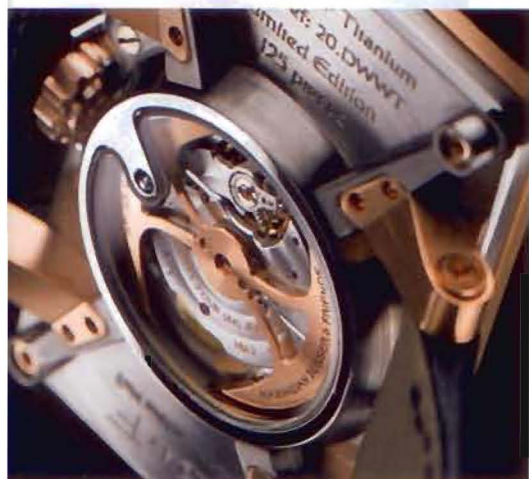


Der Uhrknall





WIE „MB&F“ DIE UHRENBRANCHE REVOLUTIONIERTE

Mit der Gründung seiner eigenen Uhrenmarke „MB&F“ hat Maximilian Büsser sich 2005 einen lange gehegten Traum erfüllt. Der studierte Mikrotechnologie-Ingenieur, der in Italien geboren wurde und in der Schweiz aufgewachsen ist, entdeckte seine Begeisterung für das Uhrmacherhandwerk bereits bei seinem ersten Arbeitgeber nach dem Studium, der renommierten Schweizer Luxus-Uhrenmanufaktur Jaeger-LeCoultre, wo er ohne über jegliche Erfahrung zu verfügen sieben Jahre lang äußerst erfolgreich im Senior Management Team tätig war.





So erfolgreich gar, dass ein Headhunter ihn eines Tages für den Posten des Managing Directors bei Harry Winston Rare Timepieces, der zu dieser Zeit noch sehr kleinen, aber noblen Uhrenlinie des berühmten amerikanischen Juweliers, abwarb – damals war Büsser erst 31 Jahre alt. Mit der Kreation der viel beachteten „Opus“-Serie erschaffte er eine Reihe der ungewöhnlichsten und gefragtesten Uhren auf dem Weltmarkt und verhalf der kleinen Marke zu einem Durchbruch ungeahnten Ausmaßes.

Doch anstatt sich zurückzulehnen und sich in seinem Erfolg zu sonnen, wie viele Andere es mit Sicherheit an seiner Stelle getan hätten, gab Maximilian Büsser seinen begehrenswerten Posten einfach kurzerhand auf. Als er Harry Winston Rare Timepieces verließ, war das ehemals kleine Unternehmen durch sein Engagement in der Zwischenzeit von sieben auf achtzig Mitarbeiter gewachsen und hatte seinen Umsatz um unglaubliche neunhundert Prozent steigern sowie eine eigene Manufaktur errichten können. Natürlich verlässt man Harry Winston nicht, ohne einen wirklich guten Plan zu haben. Und ebendieser beinhaltet ein für die Uhrenmacherbranche einmaliges Konzept, welches Büsser vor drei Jahren mit der Gründung seines Labels „MB&F“ verwirklichte. Die Buchstaben im Namen „MB&F“ stehen für „Maximilian Büsser and Friends“. Die Friends, das ist ein mit jedem Projekt wechselndes Team aus unabhängigen Uhrmachern, Handwerkskünstlern, Designern, Ingenieuren, Technikern und Kommunikationsspezialisten, die mit vereinten Ideen und Kräften wahrhaft ausgefallene Uhren entwickeln, umsetzen und verkaufen. Von jedem Modell werden nur jeweils dreißig Stück pro Jahr über einen Zeitraum von drei Jahren produziert; darüber hinaus kommt jedes Jahr ein neues Modell auf den Markt. Die Konzeptuhren werden jeweils völlig unterschiedlich sein, doch eines

haben sie alle gemeinsam: nur die kompetentesten Spezialisten werden eingeladen, daran mitzuwirken und ausschließlich die hochwertigsten Materialien verwendet. Da kann eigentlich nur etwas Hervorragendes dabei herauskommen.

Nun sind Uhren an sich bereits ungemein faszinierende Objekte. Doch die Uhren, die Maximilian Büsser und seine Freunde gemeinsam erfinden, sind weit mehr als nur Uhren. Es sind Maschinen; es sind Kunstwerke. Der Name, den Büsser ihnen gegeben hat, „Horological Machines“, erscheint mehr als angemessen. Innovativ und extravagant sind diese Wunderwerke, die eine gelungene Mischung aus technischer Perfektion und ästhetischen Ansprüchen, eine einzigartige Begegnung zwischen klassischer Uhrmacherei und avantgardistischer Verspieltheit darstellen. So, wie etwa die „Horological Machine No. 1“, mit der „MB&F“ im Jahr 2006 ihr Debüt gaben. Das futuristische, dreidimensionale Modell besteht aus einem Doppelgehäuse aus zwei Kreisen – die Stunden werden auf dem ersten Zifferblatt angezeigt, die Minuten auf dem zweiten. Als besonderer Blickfang erweist sich ein 1-Minuten-Tourbillon, das sich gut sichtbar in der Mitte der Uhr bewegt. Uhren aus der Schmiede von „MB&F“ sollen Emotionen hervorrufen, polarisieren. Wer sie trägt, beweist denselben Mut wie Büsser und Freunde. Und der Erfolg gibt ihnen Recht. „Horological Machine No. 1“ war bereits lange vor ihrem Erscheinungsdatum ausverkauft; schon 2007 folgte planmäßig die nicht minder originelle HMN2 und für Anfang 2009 ist bereits die „Horological Machine No. 3“ angekündigt.

Wer weiß, was für Raffinessen „MB&F“ wohl dieses Mal ausgeklügelt haben? Nur eines ist wohl gewiss: sie wird mit Sicherheit ganz anders sein als Nummer 1 und Nummer 2.

HERAUSGEBER	Katherina Linde
VERLAG	tas Verlag Katherina Linde Moltkestraße 20-22 51643 Gummersbach Fon 0 22 61.91 13 49 Fax 0 22 61.91 13 69 info@tas-lifestylemagazin.de
VERLAGSLEITUNG	Katherina Linde
ASSISTENTIN DER VERLAGSLEITUNG	Gaby Apostel (V.i.S.d.P.) Heike Krasevec
REDAKTION	Michaela Pasternok Jane Scheider Marina Klockow Nadine Wilhelm Madelaine Simionovici Petra Roggenkamp
GRAFIK	Sabine Schmude Marcus Matolisch
WEB	Uwe Voßköhler
ANZEIGEN	Katherina Linde (Leitung) Lars Stempel
TITELFOTO	PILGRIM
DRUCK	Silber Druck Kassel
VERTRIEB	tas trends art style
REDAKTIONSSCHLUSS	ist jeweils der 15. des Monats
ANZEIGENSCHLUSS	ist jeweils der 15. des Monats
ES GILT	die Anzeigenpreisliste 07/2008
KEINE HAFTUNG	für unverlangt eingesandte Texte, Fotos, Manuskripte, Zeichnungen etc.
KEINE GEWÄHR	für die Richtigkeit von Veranstaltungangaben.
NAMENTLICH	gekennzeichnete Artikel geben die Meinung des Autors – nicht aber unbedingt die Meinung des Verlages – wieder.
VOM VERLAG	gestaltete Anzeigen sind urheberrechtlich geschützt. Eine anderweitige Verwendung ist nur mit Genehmigung des Verlages und Zahlung einer Nutzungsentschädigung möglich.
NACHDRUCK	aller Beiträge (auch auszugsweise) nur mit Genehmigung des Verlages.
TAS	erscheint 10 mal im Jahr zum Monatsanfang.
DIE NÄCHSTE AUSGABE	erscheint am 1. Freitag im Oktober.
DRUCKAUFLAGE	20.000 Exemplare pro Ausgabe (III Quartal / 2008)
VERBREITETE AUFLAGE	19.800 Exemplare pro Ausgabe (III Quartal / 2008)