenteuern, die verständlich macht, warum vor allem Männer mit Vorliebe in ihr Handgelenk investieren. Die Uhr ist das letzte Rudiment des Überlebenskünstlers und allzeit bereiten MacGyvers. Oder wie Dieter Bohlen sagen würde: Mit dem Porsche kann man nicht in die Diskothek rein fahren.

Hentschel liebt den Anachronismus seines Handwerks, das versunkene, auf einen hundertstel Millimeter genaue Arbeiten. „Am Anfang sammelt man mit einer Pinzette Mohn von Brötchen und ist total fertig. Später ist es wie Meditation.“ Es ist eine Tätigkeit, die einer Zeit entspringt, in der es noch keine Navigationssysteme gab. Eine Zeit, in der ein ungenaues Chronometer ein Schiff auch mal den falschen Kontinent ansteuern ließ, eine Zeit ohne Roboterarme und Reinräume. Dabei widersetzt er sich der Marketingmaschinerie, die nahezu alle großen Traditionsuhrmacher von Glashütte bis Genf zu Lifestylekonzernen mit Fließbandproduktion werden ließ.

Hentschel will nicht cool sein oder se-

xy. Er will keine Marke sein, und er will nicht wachsen. Darin liegt freilich noch mehr Anachronismus. Eine Ironie, die dem Humor des 45-Jährigen entgegenkommt. „Es ist für mich eine bewusste Entscheidung, klein zu bleiben.“ Dass es bislang schon vier Übernahmeangebote in zweistelliger Millionenhöhe gab, amüsiert ihn. „Ich bin schon stolz, dass man es in Eigenregie schaffen kann, so viel wert zu sein. Aber ich habe daran kein Interesse.“ Hentschel will auch in Zukunft jede Uhr und jeden Kunden kennen. „Ich weiß, das klingt befremdlich, aber vielleicht hören diese Angebote dann ja auch endlich auf.“ Es sei ihm nämlich immer so furchtbar unangenehm, sie abzulehnen.

Eigentlich wollte Hentschel Geschichtslehrer werden und begeisterte sich auf der Hochschule auch einige Semester für Psychologie. Doch der junge Student wollte lieber mit den Händen arbeiten, entdeckte die mehr als 200 Jahre alte Uhrmachertradition Hamburgs und schwenkte um. Bereits als 23-Jähriger wagte er die Selbstständigkeit – mit 5000 Mark von seiner Oma und 3000 Mark Dispo. Heute hat er sich mit seiner Manufaktur in Eppendorf internationales Renommee erworben. Mit vier Uhrmachern fertigt er jährlich maximal 200 Einzelstücke, deren Zifferblätter seinen Namen zieren und auf die er zehn Jahre Garantie gewährt.

Das Herz einer jeden Hentschel-Uhr ist dabei immer ein historisches Werk, das der Hamburger zuvor in Archiven aufstöbert und dann Stück für Stück auseinander nimmt, restauriert und veredelt. Dabei wird jeder Schritt mit dem Käufer abgestimmt, und dieser kann auch selbst sein Wunschobjekt, das Hentschel gerne „die Uhr fürs Leben“ nennt, mitgestalten. Viele seiner prominenten Kunden haben von diesem Angebot Gebrauch gemacht: Friedrich von Thun, Max Herbrechter und Uwe Friedrichsen übernahmen zahlreiche Arbeitsschritte unter Anleitung selbst.

„Viele Kunden bringen Aspekte ihres Lebens mit ein. Ein Kunde wählte zum Beispiel ein Uhrwerk aus dem Geburtsjahr seines Vaters“, erzählt Hentschel, der das Werk dann in ein schlichtes Dreihäuser aus Gold oder Stahl bettete. Drei Modelle bietet er an: Runde, bis aufs Minimum reduzierte Klassiker mit einem von Hentschel entwickelten Wechselsys-

tem für das Armband und einem gewölbten Spezialglas, das den Schattenwurf minimiert. Los geht es bei 4000 Euro.

„Mich interessiert nur das Klassische, das bleibt.“ Alles Aufsehen erregende ist eliminiert: kein Diamantbesatz oder andere modische Exzentrizitäten. „Deshalb schaut das Gucci-Klientel an meinen Uhren auch vorbei“, sagt Hentschel. Er ist damit zufrieden, dass Poptitanen in seinem Sortiment üblicherweise nicht fündig werden: „Bling-Bling passt nicht zu mir. Meine Kunden wollen nicht, dass man mit einem Blick auf das Handgelenk den Wert feststellen kann.“

Im Eingang seines Ateliers steht ein Mikroskop, das durch den Glasboden einer seiner Armbanduhrn blickt. Es zeigt die polierten Zähne und Federn, bis zu 360 Teile, auf einem Fernseh Bildschirm in 50-facher Vergrößerung. Er bewegt die flache Scheibe und lässt die Kamera verschiedene Winkel abbilden: Die Unruh wird sichtbar, die beim Greifen in die

soll es wechselnde Ausstellungen mit insgesamt 100 „Zeitzeugen“ geben. Dazu kommen alle drei Monate Highlights: Reinhold Messner wird als erster Referent ein Wochenende lang über seine Everest-Besteigung mit einer Enicar Sherpa berichten. Der Rolex-Historiker Peter Kotzan hat sich angesagt, und der Autor Benno Richter wird die Pilotenuhr Breitling Navitimer in den Fokus rücken. Der Eintritt soll kostenlos sein. „Es ist mein Anliegen und meine Leidenschaft. Ich will damit kein Geld verdienen“, erklärt Hentschel, der vor allem Liebhaber ansprechen will. Für Uhrmacher in der Ausbildung gibt es sogar kostenlose Wochenendworkshops. Der interessierte Normalbürger darf auch Kurse belegen, muss aber zahlen.

Hentschels letzter Coup war die Entwicklung des Modells Hamburg Botschafter, das Reeder gerne als Geschenk für ihre Offiziere bestellen – auch der Kapitän der „Queen Mary II“, Robert

„Es ist mein Anliegen und meine Leidenschaft. Ich will damit kein Geld verdienen“

Andreas Hentschel

Zahnräder das Ticken erzeugt. „Hier entsteht die Zeit“, sagt Hentschel lächelnd. Er möchte seinen Kunden die Technik erklären können – auch da ist wieder der Pädagoge erkennbar. Auch er selbst sieht sich weniger nur als Handwerker oder Unternehmer, sondern vielmehr als Bewahrer der Uhrmacherkunst und Vermittler des Wissens.

So sind seine Pläne eines 500 Quadratmeter großen Uhrenmuseums fast eine logische Konsequenz. In dem Eckhaus in der Geschwister-Scholl-Straße, in welchem auch sein Geschäft und seine Arbeitsräume untergebracht sind, entstehen Ausstellungsräume für seine Sammlung. Er möchte seine Heimat an die Rolle als einstige Uhrenmetropole erinnern: „Hamburg ist eine Uhrenstadt. Von hier aus gingen die Meister nach Glashütte, uns ahmten die Schweizer nach. Aber die wenigsten wissen das“, erklärt Hentschel. Starten will er im Sommer mit rund 30 Exponaten, dann

Camby, gehört dazu. Ebenso wie sein Museum nennt Hentschel die Kleinserie aus Schiffsschraubenbronze „eine Hommage an die Blütezeit der hanseatischen Chronometrie“. Schon bald könnte sogar Queen Elizabeth eine Uhr aus Hamburg tragen. Hentschel stellt der Monarchin seine Kreation im Juni in Ascot vor.

Weibliche Trägerinnen sind bei ihm mit geschätzten 20 Prozent noch in der Minderheit. „Das liegt natürlich an ihrer Schlichtheit. Aber meine Kundinnen sehen ihre Uhr als zeitlosen Klassiker, wie das Kleine Schwarze oder als Erbstück wie eine Perlenkette. Das gefällt mir.“ Seinen Slogan „Zeit für wahre Werte“ findet er selbst etwas überbeansprucht: „Aber, wenn man Abramowitsch heißt, was sind dann noch Werte? Wenn die Yacht zehn Meter länger ist?“ Für Hentschel sei wahrer Luxus die Reduktion auf Qualität: „Es sind Dinge, die uns über Generationen begleiten. Ein Image kann das nicht.“