



Im Gespräch mit

Oliver Ike

Das Tessin ist die Ferienstube der Schweiz. Für Oliver Ike ist es harte Arbeit.



| FRAGEN: Karl Heinz Nuber |

Mit dem abrupten Ende von Ikepod ist auch Ihr Name von der Bildfläche verschwunden. Wo waren Sie so lange, was haben Sie zwischenzeitlich gemacht, man hat nichts mehr von Ihnen gehört?

Oliver Ike: Ich war seit 2004 in der Uhrenbranche für diverse Marken in Deutschland und der Schweiz im Hintergrund als externer Berater tätig. Nebenbei habe ich mit meiner Frau die Firma Ike Branco SA aufgebaut, die sich mit der weltweiten Realisation und dem Verkauf von Architektur- und Designreportagen beschäftigt. Durch die vielen Kontakte zur Uhrenbranche und Designwelt sind dann über Jahre hinweg die Ideen zu einer neuen Uhrenmarke in Lugano entstanden.

Herr Ike, Ihr Name steht für Ikepod. Wollen Sie mit A. Manzoni & Fils die Erfolgsgeschichte von Ikepod wiederholen respektive fortsetzen?

Oliver Ike: In gewisser Weise vielleicht schon, jedoch habe ich von der Gründung der Firma Ikepod und den Fehlern, die ich damals begangen habe sehr viel gelernt. A. Manzoni & Fils geht sicher zum Teil in die gleiche Marktnische in der damals Ikepod entstanden ist. Aber in der Zwischenzeit hat sich die Branche enorm gewandelt und auch die Fertigungstechnologien in der Produktion.

Aber alles sieht danach aus, bei Ikepod hatten Sie eine Zusammenarbeit mit dem Australier Marc Newson, nun arbeiten Sie neu bei A. Manzoni & Fils mit dem Finnen Ilkka Supannen zusammen, eine ähnliche Konstellation?

Oliver Ike: Nein, bei Ikepod war die Zusammenarbeit sporadisch, bei A. Manzoni & Fils hingegen ist sie geplant. Die beiden Pfeiler der Firmenphilosophie von A. Manzoni & Fils sind das Konzept «Contemporary craftsmanship» und «Movement of Culture». Gemeint ist mit dem ersteren die Zusammenarbeit eines erfahrenen renommierten Industriedesigners, der in verschiedenen Tätigkeitsfeldern (Möbel, Objekte, Architektur etc...) international über Jahre Erfahrung gesammelt hat und diese Erfahrung dazu benutzt, um einen Kunsthandwerker, wie z.B. einen Uhrmacher oder einen Gehäusebauer neue Ideen in Bezug auf Form und Gestaltung zu geben. Er modernisiert sozusagen das Kunsthandwerk und erhält es auf diese Art und Weise, indem er es im weitesten Sinne durch sein zeitgenössisches Design eine neue Form verleiht.

Das zweite Konzept der Firmenphilosophie von A. Manzoni & Fils

beruht auf der Verbindung von Kultur mit dem Produkt. Jede Uhr von uns soll gewissermaßen einen «kulturellen Inhalt» haben. Was ist damit gemeint?

Wir verweisen im Detail einer Uhr auf ein Stück Kultur. Z.B. bezieht sich unser Côtés de Copacabana auf dem Zifferblatt und den Laufwerksteilen auf die Muster, die der brasilianische Landschaftsarchitekt Roberto Burlé Marx der Strandpromenade Copacabana von Rio de Janeiro verliehen hat.

In neuen Kollektionen werden diese Referenzen der kulturellen Details wechseln und geben meiner Überzeugung nach unseren Produkten einen nostalgischen Charakter. Der Träger einer solchen Uhr trägt ein Stück Kulturgeschichte mit sich herum und wird so mehr sentimental und emotional mit dem Produkt verbunden. Wie Sie wissen ist der Kauf einer Uhr zu 80% ein emotionaler Entscheid.

Ilkka Suppanen ist der erste in der Reihe von weltweit 4-5 Industriedesignern mit denen wir Uhrenkollektionen in den nächsten 10 Jahren entwickeln werden.

Ilkka Suppanen ist der erste in der Reihe von weltweit 4-5 Industriedesignern mit denen wir Uhrenkollektionen in den nächsten 10 Jahren entwickeln werden.

Auch die Canopus Weekplanner Uhr hat eine Ähnlichkeit mit den Ikepod Produkten, ist diese Ähnlichkeit bewusst oder nur Zufall?

Oliver Ike: Die Ähnlichkeit ist wohl eher Zufall, obwohl ich natürlich in beiden Fällen für das Designbrief verantwortlich war. Im Falle von Suppanen lautete es eine Uhr zu kreieren die weder rund noch eckig ist. Ausserdem sollte das Armband direkt in die Gehäuseform einmünden ohne ein Bindeglied, - hier sehen Sie vielleicht die Ähnlichkeit. Legen Sie jedoch eine Ikepod Uhr neben eine A.Manzoni & Fils Uhr so trennen diese Welten, speziell im Zifferblatt und im Designdetail. Das Zifferblatt trägt zu einem entscheidenden Teil zum Verkauf einer Uhr bei, wie es z.B. die in den achtziger Jahren bekanntgewordene Marke Franck Müller verstanden hat. Die Details eines Zifferblattes neben dem Finish und der Art des Laufwerkcalibers machen eine «Haute de gamme»-Uhr aus.



Welche Aufgabe übernimmt Ilkka Suppanen, ist er auch Aktionär und am geschäftlichen Erfolg beteiligt?

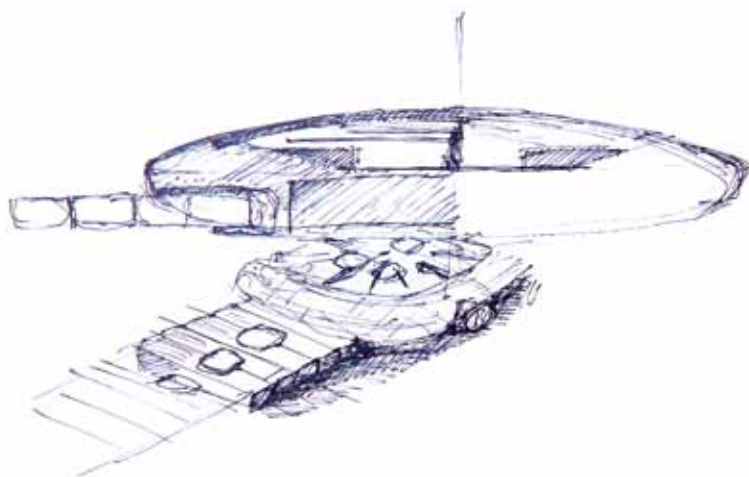
Oliver Ike: Nein bisher noch nicht, er ist allerdings Artdirektor von A.Manzoni & Fils und hat deswegen auch bei der Auswahl der zukünftigen Designer ein entscheidendes Wort mitzureden.

Wer steht hinter A. Manzoni & Fils, haben Sie auch Investoren im Boot?

Oliver Ike: Wir sind mit verschiedenen Investoren in Verhandlung haben es jedoch vorgezogen die erste Produktion des Canopus Weekplanner mit einem Crowdfinancing über Kickstarter in den USA zu finanzieren. Die Kampagne wird noch bis Mitte Oktober verlängert werden, denn wir hatten die Pressarbeit unterschätzt die mit einer solchen Markteinführung verbunden ist. Ausserdem hatten wir die falsche Periode gewählt, denn viele Leute sind zwischen Juli und August in den Ferien und kontrollieren nicht ihre e-mails. Nicht nur ist dieses Guerrilla Marketing als Produkteinführung einer limitierten Edition zum Distributionspreis über eine innovative Finanzierungsmethode eine Neuigkeit in der Luxusbranche, es erspart auch viele Werbekosten und hat einen sehr guten PR Effekt, um die neue Marke bei den Endkonsumenten bekannt zu machen.

Wie erklären Sie sich das damalige unerfreuliche Ende von Ikepod?

Oliver Ike: Ikepod war das Opfer von Investorenspekulationen, zudem war der Designer Marc Newson nicht ehrlich und hatte alle beteiligten Investoren über seine Designrechte versucht zu erpressen. Solche Dinge haben kurze Beine und es spricht sich schnell in der Branche rum. Bei A.Manzoni & Fils liegen alle Designrechte in der Firma, diesen Fehler mach ich nicht noch einmal! Der eigentliche Initiator und Gründer der Marke Ikepod bin ich gewesen und nachdem ich im 2003 aus der Firma ausschied hat Ikepod keinerlei neue interessante Uhren oder Produkte mehr produziert. Man lebte nur von dem alten Design der Hemipode-Kollektion. Das einzige was der Designer zustande brachte in 10 Jahren war das Design einer Sanduhr (Clessidra), das kann es ja wohl nicht gewesen sein.



N° 6958.
8 juin 1894, 8 h. avant-midi.

MANZONI FILS & C^o
fabricants
AROGNO (Tessin)
Mouvements, boîtes
vannes, cadrans, étuis
de montres
et fournitures d'horlogerie



Wie sind Sie auf die geschichtsschwangere Marke A. Manzoni & Fils gestossen?

Oliver Ike: Im 2005 habe ich im Uhrenmuseum in La Chaux-de-Fonds bei Herrn Oechslin eine Recherche über Tessiner Marken vorgenommen, denn ich lebe schon seit 14 Jahren in Lugano. Mein Ziel war es eine alte Uhrenmarke zu finden und wiederzubeleben, die etwas mit der Region Tessin zu tun hatte.

Gleichzeitig stiess ich im 2006 bei einem Spaziergang mit Freunden auf ein leeres Fabrikgebäude in Arogno oberhalb von Lugano. Ich entdeckte, dass dieses Gebäude der Marke A. Manzoni & Fils gehörte, die im Jahre 1888 ihre Aktivität mit mechanischer Laufwerkherstellung dort begann.

Haben Sie denn die Marke A. Manzoni & Fils in Lugano gekauft und was haben Sie damit vor?

Oliver Ike: Nein ich habe die Marke weltweit neu angemeldet, denn die Fabrik stellte zu Beginn der Quarz-Ära im 1978 ihren Betrieb ein. Zudem habe ich noch einen Grossenkel von A. Manzoni & Fils kennengelernt, der von der Idee der Wiederbelebung der Marke seines Urgrossvaters begeistert war.

Die Marke soll hauptsächlich mechanische Armbanduhren herstellen aber auch Kunsthandwerkobjekte wie Tischuhren oder Standuhren, alles in limitierten Editionen.

Ebenfalls haben wir vor, das A. Manzoni & Fils 8 Tage Tischlaufwerk zu überarbeiten, dessen Werkzeuge ich im 2009 in der Nähe von Neuchâtel erwerben konnte.

Falls uns der Aufbau der Marke gelingt werden Sie in 15 Jahren etwas ähnliches wie Hermès sehen, mit weltweiten A. Manzoni & Fils Monomarkenboutiquen, nur das wir von der mechanischen Laufwerkherstellung kommen und Hermès vom Leder von Pferdesatteln,

was die Geschichte betrifft. Momentan jedoch ist dies ein kühner Traum!

Lugano ist ja nicht der Nabel der Uhrmacherindustrie, weshalb ist der Standort für Sie so wichtig?

Oliver Ike: Der Standort ist für mich deswegen wichtig, denn in Genf und im Jura gibt es schon hunderte von Uhrenmarken. Ich lebe seit 14 Jahren in Lugano und das Tessin hat mit der Geschichte von A. Manzoni & Fils den Höhepunkt der Uhrenherstellung erlebt. Im 1888 arbeiteten 80% der Bevölkerung in Arogno und Rovio oberhalb von Lugano in der Uhrenindustrie. Es wurde sogar vom Tessiner Journalisten Mario Delucchi ein Buch über diese Geschichte verfasst. Deswegen hat die Marke eine grosse historische Bedeutung und ihre Wiederbelebung ist eine Bereicherung für die gesamte Region. Es gibt im Tessin auch heute noch sehr hochwertige Hersteller von Uhrenkomponenten wie Erbas in Mendrisio, Broggioli in Ponte

Cremona und Fratelli Gilardi in Quartino. Nur Uhrenmarken gibt es keine, die etwas mit dem Standort zu tun haben. Damit eine Marke langfristig Erfolg und Existenzberechtigung hat muss sie meiner Meinung auch eine geographische und historische Verankerung vorweisen.

Im weitem war Italien schon immer der Markt der sehr viel mit dem Erfolg der internationalen Distribution einer Uhrenmarke zu tun hat. Läuft die Marke gut in Italien, kommt sie auch international sehr gut an. Da im Tessin sehr viele Italiener leben und auch viele Mailänder mehrere Male die Woche geschäftlich Lugano besuchen, wird einer hochstehenden historischen Tessiner Marke wie A. Manzoni & Fils, die im vorletzten Jahrhundert von einem Italiener namens Alessandro Manzoni gegründet wurde, sicher viel Beachtung geschenkt werden.

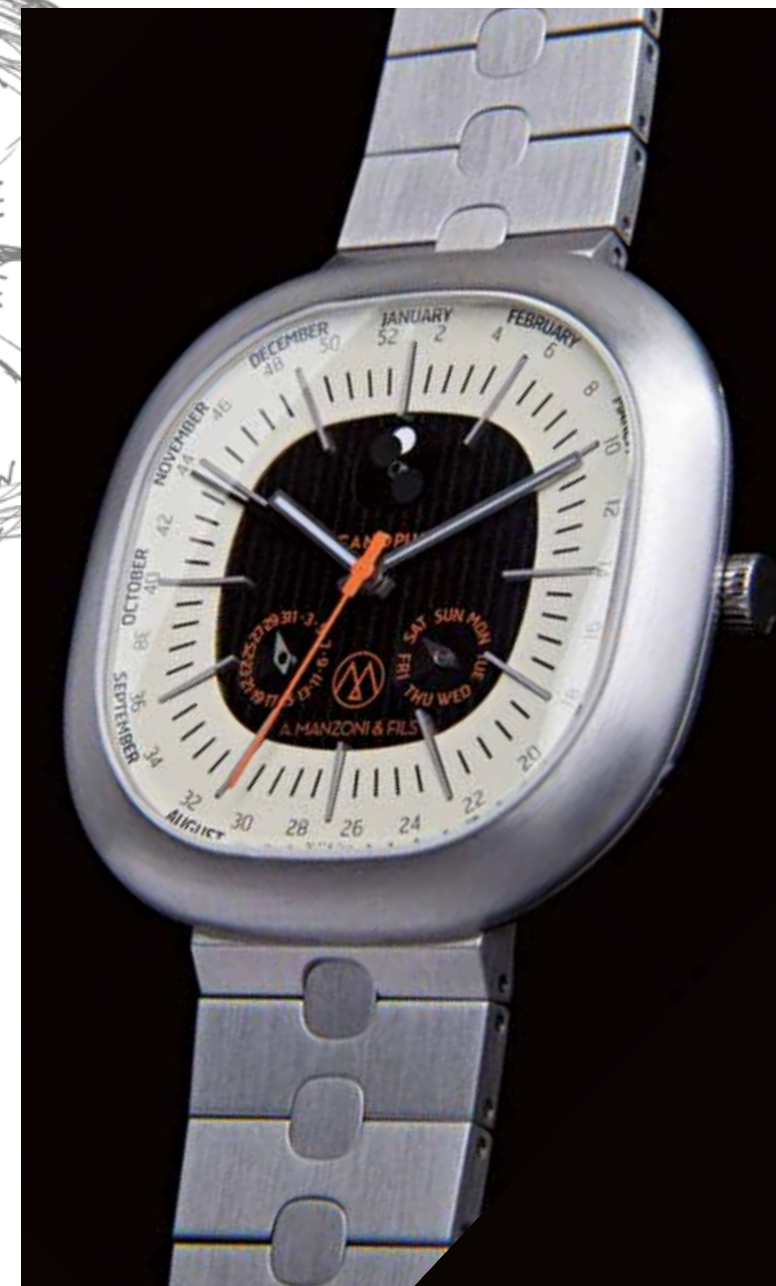
Wie sind Sie auf die Idee des Canopus weekplaner gekommen?

Oliver Ike: Heutzutage neigen Uhrenhersteller dazu immer komplizierte Zeitinstrumente herzustellen von denen man die Uhrzeit fast nicht mehr ablesen kann. Für mich sind diese nichts weiter als technische Gimmicks. Uhrenmarken wie Patek Philippe und Constantin Vacheron hingegen verkörpern für mich eine zeitlose Klassik. Eine Uhr muss funktionell sein und die Wochenanzeige um das Zentrum des Canopus Weekplaners ist wirklich nützlich. Nebst dem Wochentag und dem Datum macht die Anzeige einer Mondphase für mich wirklich Sinn.

Sicherlich werden wir auch einen Canopus Chronographen in der Zukunft entwickeln aber als erstes Model von A. Manzoni & Fils gefiel mir der Wochenplaner besser.

Sie haben ein hochkarätiges Netzwerk an Zulieferern (Gläser, Gehäuse, Zifferblätter, Armbänder, Uhren-Box, etc.), welche Idee steht dahinter?

Oliver Ike: Wir wollen eine hochwertige Qualitätsuhr herstellen, die 100% in der Schweiz angefertigt wird und haben deswegen die besten unabhängigen Lieferanten für alle Komponenten ausgewählt.



Sind weitere Produkte-Innovationen in der Pipeline, denn Sie wissen, mit einem Produkt kann man nicht überleben?

Oliver Ike: Ilkka Suppanen hat bereits eine super innovative Damenuhr entwickelt in der Canopus Kollektion, die jegliche Schmuckuhr von Chopard und Piaget in den Schatten stellt. Ebenfalls hat er eine Canopus Tischuhr kreiert, mehr möchte ich momentan nicht ver-raten.

Werden Sie Ihrer «alten» Strategie der «designorientieren Uhr» treu-bleiben?

Oliver Ike: Designuhren sind bekannt als billige Quarzuhren. Sicherlich werden wir immer mechanische Zeitmesser herstellen, die vom Erscheinungsbild anders sind als der Rest des Marktes und ja ein bekannter Industriedesigner wird hinter jedem unserer Produkte stehen und auch namentlich erwähnt werden. Wenn Sie dies unter designorientiert verstehen, ja dann werde ich dieser Linie treu bleiben.

Wichtige Frage: A. Manzoni & Fils war in der Vergangenheit ein Werkehersteller. Welche Werke verwenden Sie und sind Sie auch vom ETA Embargo betroffen?

Oliver Ike: Wir werden Soprodwerke mit verschiedenen Dubois Depraz und selbst entwickelten Modulen verwenden und ebenfalls Technotime Kaliber. Als Tischlaufwerk verwenden wir unseren eigenen 8 Tage Kaliber von A.Manzoni & Fils, dieser muss allerdings vorher noch überarbeitet werden.

Wie hat der Markt auf A. Manzoni & Fils reagiert?

Oliver Ike: Überraschend gut ich hätte mir eine solche Resonanz von der internationalen Presse nicht erhofft. Scheinbar wartet der Markt auf etwas neues, denn viele Firmen leben auch heute noch vom Design von Gerald Genta und es ist Zeit, dass einige neue Designer in den Uhrenmarkt vordringen.

Besteht schon eine Distribution oder wie wird distribuiert (Schweiz, Österreich, Deutschland, weltweit)?

Oliver Ike: In Deutschland, Oe, Schweiz wird sich ein Kollege von mir um den Vertrieb kümmern. International gibt es bereits viele Interessenten, jedoch wollen wir nicht in zu viele Märkte gleichzeitig. Priorität haben in einer ersten Phase sicherlich die BRIC Staaten, der Mittlere Osten, Singapur, Japan, Korea und Taiwan, sowie in Europa Italien, die eben erwähnten deutschsprachigen Länder, Frankreich, England, Benelux

und Skandinavien.

In welchem Preislevel bewegen sich Ihre Produkte und welches sind Ihre direkten potentiellen Mitwettbewerber?

Oliver Ike: Die Uhren werden im Handel circa 11.000 € kosten, direkte potentielle Konkurrenzmarken gibt es wenige. Moser, JP-Journe, Patek, Richard Mille und Vacheron Kunden werden auch A.Manzoni & Fils Uhren kaufen. Hublot und Panarei Käufer vielleicht auch, es hängt davon ab welche berühmte Persönlichkeiten sich einen unserer Zeitmesser zulegen und so einen Trend kreieren. Werden Sie auch klassische Printwerbung machen oder wie sieht Ihre Strategie der Unternehmens- und Absatzkommunikation aus? OI: Ja sicherlich, aber wahrscheinlich nur in Monocle und auf BOAW und in trendigen Uhrenfachzeitschriften und Uhren und Lifestyleblogs.



Bio Oliver Ike - Von Ikepod zu Manzoni

1986-90

Studium Chem. Ing. ETH Zürich

1990-91

Studium Nationalökonomie Universität
Zürich

1991-93

Gründung der Designvertriebsfirma Ike
Trade Handel & Consulting

1993

Gründung der Ikepod Watch Company

1993-2003

CEO von Ikepod Watch Company SA, Mar-
kenaufbau und internationaler Vertrieb in
mehr als 15 Ländern

2003-2010

Beratertätigkeit in Vertrieb und Produktion
für verschiedene Marken der Luxusgüter-
industrie, Aufbau der Produktions- und
Vertriebsfirma Ike Branco SA

2009

Gründung der Manufacture A.Manzoni & Fils
SA in Lugano

2010-2013

Entwicklung von verschiedenen Kollektionen
für A.Manzoni & Fils und Vorbereitung der
Lancierung über das Crowdfunding auf
Kickstarter

Was ist unter trendigen Uhrenfachzeit-schriften, Uhren- und Lifestyleblogs zu verstehen?

Oliver Ike: Da gibt es so viele, speziell bei den Uhrenblogs, ich bin absolut neu bei Twitter und möchte da niemanden auf die Füße treten, denn ich habe noch keine Zeit gefunden alles im Detail zu analysieren. Desgleichen muss ich die Uhrenzeitschriften in Europa erst einmal richtig studieren, denn es gibt so viele neue die auch in mehreren Ländern und Sprachen erscheinen und Online-editionen haben, ich muss zuerst einen Preisvergleich machen und dann ein Werbekonzept erarbeiten. Monocle und BOAW sind mir wenigstens vertraut und haben das richtige Zielpublikum für unsere Uhren.

Wieviele Uhren wollen Sie jährlich absetzen?

Oliver Ike: Zwischen 1000-3000 Stück.

Wie definieren Sie Ihre Zielgruppe, wie sieht Ihr Konsument aus?

Oliver Ike: Eine kulturell gebildete kosmopolitische Persönlichkeit die Designdetails zu schätzen weiss und sich eine Uhr zulegen will, die anders ist als alle andern. Letztendlich sind Uhren der Schmuckersatz von Männern also werden wir überwiegend eine männliche Kundschaft haben bestehend aus Uhrensammlerfreaks und Designaficionados.

Vielen Dank für das Gespräch. ☺