

# HEIMAT AM HANDGELENK

**EXISTENZGRÜNDER** Wolfgang Heinrich entwirft und verkauft Uhren mit Lokalkolorit.

Armbanduhren braucht man heutzutage eigentlich nicht mehr. Will man wissen, was die Stunde geschlagen hat, genügt ein Blick aufs Smartphone, oder? „Nein“, widerspricht Wolfgang Heinrich. Der Gründer der Stuttgarter Uhrenmarke Tastemaker ist überzeugt, „analoge Armbanduhren werden so schnell nicht aussterben“.

**Tatsächlich ist das Phänomen, dass Dinge, die ihre praktische Bedeutung verlieren, plötzlich besonders hipp werden, ja häufiger zu beobachten. Bei Plattenspielern zum Beispiel, oder bei Kaffeemühlen.**

**Und eben bei Armbanduhren.** Das funktioniert auch deshalb so gut, weil sie mit neuer Bedeutung aufgeladen und so zum Statement werden. Man kann mit ihnen zum Beispiel „ein Stück Heimat am Arm tragen“, wie Heinrich die Philosophie seiner jungen Firma beschreibt. Heimat, dafür steht für den gebürtigen Reutlinger die Brezel. Er hat sie deshalb zu seinem Markenzeichen gemacht und zum Hingucker auf jedem Zifferblatt. „Unique“ ist auch der Punkt, der jeden Tag ein kleines bisschen weiterwandert, bis er am Monatsende das Zifferblatt einmal umrundet hat. Jetzt schon siebenmal, denn Tastemaker-Watches sind seit Mitte Oktober auf dem Markt.

**Beworben und verkauft werden die Zeitgeist-Uhren ausschließlich online** über Instagram und Facebook. „1900 Likes habe ich schon“, freut sich Heinrich: „Ich habe in den letzten 20 Jahren alle Stufen der Digitalisierung mitgemacht vom Webseitenbau bis zum Internet der Dinge“, erklärt der diplomierte Wirtschaftsingenieur, der nach seiner Lehre zum Industriekaufmann Medienwirtschaft an der HdM Stuttgart studierte.

**Kern des Onlineauftritts von Tastemaker** sind neugierig machende Instagram-



**WOLFGANG HEINRICH** trägt die Brezel, das Markenzeichen seiner Firma Tastemaker am Arm.

Fotos. So konnte Heinrich die Miss Germany 2018 dafür gewinnen, eine seiner Uhren für einen Post zu tragen.

**Dank Internet wird das lokale Produkt zum globalen** für Exil-Schwaben mit Anfällen von Heimweh. Bestellungen gingen sogar schon aus den USA und Kanada ein.

**Dass die Heimatliebe in der Ferne wächst,** das hat Heinrich auch schon am eigenen Leib erfahren. Zwei Jahre arbeitete er im schweizerischen Schaffhausen. Weil er von Stuttgart nicht lassen konnte und wollte, wechselte er vor sechs Monaten zurück an den Nesenbach, um bei Bosch als Projektleiter in den Bereichen Digital Business und IoT tätig zu werden. Die Firmengründung läuft parallel - natürlich mit Wissen des Arbeitgebers.

**Zum Uhrenfreak ist der 42-Jährige nicht erst in der Schweiz geworden.** Eine Geschäftsidee wurde aus der Leidenschaft aber erst, als er feststellte, dass es im mittleren Preissegment in Deutschland noch so gut wie gar keine Anbieter mit Uhren „made in Germany“ gab.

Regional sollte aber nicht nur das Design sein, sondern auch die Produktion. Ein Glück, dass die Schmuckstadt Pforzheim nicht weit ist und Heinrich dort einen

Hersteller fand, der ihm zunächst die Prototypen und dann die erste Produktserie herstellte. Weil auch Nachhaltigkeit für Heinrich ein hoher Wert ist, tickt in den Uhren ein hochwertiges Schweizer Quarzwerk, die Deckel sind verschraubt und die Lederarmbänder, die der Kunde selber wechseln kann, sind giftfrei gegerbt.

**Es gibt eine Damen- und eine Herrenversion,** insgesamt drei Gehäusefarben und zwei verschiedene Zifferblätter. Ideen für den Ausbau der Kollektion hat der Gründer auch schon. Erst einmal will er aber mit den vorhandenen Modellen den Markt erobern. Denn auf Gedeih und Verderb zu wachsen, ist nicht die Intention des Vaters eines achtjährigen Sohnes. Das Unternehmen soll „so schlank wie möglich bleiben und nachhaltig wachsen“, erzählt Heinrich. Schließlich fordere ihn auch sein Hauptberuf und der mache ihm ebenfalls viel Spaß.

**Wie ist er auf den Namen „Tastemaker“ gekommen?** Auf Englisch heißt das Trendsetter, und das wollen wir sein“, erklärt der Diplom-Wirtschaftsingenieur.

**DR. ANJA MAGA**  
Redaktion Magazin Wirtschaft  
anja.maga@stuttgart.ihk.de