

HORIZONT

DAS SPEZIAL
ZUM HORIZONT AWARD
JANUAR 2020



DER AWARD / DER KONGRESS / DIE PARTY

Die kreative Seele von Glashütte

MIT BOROWSKI SORGT ALS MARKEN- UND DESIGNCHEFIN DAFÜR,
DASS NOMOS GLASHÜTTE MEHR IST ALS EINE MARKE FÜR LUXUSUHREN

Über den Dächern der
sächsischen Kleinstadt:
Borowski auf dem Balkon
der Uhrenfertigung
von Nomos Glashütte





Borowski in der Chronometrie in Glashütte, wo die einzelnen Bauteile zur fertigen Uhr zusammengesetzt werden



Aufmerksam und konzentriert: Judith Borowski geht mit Kollegen neue Designs durch



In dieser Abteilung der Chronometrie entsteht das hauseigene Swing-System, zu sehen auf den Skizzen im Vordergrund

Schwarze Baskenmütze, dunkelblauer Mantel, helles Oberteil mit dicken dunkelblauen Streifen – auf den ersten Blick macht Judith Borowski den Eindruck einer Kunststudentin, die über den Montmartre in Paris schlendert. Jedenfalls würde man diese zurückhaltende, sehr leise sprechende Frau nicht für die Markenchefin eines deutschen Top-Unternehmens halten. Und schon gar nicht für eine der engagiertesten Kämpferinnen gegen die rechtspopulistische Alternative für Deutschland.

Im Gespräch wird jedoch schnell deutlich: Borowski selbst hat eine sehr genaue Vorstellung davon, wofür sie stehen will. Eine Eigenschaft, von der auch Nomos Glashütte profitiert. Dort ist Borowski seit fast 20 Jahren für Marke und Design zuständig. Den Job erledigt sie größtenteils von Berlin aus, wo die interne Markeneinheit Berlinerblau angesiedelt ist. „Um kreativ arbeiten zu können und nah an den Bedürfnissen der Kunden zu sein, brauchen wir Tuchfühlung zu den Menschen“, erklärt Borowski die künstliche Trennung zwischen Zentrale und Marketing. „Berlin ist politisches und kreatives Zentrum. Museen, Galerien, Konzerte, Cafés, die Fahrt mit der U-Bahn: All das ist wichtig für uns.“ Doch Borowski pendelt regelmäßig nach

Glashütte, um sich mit den beiden anderen Nomos-Inhabern, CEO Uwe Ahrendt und Gründer Roland Schwertner, auszutauschen. Und um die beiden durchaus fremden Welten – hier die sächsische Kleinstadt, dort das weltläufige Berlin – bestmöglich miteinander zu verbinden.

„Wir in Berlin haben große Hochachtung vor dem, was in Glashütte geschieht. Dort liegen unsere Wurzeln, und alles, was Nomos ausmacht, kommt aus Glashütte“, sagt Borowski. Natürlich müssen die Mitarbeiter von Berlinerblau nicht unbedingt wissen, wie man eine Uhr baut. Ihr Job ist es, der Welt zu erklären, was für einzigartige Produkte 30 Kilometer südlich von Dresden entstehen. Das wiederum ist für die Uhrmacher eine fremde Welt: „Wie viel Arbeit es auch machen kann, einen neuen Zeiger zu zeichnen oder einen Text zu schreiben, verstehen unsere Kollegen in Glashütte vielleicht nicht immer“, erklärt Borowski. „Es ist also wichtig, auch intern gut zu kommunizieren, zwischen Berlin und Glashütte für Verständnis zu werben.“ Ihr als Bindeglied zwischen beiden Welten ist es wichtig, dass Glashütte und Berlin eine gemeinsame Sprache sprechen und sich in ihrer Mission einig sind. „Unsere Kommunikation muss ein Spiegel des Uhrwerks sein in Sachen Qualität,

Präzision, Schönheit – Sorgfalt und Liebe müssen hier wie da spürbar sein“, so Borowski.

Dass die heute 51-Jährige sich ihrer selbst und ihrer Aufgabe so sicher ist, war wohl nicht immer so. Als Jugendliche und junge Erwachsene schien sie ein wenig nach ihrem Platz zu suchen, immer getrieben von der Neugier auf die Welt, die auch für ihre heutige Aufgabe wichtig ist. Aufgewachsen am Bodensee, bereiste Borowski noch zu DDR-Zeiten Ost-Berlin, Dresden und Leipzig, wo sie zunächst auch studieren wollte. Es wurden schließlich Politologie, Publizistik und Kriminologie in Zürich und Hamburg. Anschließend begann sie, in der Hansestadt als Journalistin für die Financial Times Deutschland und den Norddeutschen Rundfunk zu arbeiten.

Doch Hamburg als Hauptwohnsitz entsprach ihr ebenso wenig wie die vielen Abend- und Nachtschichten, die der Job beim NDR mit sich brachte. Die Geschichte, wie Borowski schließlich bei Nomos Glashütte landete, ist inzwischen schon legendär: Beim Blättern im Manufactum-Katalog stieß sie auf das Nomos-Modell Tetra und verliebte sich auf Anhieb. Das erste Gehalt wollte sie in diese Uhr investieren. Um den finanziellen Schlag ins Kontor etwas abzumildern, fasste sich Borowski schließlich ein Herz und rief

Nomos-Gründer Roland Schwertner an, um ihn um einen Rabatt zu bitten. Der versprach, ihr die Uhr zum Fachhändlerpreis zu verkaufen – unter der Bedingung, dass sich Borowski mit ihm bei Gelegenheit auf ein Bier in Dresden trifft. Nach dem Treffen 1997 fing Borowski nebenberuflich an, Pressemitteilungen für Nomos Glashütte zu verfassen. Vier Jahre später wechselte sie ganz zu dem Unternehmen und steuert seitdem von Berlin aus das Marken- und Designteam. Seit 2003 ist Borowski Gesellschafterin.

Mit der Position als Marken- und Designchefin bei der Uhrenmanufaktur scheint Borowski ihre Bestimmung gefunden zu haben. Hier ist sie in ihrem Element. „Wo andere in Zahlen denken, sehe ich eher Buchstaben, Farben, Stimmungen. Ich kann nicht rechnen und bin auch technisch nicht begabt. Ich bin Kreative“, sagt sie über sich selbst. Zwar entwickle sie gerne auch Strategien. „Aber stundenlang mit Kollegen an der Wölbung eines Glases zu tüfteln, aus Texten das Letzte herauszuholen, Bildideen zu entwickeln, die man nicht schon x-fach gesehen hat: Derlei würde ich vermutlich tun, wenn ich kein Geld dafür bekäme.“ Diese Akribie zahlt sich aus: Dutzende Designpreise hat Nomos Glashütte bereits eingeehmt. Und die Werbe-

motive, die unter Borowskis Regie entstehen, lassen andere Kreative mit der Zunge schnalzen: reduziert, dennoch aussagekräftig und immer eine gewisse Klasse ausstrahlend.

Wer derart für seine Aufgabe brennt wie Borowski, muss aufpassen, dass er sich nicht ständig in seine eigenen Ideen verliebt. Und Ideen hat Borowski jede Menge. Ein Umstand, der für die Kollegen bei Berlinerblau und in der Nomos-Geschäftsführung auch belastend sein kann. Uwe Ahrendt kann davon ein Lied singen. Der gebürtige Glashütter berichtet, dass er in seinem Outlook-Programm einen eigenen Ordner für Borowskis kreativen Input eingerichtet hat. „Judith muss man auch mal bremsen, so sehr sprudelt sie vor Ideen“, sagt Ahrendt. Ähnlich äußert sich Unternehmensgründer Schwertner: „Judith hat hohen Anspruch an sich und die Welt, und dies überträgt sie auf Nomos. Mitunter überfordert sie uns mit ihrer Kompromisslosigkeit alle ein wenig, das ist anstrengend.“

Borowski ist sich dessen bewusst, nimmt es aber als Kompliment. Zumal ihre Kollegen keinen Hehl daraus machen, dass es genau diese Eigenschaften sind, die sie so wertvoll für Nomos Glashütte machen. „Judiths Anspruch ist es eben auch, der dazu beiträgt, dass Nomos mehr ist als



FOTO HARTMUT NAEGLER

Die Räume von Berlinerblau: 40 Mitarbeiter entwickeln hier nahezu alles, was bei Nomos Glashütte mit Marke und Design zu tun hat

einfach nur eine Luxusmarke“, sagt Schwertner. Dieser Anspruch ist aber auch ein Stück weit Hauspolitik. Denn Nomos Glashütte zieht sein Selbstverständnis nicht zuletzt aus der Tatsache, dass man unabhängig von den Weltmarktführern aus der Schweiz operieren kann. Bis zu 95 Prozent der Wertschöpfung entstehen vor Ort. Für Lokalkonkurrenten wie Lange Uhren oder Glashütte Original gilt das nicht. Diese Stellung verdankt Nomos Glashütte vor allem einer Innovation, die 2014 auf den Markt kam. Damals stellte das Unternehmen einen selbst entwickelten Taktgeber für Uhrwerke vor. Ohne dieses Reguliersystem – bei Nomos Glashütte nennt es sich Swing – macht eine mechanische Uhr weder Tick noch Tack. Zuvor hatten die Schweizer Hersteller das Monopol auf diese Technologie. Sieben Jahre Entwicklungszeit und 11 Millionen Euro waren nötig, um das Monopol zu brechen.

Wer bei Nomos arbeitet, kann es sich also durchaus erlauben, selbstbewusst aufzutreten. Dieses Selbstbewusstsein äußert sich auch darin, dass das Unternehmen unter Schwertner, Ahrendt und Borowski der AfD offen die Stirn bietet. Die Partei wurde bei den sächsischen Landtagswahlen 2019 im Kreis Glashütte mit 35 Prozent stärkste Kraft. Aber die Nomos-Chefs

„Demokratischer Luxus“

Mit diesem Begriff beschrieb Judith Borowski die Produkte von Nomos Glashütte einst im HORIZONT-Interview (Ausgabe 49/2013). Dem ist sich die 1990 gegründete Uhrenmanufaktur bis heute treu geblieben: Modelle wie Tangente, Metro oder Ludwig sollen zwar ihren Preis haben, aber dennoch erschwinglich sein. Dass die Preispolitik verfehlt, zeigt ein Blick auf die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens. Bis 2016 wuchs Nomos Glashütte eigenen Angaben zufolge um 30 Prozent im Jahr. Seitdem konzentriert man sich vor allem auf Wachstum in den mehr als 40 Auslandsmärkten. Wie hoch der Umsatz ist, wird nicht verraten. Für Nomos Glashütte und Berlinerblau arbeiten insgesamt rund 300 Menschen. Der Frauenanteil liegt bei über 60 Prozent, in Leitungspositionen finden sich aktuell 11 Männer und 19 Frauen. Im Durchschnitt sind die Mitarbeiter Ende 30.

lassen keinen Zweifel daran, dass sie dem Erstarren des Rechtspopulismus nicht tatenlos zusehen wollen. Offene Briefe, Plakate am Firmensitz und Interviews transportieren immer dieselbe Botschaft: Wir sind weltoffen und demokratisch. Und wir werden diese Werte verteidigen.

Hoffentlich, so muss man fast sagen, wird dieser Teil ihrer Arbeit Borowski künftig nicht mehr so stark beschäftigen. Denn im Kerngeschäft gibt es genug zu tun. Die internationale Expansion bindet viele Kräfte, außerdem feiert die Glashütter Uhrmachertradition in diesem Jahr 175. Geburtstag. Ein guter Anlass, um die Marke zu inszenieren. Um sich besser auf ihre administrativen Aufgaben konzentrieren zu können, hat sich Borowski aus dem Operativen weitestgehend zurückgezogen. Ein Schritt, der ihr schwerfällt, wie sie zugibt. Doch Berlinerblau ist gut aufgestellt, sodass Borowski mehr Zeit bekommt, öfter nach Glashütte zu reisen. Wieso dann nicht gleich dorthin ziehen? „Nein – viel zu jwd“, lächelt Borowski. „Ich bin gern immer wieder dort, doch kann ich mir überhaupt nicht vorstellen, in Glashütte zu wohnen.“ Außerdem würde die Familie ohnehin nicht mitziehen: „Mein Mann David würde eher die Scheidung einreichen.“

INGO RENTZ