

steckbrief



Der Uhr-Macher

Der Uhren-Chefeinkäufer trägt keine Uhr. Seine Handgelenke sind nackt. „Mir reicht die Zeitanzeige auf meinem Handy“, sagt **Johannes Woltz** und lacht. Kaum zu glauben – schließlich entstammt Woltz einer Goldschmiede- und Uhrmacherfamilie mit über 350 Jahren Tradition. Aus den Händen seines Urgroßvaters stammen zum Beispiel Kelch- und Hostiengefäße im Aachener Dom. Auch er selbst hat das Handwerk von der Pike auf gelernt, setzte sogar noch den Goldschmiedemeister obendrauf. Dennoch verließ er das Familienunternehmen. „Ich wollte mich weiterentwickeln.“ An der Abendschule absolvierte Woltz „nebenbei“ eine betriebswirtschaftliche Ausbildung und arbeitete anschließend als Produktentwickler und Einkäufer, unter anderem beim Schweizer Luxuslabel Franck Muller. Seit 2009 ist Woltz Category-Manager in der Galeria-Kaufhof-Zentrale. „Nach der Fachhandelskette Christ sind wir die Nummer zwei auf dem deutschen Uhrenmarkt“, sagt er.

Hellseherische Fähigkeiten

Aber bevor in den Warenhäusern Tausende Uhren über den Ladentisch gehen können, müssen sie im großen Stil eingekauft werden. „Ich bin viel unterwegs“, sagt Woltz. Dreimal im Jahr düst er nach Hongkong, um die Produzenten der Galeria-Kaufhof-Exklusivmarken Rover & Lakes, Manguun,

Fabiani und Elite zu briefen, aber auch bundesweit präsentieren ihm deutsche und Schweizer Markenhersteller ihre Kollektionen. Und auf den Messen in München und Basel spürt Woltz neue Manufakturen und Trends auf. „In der kommenden Saison sind Damenuhren aus Keramik angesagt, bei Herrenuhren setzen wir verstärkt auf mehr Farbe“, verrät er. „Als neue Marken werden wir Boccia noch weiter ausbauen und Jacques Lemans ins Sortiment aufnehmen.“ Damit Angebot und Nachfrage zusammenpassen, setzt sich Woltz täglich intensiv mit seinen Warengruppenmanagern und den Filialen auseinander, spricht über Produktwünsche, Umsatzzahlen, Präsentation und optimale Warenversorgung. „Um die Filialen konstant beliefern zu können, muss mein Team Monate im Voraus den Bedarf prognostizieren“, erklärt Woltz. „Wenn wir zu wenig ordern, kann es schnell zu Lieferengpässen kommen. Denn der Vorlauf für die Produktion ist lang, schließlich besteht eine Uhr schon mal aus mehr als 250 Komponenten.“

„Zeitreisen“ ins Reich der Mitte

Der teuerste Zeitmesser bei Galeria Kaufhof kostet derzeit 7.120 Euro – ein mechanisches Meisterwerk, aus Edelstahl gefertigt. Aber eines der wichtigsten Standbeine sind die Exklusivmarken, „mit denen wir

uns mit eigener Handschrift vom Markt abheben und die für jedermann erschwinglich sind“, so Woltz. Viele dieser Modelle werden in Asien gefertigt. China ist mittlerweile Marktführer der internationalen Uhrenindustrie. „Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist konkurrenzlos“, sagt Woltz. Darum muss der Einkäufer aber immer wieder kämpfen: Den Produktionspartnern in Hongkong bringt er Ideen oder sogar Zeichnungen mit, wie die Exklusivmarken aussehen sollen. Und dann wird bei jedem Modell über den Preis verhandelt. „In den Gesprächen mit den asiatischen Partnern ist besonderes Verhandlungsgeschick nötig“, schmunzelt Woltz.

Sinn für Ästhetik

Neben Verhandlungsgeschick braucht ein Uhreneinkäufer technische Expertise, Sinn für Ästhetik und den Blick für betriebswirtschaftliche Kennzahlen. „Mein Job ist sehr vielfältig“, sagt Woltz. „Ich empfinde die Arbeit als positiven Stress.“ An den Wochenenden zieht es Woltz zum Segeln und Windsurfen an die Küste. Da lässt er sich den Kopf frei pusten. Aber auch in der Freizeit lassen ihn Uhren nicht kalt: Seine private Sammlung umfasst einige Objekte herausragender Handwerkskunst, die unter anderem auch aus dem Familienbesitz stammen. Zum Tragen sind sie ihm einfach viel zu schade.