Text **Nick Foulkes** Fotos **Ben Hoffmann**

AMERICAN DREAM

Hank Edelman avancierte vom Botenjungen im New Yorker Patek Philippe Büro zum Leiter der US-Niederlassung. Hier erinnert er sich, wie das Genfer Unternehmen es mit den USA aufnahm – und sich durchsetzte

Zu Beginn der 1960er Jahre war Amerika der König der Welt. Seine ökonomische, militärische und ideologische Macht war unanfechtbar. Seine Bürger fuhren große, glänzende Autos, liebten sich zu den Klängen von Frank Sinatra, und die einzige Wolke am klaren blauen Himmel waren die Kondensstreifen der neuen, grazilen, stiftartigen Passagierflugzeuge von Boeing und Douglas, die mit unvorstellbarem Tempo von Küste zu Küste düsten.

Wer in dieser glorreichen Morgenröte der globalen US-Dominanz von vor 50 Jahren Amerikaner war, lebte in einem Land unbegrenzter Möglichkeiten. So empfand es zumindest der 19-Jährige, der sich im Januar 1961 an seinem ersten Arbeitstag in einem Büro an der Ecke 48. und Fifth Avenue vorstellte.

Diese Adresse in New Yorks geschäftiger Midtown war das Domizil der Henri Stern Watch Agency. Der gut aussehende junge Mann, der hier seinen Job als Botenjunge antreten und Uhren in ganz Manhattan ausliefern sollte, war Hank Edelman – ein Mann, der später Präsident von Patek Philippe U.S.A. werden sollte. Vielleicht war er weniger nervös als die meisten jungen Männer am ersten Arbeitstag, denn die Henri Stern Watch Agency kannte er gut. Seine Familie war in den späten 1940ern aus der Schweiz emigriert, und sein Vater hatte über ein Jahrzehnt als einer der hochqualifizierten Uhrmacher des Hauses hier gearbeitet.

Die Henri Stern Watch Agency, gegründet 1936 von ihrem Namensgeber und Spross der Besitzerfamilie von Patek Philippe, war eine kleine, eingeschworene Gruppe von 18 Leuten. Der kleine Hank hatte seinen Vater stets am Kolumbus-Tag im Büro besucht, um sich vom Fenster aus die Parade anzuschauen, und im Laufe der Jahre hatte Henri Stern ihn zu einem intelligenten und fleißigen jungen Mann heranwachsen sehen.

Ende der 1950er war Henri nach Genf zurückgekehrt, um im Hauptsitz der Firma die Führung zu übernehmen; das New Yorker Büro übergab er der Obhut des dänischstämmigen Einar Buhl und seines Vizepräsidenten Werner

Sonn, denen er auch Hank anvertraute. Zunächst übertrugen sie ihm langweilige und monotone Aufgaben. „Wir hatten kleine Damenuhren mit Wildlederbändchen, und es war eine Qual, sie an den Uhren anzubringen, sehr schwierig, sehr ermüdend. Doch es gehörte nun mal zum Job.“

Immerhin war er nicht allein. Ab 1965 half ihm Philippe Stern, der Sohn Henris, der natürlich später einmal die Firmenleitung übernehmen sollte. „Bis heute finde ich es wunderbar, dass Philippe Sterns Vater meinte, um die Welt der Uhrmacherei wirklich zu verstehen, müsse er einen wichtigen Markt kennenlernen und eigene Erfahrungen machen. 30 Jahre nach Philippes Aufenthalt hier war es Zeit für seinen Sohn Thierry, ins Geschäft einzusteigen, und Philippe glaubte, so wäre es auch für seinen Sohn das Beste. Also kam Thierry Stern in den frühen 1990ern zu uns und musste Bänder an Armbanduhren anbringen, genau wie Philippe und ich damals.“

Dass Einar Buhl und Werner Sonn ihn wie einen eigenen Sohn behandelten, zeigte, wie viel sie sich von Hank versprachen, und neben seiner Alltagsarbeit – Uhren mit Armbändern zu versehen und von Patek Philippes neuer Adresse im Rockefeller Center aus Botengänge zu den Händlern Manhattans zu machen – lud man ihn auch zu wichtigen Strategiesitzungen ein. „Es war ein Riesenglück für mich, bei Einar Buhl in eine Art Lehre zu gehen. Er erlaubte mir, an allen Marketing-Diskussionen teilzunehmen, und brachte meine Ideen für Werbestrategien und PR-Material ein. So erhielt ich wertvolle Einblicke und lernte, Kommunikationskonzepte zu entwickeln.“

Bald war ihm klar, dass die Kommunikation das Leitmotiv seiner Arbeit werden würde. Obwohl Patek Philippe bereits seit über 100 Jahren in den USA Uhren verkauft hatte, als Hank in die Firma eintrat, weiß er noch, wie schwierig es war, die spezifische Botschaft der Patek Philippe Qualität zu vermitteln. „Unsere größte Herausforderung in den 1960ern war letztlich genau die gleiche wie heute: den Leuten klarzumachen, was wir eigentlich tun. Die Juweliere wussten die extrem hohe Präzision und hohe Fertigungsqualität unserer Uhren nicht zu schätzen.“ So seltsam es heute klingen mag, für viele Händler jener Zeit waren Uhren „ein notwendiges Übel“. Während bei einem Schmuckstück wenig „schief laufen“ konnte, fürchteten die Juweliere, der Verkauf von Uhren würde viel Kundendienst nach sich ziehen. Und auch die beste Werbung konnte da nur begrenzt Erfolg haben.

„Damals machte ich die ersten Reisen mit Einar Buhl.“ Hank zeichnet das Bild eines verschwundenen Amerikas, in dem eine Reise über Staatsgrenzen hinweg ein Großereignis war. Es blieb einem nichts anderes übrig, als die gesamte Kollektion in einen Koffer zu packen und loszufahren. Zu Henri Sterns Zeit waren das akribisch geplante, an den Zugfahrplänen der Nation ausgerichtete Acht-Wochen-Touren. Doch Hank lebte im Jet-Zeitalter.

„Ich weiß noch, dass ich meinen allerersten Flug, von New York nach Buffalo, in einem Düsenjet erlebte. Jets waren damals was ganz Besonderes, und ich fühlte mich wie im Himmel – eine völlig neue Erfahrung.“ In den folgenden Jahren wurden die Flughäfen der USA ihm jedoch nur allzu vertraut. „Kein Händler hätte eine Uhr gekauft, ohne sie gesehen, am Gelenk gespürt, in der Hand gehalten zu haben. Doch wenn man sie besuchte, ging es um die Frage, wie viel sie in den Warenbestand investieren wollten, und das war ein Kampf, denn man musste sie wirklich überzeugen. Das Patek Philippe Konzept zu verkaufen, die Händler in diesem Sinne zu erziehen, war Einars Stärke.“

Doch so stark die Verkaufsargumente des Chefs waren, für seine Sehkraft galt das nicht. „Leider sah er sehr schlecht und hatte Probleme, die Uhren herauszusuchen. Er redete über ein Modell, wusste aber nicht, welche Uhr im Schaukasten es war“, erinnert sich Hank lächelnd. „So war es meine Aufgabe, die Uhr herauszunehmen und dem Händler vorzuführen, ihm die Details zu zeigen, die das Besondere ausmachten.“ Das Besondere lag stets in der Präzision. „Eins darf man nie vergessen: Damals wollten die Händler, dass Uhren die Zeit anzeigen. Heute sind wir verwöhnt; die Zeit ist für uns allgegenwärtig, und beim Tragen einer Uhr geht es eher um die Frage, woran wir Freude haben, um das Kunstwerk, als um die reine Zeitanzeige. Damals gab es für den Kunden zwei Kriterien: erstens, wie genau ist die Uhr, zweitens, wie viele Rubine besitzt sie?“ Hank erinnert sich, dass die damaligen US-Connaisseure mindestens 18 Rubine auf ihren Uhren sehen wollten. „Das war für uns selbstverständlich, denn Edelsteine sind die Dreh- und Angelpunkte der Zeitmessung. Doch in ihren Augen standen Rubine für einen Wert.“

Der Moment des Durchbruchs für Hank kam mit der Einführung der Ellipse d'Or in der zweiten Hälfte der 1960er. „1968 entwickelten wir ein neues Design – die Ellipse d'Or – die viele Jahre unser Flaggschiff war. Sie war innovativ, sie war anders. Wir hatten uns etwas einfallen lassen, das unverwechselbar Patek war und zugleich eine klassische Note besaß – das Prinzip der Ellipse d'Or geht zurück auf die griechische Antike – ein Design, das die Aufmerksamkeit der Händler und dann auch der Kunden erregte.“

In der zweiten Hälfte der Folgedekade hatte die Einführung der Nautilus einen ähnlichen Effekt auf das Renommee Patek Philippes in den Augen amerikanischer Uhrenkäufer. Der größte Sprung nach vorn – und nicht nur in den USA – sollte jedoch in den trübsten Tagen der Uhrmacherkunst erfolgen, den Krisenjahren der späten 1970er bis zu den frühen 1980ern, als es so aussah, als würden Währungskursschwankungen und die Schwemme billiger elektronischer Uhren aus Asien die Haute Horlogerie der Schweiz ruinieren. Verschlimmert wurde die Krise durch konjunkturelle Turbulenzen und gestiegene Ölpreise.

Zu dieser Zeit genoss Hank in der Uhrenbranche hohes Ansehen und war mit den meisten wichtigen US-Händlern freundschaftlich bekannt. „Mindestens ein halbes Dutzend trat an mich heran und sagte im Prinzip das Gleiche: ‚Was werden Sie tun, wenn Ihr Unternehmen keine Uhren mehr fertigt?‘ Sie waren überzeugt, die Ära mechanischer Uhren sei vorbei. Doch die Stern-Familie – und in sie hatte ich größtes Vertrauen – glaubte damals daran, dass es eine Zukunft gab, und kämpfte dafür.“

Tatsächlich holte man bereits zum Gegenschlag aus, und in Genf wurde an einer Geheimwaffe gearbeitet, die im Krieg gegen Quarzuhren das Blatt wenden sollte: die Calibre 89, vermutlich die bedeutendste aller in den letzten beiden Dekaden des 20. Jahrhunderts gefertigten Uhren. Erfolgreich etablierte sie Patek Philippe als maßgebende Instanz der Haute Horlogerie und machte Uhrenkäufer in Amerika erstmals mit dem Begriff der Komplikation bekannt. Natürlich hatten bereits Sammler wie Packard und Graves komplizierte

Vorangehende Seiten: Hank Edelman 2011 in New York und 1946, bevor seine Familie die Schweiz verließ. Oben, von links: bei einer Patek Philippe Ausstellung in Florida 1975; mit Einar Buhl nach dessen Pensionierung in Dänemark 1973; auf dem Genfer See mit Henri Stern, 1969

Oben links: Hank und Leslie Edelman (ganz rechts) mit Philippe und Gerdi Stern in Bear Mountain, NY, kurz bevor die Sterns im Juni 1966 nach Genf zurückkehrten. **Rechts:** Hank mit Thierrys älterer Schwester Christine Stern, 1969 im Genfer Domizil der Sterns

EIN ALTES, SCHLICHTES MODELL WAR FÜR HANK PERFEKT, UM SEINEN KUNDEN DIE BLEIBENDEN WERTE VON PATEK PHILIPPE ZU ERKLÄREN

Armbanduhren bestellt. Doch mehr als ein halbes Jahrhundert war vergangen, seit Graves seine legendäre Taschenuhr in Empfang nahm und eine neue Generation von US-Magnaten bereit war, sich von der virtuosen Uhrmacherkunst des ehrwürdigen Genfer Hauses beeindrucken zu lassen. Zum 150. Jubiläum Patek Philippes wurde die superkomplizierte Calibre 89 vorgestellt, eine Uhr, die die Möglichkeiten der Graves-Uhr von vor 56 Jahren bei weitem übertraf, und eine Auktion historischer Modelle veranstaltet. Hank erinnert sich, wie elektrisierend beides auf den Markt wirkte.

„Er explodierte einfach. Zur Feier des 150. Jahrestags lancierten wir Uhren in limitierter Auflage: die Offiziersuhr Ref. 3960 und die Springende Stunde Ref. 3969. Wir hatten uns schon vor der Auktion bemüht, diese Uhren zu verkaufen, aber die Zurückhaltung war groß. Die Händler begriffen sie nicht: Die Jubiläumsmodelle waren überdurchschnittlich teuer. Doch nach der Auktion waren sie plötzlich hoch begehrt, denn nun sagten die Leute: ‚Ja, das möchte ich haben', unter dem Aspekt des Sammelns. Die Kombination des Interesses, das die Calibre 89 erregte, und der Bekanntheit infolge der Anfangsauktion schlugen enorm zu Buche."

Seit 1967 waren für Patek Philippe America Ausstellungen wichtig, die die Kultur der Uhrmacherei bis in ungewöhnliche Orte trugen. Hank erinnert sich, dass er einmal 40 Minuten von Larry King interviewt wurde, der damals eine populäre Radiosendung in Florida moderierte. Anfang der 1990er war Amerika geradezu verliebt in die Geschichte Patek Philippes, und als 1992 die Calibre 89 in Weißgold marktreif war, beschloss Hank, eine wichtige Schau in Oklahoma, Nebraska zu präsentieren – nicht eben, was man sich gemeinhin unter einem Eldorado der Haute Horlogerie vorstellt. Doch Hank wusste es besser.

„Der legendäre Unternehmer Warren Buffett hatte gerade einen unserer Händler aufgekauft." Buffett trug eine klassische Calatrava Ref. 3919, und als guter Händler und Partner Patek Philippes war er bei der Schau anwesend. „Ich weiß noch, dass ich selbst die weißen Handschuhe trug", erinnert sich Hank. „Ich bat Mr. Buffett, Platz zu nehmen, legte die Calibre 89 in seine Hand, und der Fotograf machte ein Bild. Es erschien in etwa 160 US-Zeitungen, und die Unterschrift lautete: ‚Der Milliardär mit der Sechs-Millionen-Dollar-Uhr' – dafür boten wir sie an –, was uns zu ungeheurer Publicity verhalf." Über Buffett sagt er: „Er ist ein sehr bodenständiger, zurückhaltender Gentleman und musste überredet werden, eine Patek zu tragen." Damit hätte Hank ebenso gut sich selbst beschreiben können.

Auch wenn Hank Edelman wohl der Architekt vieler erfreulicher Erfolge Patek Philippes in den USA ist, wäre er der letzte, der das sagen würde. Vielmehr spielt er – wie die Stern-Familie, der er ein Arbeitsleben von mehr als einem halben Jahrhundert widmete – seine eigene Mitwirkung an der Erfolgsgeschichte von Patek Philippe im 20. Jahrhundert herunter. Vielleicht besonders beredt ist in dieser Hinsicht die Wahl seiner Armbanduhr. Den Großteil der Jahre, in denen er die US-Niederlassung leitete, las er die Zeit an einem alten Modell im Stil der Ref. 96 (Ref. 2545) mit verschraubtem Boden ab, das bereits ein echtes Vintage-Stück war, als er es in den frühen Siebzigern einem Juwelier abkaufte. „Diese Uhr habe ich etwa 30 Jahre getragen. Und das bedeutete mir viel; für mich verkörperte sie alles, worum es bei uns geht: eine Uhr, erstmals verkauft 20 Jahre, bevor ich sie erwarb, und doch war sie bildschön, funktional und tat einwandfrei ihren Dienst." Während ein extravaganterer Chef eines Uhrenhauses sich vielleicht für das neueste und komplizierteste Modell entscheiden würde, war für Hank ein altes Modell mit schlichter Stunden- und Minutenanzeige perfekt, um seinen Kunden die wahren und bleibenden Werte von Patek Philippe zu erklären.

„Ich habe sie noch immer, trage sie nur nicht mehr so oft", fährt er fort. „Jetzt trage ich ein Modell in Stahl; eine Uhr, die zur Feier der Wiedereröffnung unserer historischen Werkstätten als Genfer Verkaufssalon herauskam. Mindestens 20 Jahre habe ich mich bei Philippe und Thierry Stern für die Einführung einer Calatrava in Stahl eingesetzt, und aus diversen Gründen entschieden sie sich dagegen. Doch zur Feier der Wiedereröffnung des Gebäudes beschlossen sie, eine limitierte Serie von Uhren aufzulegen und schufen diese Uhr, die von einem Museumsexponat namens Ref. 565 inspiriert ist. Dieses Modell, die Ref. 5565, war die perfekte Uhr für mich, und als ich vom Posten des Präsidenten zum Vorstandsvorsitzenden wechselte, erhielt ich sie als Geschenk. Meine goldene Uhr zur „Pensionierung" erwies sich als Stahlmodell – genau das, was ich mir immer gewünscht hatte!"

Im Uhrzeigersinn von oben links: Gerdi Stern (ganz links), Leslie und Hank Edelman am Genfer See 1969; Hank Mitte der 1970er; bei einer Patek Philippe Ausstellung 1975 mit Alan Banbery, Autor vieler Bücher über Patek Philippe; Hank beim Abendessen mit Valerie Banbery (rechts), Philippe Stern und Leslie Edelman