

Bart (links) en Tim
Grönefeld met de
nieuwe One Hertz. Het
is geen 'kijk-mij-nou-
horloge', zeggen ze zelf.



Ze waren het succesverhaal van
de Nederlandse horloge-industrie.
Een gouden toekomst lag in het
verschiet. Het liep anders

Twentse precisie

Twee broers uit Oldenzaal maken peperdure horloges die tot in China en Hongkong worden verkocht. Geen bombastische klokken, maar introverte, ambachtelijke uurwerken.

Ineens gaat, tegen elf uur in de avond, de kroonluchter aan. De intieme, familiale sfeer aan de met damast bedekte tafel verandert in het felle licht ogenblikkelijk: geanimeerde gesprekken worden gestaakt, vorken en messen neergelegd. Hier zijn ze voor gekomen, de tien buitengewoon goede relaties die het Haagse juweliershuis Steltman heeft genodigd voor kookles en diner: de horloges komen op tafel. Het zijn er twee. Twee uitvoeringen van het nieuwe model van de Twentse broers Bart en Tim Grönefeld, de One Hertz. De horloges gaan rond, een enkeling haalt een loep uit zijn tas. De peperdure horloges van de heren gaan af, maken plaats voor een van de exemplaren. Even voelen hoe dat is, een Grönefeld om je pols. Gemompel verandert in goedkeurende kreten. 'Elegant', vindt de staalhandelaar. 'Stijvol', roept de eigenaar van een oliebedrijf. De broers, een soort eregasten vanavond, glimlachen. Dat vinden ze zelf ook.

Hoe verkoop je een horloge van €40.000 à

€50.000 per stuk? Discreet, zeker in deze sombere tijden. Veel juweliershuizen kiezen ervoor de potentiële klanten in een informele setting bij elkaar te brengen. Andrew Brom, shopmanager van Steltman, had het zo gezegd: 'We kennen de meesten van onze klanten heel goed. Zo kunnen we heel selectief uitnodigen. Vandaag zijn het liefhebbers van techniek en ambachtelijkheid. Een andere keer kunnen het mensen zijn die op de uitstraling van een wereldmerk afkomen.' Er wordt verkocht, nog steeds, verzekert Brom. Maar de tijd dat iemand langskomt en in één keer een aantal dure horloges inslaat, is hier te lande voorbij. 'Het is juist weer tijd voor de waardering van echtvakmanschap.'

De invloed van de crisis laat zich op nóg een manier gelden: de broers hebben bewust gekozen voor de ontwikkeling van een introvert horloge. Bart: 'De kenners weten hoeveel tijd en energie er in elk model zit, wat voor complicaties er in de kast verstopt zijn. Maar het is geen kijk-mij-nou-horloge.' 'Je kunt het', zegt hij met



De broers in hun atelier. Zeven horlogemakers werken vijf weken

aan één exemplaar van de One Hertz; onder: de GTM-06.

Kwarts. Het woord wordt door een genodigde uitgesproken alsof het een enge ziekte is

Twentse nuchterheid, 'ook dragen als je er een paar honderd man moet uitknallen.'

Internationale opleiding

Het verhaal van de broers begon eigenlijk al in 1912, toen opa Johan Grönefeld een juwelenwinkel opende in Oldenzaal. Vader Sjef bouwde de zaak uit vanaf de jaren zestig. Tim volgde de juweliersopleiding in Schoonhoven, Bart de horlogemakersopleiding in Rotterdam. Daarna volgen ze diverse gerenommeerde opleidingen in het buitenland, bijvoorbeeld bij de prestigieuze juwelier Asprey, waar ze de sultan van Brunei en Elton John als klanten zagen winkelen.

Beide broers keerden terug naar Nederland. Voor de importeur van Breitling repareerden ze teruggebrachte modellen. Langzaam rijpte het idee zelf te gaan produceren. 'Ik wilde geen klanten aan een Pulsar-horloge helpen', zegt Bart, de prater van de twee. 'We wilden alleen heel gecompliceerde horloges maken.'

Tien jaar geleden gingen ze aan de slag.

Met bloed, zweet en tranen werkten ze jarenlang aan wat hun eerste kaliber — het geheel aan raderwerken dat het uurwerk vormt — zou worden. De Grönefeld Tourbillon Minute Repeater, kortweg GTM-06, verscheen in 2008. In een oplage van twee. Om enigszins uit de kosten te komen, vroegen de mannen ruim drie ton voor elk horloge. En toen gebeurde het, op de Miljonair Fair, eind 2008, toen het woord kredietcrisis nog iets exotisch had. 'We verkochten het eerste exemplaar, op de openingsavond.' De broers Grönefeld werden meteen het succesverhaal van de Nederlandse horloge-industrie, het bewijs dat vakmanschap loont. Een gouden toekomst lag in het verschiet.

Andere tijden

'Dat liep wel even anders', zegt Bart nu. 'De crisis deed elke belangstelling vervagen. Uiteindelijk hebben we het andere exemplaar van dat horloge afgelopen voorjaar pas verkocht, aan een Amerikaan.' Geld verdienen de heren met reparaties van gecompliceerde uurwerken, maar de liefde voor het horloge maken verdween niet. 'We wilden een merk bouwen. Dan moet je dóór.' Het tweede kaliber — het model dat nu op tafel ligt — werd wel een stuk eenvoudiger. Toegankelijker geprijsd ook, al is alles relatief.

De One Hertz kost in staal € 35.000, in rosé-goud zo'n € 20.000 meer.

De prijs is voor kenners gerecht-





vaardig, al moeten ook de liefhebbers aan tafel even wennen. Zo veel geld voor een horloge dat, met een per seconde verspringende secondewijzer, net zo loopt als een kwartshorloge? Kwarts. Het woord wordt door een genodigde aan tafel uitgesproken alsof het een enge ziekte is. De introductie van dat kristal, als goedkope en nooit haperende 'motor' voor uurwerken in de jaren zeventig, leidde immers een langdurig verval in van het handgemaakte automatische uurwerk. Achterhaald, te duur.

Pas eind jaren negentig wist de Zwitserse horloge-industrie zichzelf opnieuw uit te vinden, geholpen door de nieuwe klanten die de economische voorspoed met zich meebracht. Mensen die fors wilden betalen voor een uniek, handgemaakt horloge.

Het model dat de broers One Hertz gedoopt hebben — dat is de frequentie waarmee de secondewijzer verspringt — is een knipoog naar dat kwartshorloge. Alleen de kenner weet dat het mechanisme handgemaakt is, in Oldenzaal, waar een club van zeven horlogemakers zich over elk exemplaar afzonderlijk vijf weken

Links: de nieuwe One Hertz met stalen kast. Rechts: de GTM-06,

waar het succes van de broers mee begon.

lang ontfermt. De oplage van het horloge is aanzienlijk hoger dan die van de GM-06: twaalf stuks in een stalen kast ('allemaal verkocht'), en twintig in roségoud.

Aan tafel tekenen zich bij de koffie twee kampen af, mannen die zweren bij staal ('de essentie') en diegenen die goud prefereren ('past bij mijn pakken, maar ook bij een polootje'). Eén van de aanwezigen blijkt al te zijn gezwicht: trots meldt hij dat het allerlaatste stalen exemplaar over een paar maanden om zijn pols zal bungelen.

Tic-Tac en Ding-Dong

Het jarenlange werk achter de schermen werpt eindelijk vruchten af. Onder Zwitserse vakbroeders heten Tim en Bart inmiddels monsieur Tic-

Tac en monsieur Ding-Dong; de eerste houdt zich bezig met de honderden radertjes, de tweede met complicaties als de 'minute repeater', die het aantal uren, minuten en seconden ingenieus aangeeft met minuscule gongslagen. De mannen haalden de voorpagina's van gezaghebbende horlogebladen, als experts op het gebied van zelfs de meest gecompliceerde mechanieken. Breed grijnzend: 'Als "authentic Swiss watchmakers" stonden we op de voorpagina's. Een enorme eer. Dat hebben we maar zo gelaten.' Zelf wuiven ze die eresaluten weg. 'Het gaat ons om schoonheid', verklaart Tim plechtig aan tafel. 'Een horloge moet móóí zijn', voegt Bart daaraan toe.

Ze mogen dan door een schatrijke klant in China op een geweldig onthaal zijn getraceerd, ter plekke ook nog een horloge aan diens vriend hebben verkocht en verkooppunten hebben in Hongkong en rijkeneclave Macau, maar: 'Na een dag hard werken drinken we een biertje. Heel gewoon.'

Grönefeld is inmiddels een bescheiden merk, maar het geld wordt nog maar moeizaam verdiend. Dit komt vooral door de grote investeringen in een eigen uurwerk. 'Ik droom wel eens dat ik wakker word met een enorme zak geld naast mijn bed', verzucht Bart. De andere Nederlandse horlogemaker, Christiaan van der Klaauw, ging onlangs in zee met private investeerders. Geld dat wordt gebruikt voor 'branding', voor internationale uitrol. 'Een investeerder vinden is natuurlijk wel een wens.'

De Haagse avond is, ver na middernacht, geslaagd. De klanten gaan huns weegs, voor sommigen wacht het vliegtuig. Een van de gasten verklaart bij de antieke deur van de kookschool zijn liefde voor horloges met een achteloze vergelijking: 'Ik kan wel een Porsche kopen, maar zodra je erin zit, zie je niet meer hoe mooi hij is. Een handgemaakt horloge, dat is schoonheid van binnen én van buiten.'