





MAXIMILIAN BÜSSER & FRIENDS HOROLOGICAL MACHINES

Tijdloze schoonheid

Op het toppunt van zijn carrière keerde Maximilian Büsser zijn succes de rug toe. Hij is één van die mannen die, bezeten van een verscheurende passie, voor het zotte avontuur kiest. De *horological machines* die hij sindsdien maakt, zijn mogelijk de meest merkwaardige horloges ooit ontworpen.

DOOR TIM VANDERJEUGD

Sinds de komst van de goedkope kwartsklokken maken horlogemakers hetzelfde mee als portretschilders bij de opkomst van de fotografie: hun onmiddellijke bestaansreden verdampt, hun vroegere klanten heulen met de 'vijand'. "Kwartzhorloges zijn tientallen keren kleiner, betrouwbaarder en accurater. Maar mijn klanten kopen geen tijd: ze kopen vakmanschap, interpretatie."

Misschien is de Maximilian Büsser wel de Zwitserse Michelangelo Buonarroti die de vlag van de renaissance van het mechanische uurwerk voert – hun initialen hebben beide heren alvast gemeen. Büsser werkt samen met zijn 'friends' en verbindt zo vakprecisie uit onder meer de luchtvaart en de geneeskunde met het metier van uurwerkmaker. Het resultaat: singuliere,

ruimtetuigachtige constructies, ontsproten uit een soort microscopische, hypercreatieve paringsdans van bevlogen technenuten. Niet de minsten, overigens: Peter Speake Marin (Harry Winston), Eric Giroud (Bertolucci, Harry Winston) en Jean-Marc Wiederrecht (Agenhor) dienen dagelijks als klankbord voor de ambitieuze, maar gemoedelijke Büsser.

Bestaat er zoiets als het ultieme horloge?

MAXIMILIAN BÜSSER: "Als je daarmee het 'beste' horloge bedoelt, moet ik je teleurstellen. Wij zijn niet bezorgd om vooruitgang, we doen het voor de machine. We zoeken naar oplossingen om de sculptuur die we voor ogen hebben, gemaakt te krijgen. Een architectuur, die ook het uur toont. We doen het eigenlijk voor de schoonheid van de machine. Maar het blijven horloges: je gebruikt ze om te weten hoe laat het is. Dat is het verschil met hedendaagse kunst, waar het nauwelijks nog over het vakmanschap gaat."

Dat vakmanschap is op de HM3 onmiskenbaar. Zowel voor- als achteraan kun je het hart van de machine zien kloppen. Het heeft iets van rijden met een sportwagen en tegelijk onder de motorkap loeren. Is dat er gekomen op verzoek van de fans?

BÜSSER: "Ik ben niet bezig met hoe mijn klanten de HM's voor ogen hebben. Ik vind het belangrijk dat ze verrast zijn door ons werk, maar voor de rest maak ik wat ik zelf graag zie. Dat is ook de magie van MB&F. Ken je de films van Claude Lelouch? Zijn verhalen gaan vaak over mensen die elkaar niet kennen, maar die op het einde van de film dicht bij elkaar staan dan ze zich ooit met iemand betrokken hebben gevoeld."

"Heb je je nooit afgevraagd waarom horloges in de ►

Mijn klanten kopen geen tijd: ze
kopen vakmanschap, interpretatie

laatste honderd nauwelijks geëvolueerd zijn, in tegenstelling tot auto's of vliegtuigen? Dat is omdat de ontwerpers zich te veel schikken naar de smaak van de kudde. De markt van luxeproducten heeft vandaag twee kampen: aan de ene kant heb je de megamerken, zoals Louis Vuitton, waar niemand geeft om de ontwerper die achter de tas steekt. Aan de andere kant heb je merken als MB&F, waar iedere schakel meetelt. Net als in een horloge. Iedereen die zelfs maar van ver betrokken was bij het productieproces, staat met naam en toenaam op mijn website."

Hoe is het concept van de HM3 gegroeid?

BÜSSER: "Bij horloges zie je zelden het raderwerk, tenzij aan de onderkant. Ik wou dat omkeren. Je kunt echt bin-

nenkijken in de machine, zelfs als je het draagt. Weet je, ik was tien jaar oud toen ik voor het eerst *Star Wars* zag. De aanblik van Darth Vader: wauw! Dat heeft een enorme indruk op me gelaten – een litteken, bijna. En nu, jaren later, heb ik die indruk vertaald in een van de uitvoeringen van de HM3. De *Starcruiser* is de herinnering aan een ruimteschip, zoals ik me dat als kind inbeelde. Dromen zijn heel belangrijk en kinderen zijn nog onbevlekt. Zeker in een land als Zwitserland hoor je je emoties te ontkennen. Mensen zouden meer naar hun gevoel moeten luisteren."

Dat heb jij ook pas gedaan nadat je zeven jaar achter omzetcijfers aanholde bij Harry Winston.

BÜSSER: (*instemmend*) "Eerlijk – telkens wanneer de omzet verdubbelde, was ik dubbel zo ongelukkig. Nadat ik in 1998 managing director was geworden, heeft Harry Winston z'n omzet zien vertiendubbelen (*vooral met de Opus-reeks; red.*). En toch was ik daar niet gelukkig mee. Vind je dat gek? Toen ik er in 2005 de deur achter me dichttrok om mijn eigen merk MB&F (*Maximilian Büsser & Friends; red.*) op te starten, was dat voor velen een volkomen verrassing. Nu ja, als ik eerlijk ben, moet ik toegeven dat ik toen heel bewust op het verrassingseffect heb gespeeld. Ik had het voltallige personeel – pakweg honderd man – samengeroepen om twee mededelingen te doen. "Ten eerste: we hebben opnieuw de omzet verdubbeld. Ten tweede: ik vertrek." Heb je ooit honderd mensen tegelijk 'Quoi!?' horen roepen? Ik wel. Maar ik kon niet anders. Ik heb mijn leven lang getwijfeld tussen wat ik moet doen en wat ik wil doen. Nu twijfel ik niet langer. Daarom wil ik de productie bij MB&F ook niet verhogen."

Kom je zelf uit een milieu waar exclusieve goederen normaal waren?

BÜSSER: (*lacht*) "Absoluut niet! Ik heb aan de universiteit van Lausanne een master in microtechnologie behaald. Dat is natuurlijk een opleiding die je perfect voorbereidt op het metier van horlogemaker, maar niet noodzakelijk op de wereld van de *haute horlogerie* of andere luxegoederen waar ik in terecht ben gekomen toen ik aan de slag ging bij het Franse Jaeger-LeCoultre. Ik herinner me nog dat ik op de universiteit naast een rijkeluisstudent zat die een Rolex droeg. Ik kende dat niet eens. Toen hij me vertelde hoeveel dat stuk kostte, moest ik me inhouden om hem niet uit te schelden. Ik heb de wereld van luxeproducten leren kennen toen de baas van Jaeger-LeCoultre me vroeg om zijn merk te reanimeren. Ik had toen nauwelijks met hem gesproken! Maar hij zei me op de man af: 'Wil je bij de kudde horen? Of bij dat handvol mensen dat de wereld in handen neemt?'"

Bij de kudde zitten wellicht weinig potentiële klanten van MB&F? Jij schijnt een kleine 'fanclub' te hebben die verslingerd is aan je werk?

BÜSSER: "Onlangs was ik in New York en ik kreeg telefoon van een dame die mij koste wat het kost wilde ontmoeten. Ze woonde in Californië en is speciaal met haar privéjet naar New York gevlogen om met mij te lunchen. Dit is een verhaal van emotie, die vóór alles komt." ■



HOROLOGICAL MACHINES

Sinds 2005 levert MB&F elk jaar een nieuwe 'hological machine' (HM) af. De HM3, die eind vorig jaar werd voorgesteld, is vanaf april bij slechts 12 verdelers wereldwijd te koop voor 50.000 euro. Revolutionair zijn de twee conische saffieren, waarop het uur en de minuten af te lezen staan. Van de HM3's worden slechts een paar tientallen gemaakt, omdat de interne mechaniek zo complex is. Eind 2009 stelt MB&F de HM4 voor. De HM1 (130.000 euro) is zijn laatste productiejaar ingegaan.