

# AUS DER TIEFE

Kaum eine Uhrenmarke polarisiert mehr: Mit riesigen Gehäusen, mächtigen Konstruktionen um die Kronen herum und einem rustikalen Vintage-Look, aber auch mit höchst anspruchsvoller Technik spricht U-Boat Kunden an, die das Luxuriöse und das Ungewöhnliche suchen.

Die Geschichte der U-Boat-Uhren beginnt im Jahr 1942. Im Auftrag der italienischen Regierung entwarf Ilvo Fontana ein Konzept für Uhren, die die Marine-Piloten auch unter widrigsten Umständen lesen und die sie zudem auch mit groben Handschuhen bedienen können sollten. Das Projekt wurde bald wieder verworfen, die Skizzen aber blieben erhalten. Sie fielen im Jahr 2000 Italo Fontana, dem Enkel von Ilvo Fontana, in die Hände. Sieben Jahre lang arbeitete er daran, die Entwürfe umzusetzen und die Uhren zu kreieren, die sich sein Großvater vorgestellt hatte. So gründete er die Marke U-Boat.

## ECKEN, KANTEN, DIAMANTEN

Die so entstandenen Uhren sind etwas für Individualisten: Sie fallen schon allein durch ihre Größe auf, aber auch durch die wuchtige Krone auf der linken Seite des Gehäuses. Bestimmte Designelemente verweisen auf die maritimen Wurzeln: So erinnern bei einigen Modellen die Gehäuse an Bullaugen, bei anderen hingegen sind sie – wie Schiffsschrauben – aus Bronze gefertigt. Bei zahlreichen Modellen zeigt sich außerdem, dass Italo Fontana auch ein gutes Gespür für Luxus hat: Das Gehäuse einer limitierten Version der „Chimera Sideview“ beispielsweise ist mit 309 schwarzen Diamanten besetzt, während sich bei der „Flightdeck 925 Elementium“ Risse durch das Gehäuse ziehen, in denen braune und schwarze Diamanten sitzen.

Italo Fontana experimentiert immer wieder mit verschiedenen Materialien und Techniken, um den Uhren noch mehr Ausdrucks-

stärke zu verleihen. Das gilt übrigens nicht nur für die Gehäuse. Auch die Armbänder sind immer auf eine besondere Weise behandelt, sodass sie den kernigen Charakter der Uhren adaptieren.

U-Boat stellt übrigens nicht nur Herrenmodelle her: Es gibt auch eine Damenkollektion, die weniger rustikal, aber nicht minder ausdrucksstark gestaltet ist.

Allen Zeitmessern ist ein feines Innenleben gemein: In den gewaltigen Gehäusen ticken Schweizer Mechanikwerke, die von U-Boat modifiziert wurden.

## BLICKFANG UND DISTINKTIONSOBJEKT

Mit ihrem extrovertierten Image treffen die Zeitmesser ganz sicher nicht jedermanns Geschmack. Aber genau das macht sie wiederum so begehrt. Und so haben schon viele Fans gewonnen, darunter auch Stars wie Sylvester Stallone, Nicolas Cage oder Arnold Schwarzenegger.

Die Uhren generieren nicht nur am Handgelenk ihres Trägers, sondern auch im Schaufenster große Aufmerksamkeit. Aufwendiges POS-Material hilft dabei, die U-Boat-Kollektionen wirksam in Szene zu setzen, ohne dabei aber zu dominant zu erscheinen. Die Marke ist auch international auf dem Vormarsch: In Italien, im Nahen Osten und in Asien unterhält man insgesamt bereits 13 Boutiquen an prominenten Orten. Und dieses Netzwerk wird weiter ausgebaut. In Deutschland sind die Uhren von U-Boat bislang bei 22 Händlern erhältlich.

Christoph Hoffmann ■

[www.uboatwatch.com](http://www.uboatwatch.com)



Die „Ladies Classico 42 Ceramic Red“ (l) und die „The Elementium“ (r) sorgen auch bei einem Tauchgang für Aufmerksamkeit