

JOB-MACHER UHRZEIT.ORG

Mit schicken Zeitmessern handeln



Henrike Clasen (25) ist für Einkauf und Vertrieb zuständig, Axel Lingner (36) arbeitet als Programmierer.

FOTOS: MANUELA KEIL

Der Online-Shop stellt zehn Leute ein: als Programmierer, fürs Marketing – und für neue Läden.

Manuela Keil

Mit zwölf Jahren bekam Axel Lingner seinen ersten Rechner. Später studierte er Medizin, beschäftigte sich aber immer weiter mit dem Programmieren. Als der Jurist Göran Holst im Jahr 2000 uhrzeit.org und damit nach sylt-travel.de sein zweites Onlineportal gründete, wurde Lingner der erste Mitarbeiter der jungen Firma. „Ich bin für das Programmieren der Internetseiten des Shops verantwortlich“, sagt der 36-Jährige, der gerade sein Medizinstudium erfolgreich abgeschlossen hat. Das Schöne an seinem Job: „Programmieren kann man immer und von überall – auch von zu Hause.“

Uhrzeit.org entstand anlässlich einer Gewinnspielaktion. Diese sollte um Punkt 24 Uhr online gehen – doch die Zeitangabe auf dem PC war kein Garant für die genaue Uhrzeit. Darum schlossen sich die Macher mit der Physikalisch-Technischen Bundesanstalt (PTB) in Braunschweig – der Wächterin über mehrere Atomuhren – kurz. So konnte uhrzeit.org als erste Seite im deutschsprachigen Internet die sekundengenaue Uhrzeit gemäß einer Atomuhr darstellen. Dazu wurde eine eigene Software entwickelt, die die Systemuhr aus dem heimischen PC mit der Atomuhr synchronisiert. „Unsere Website ist für die genaue Uhrzeit die Seite, die am häufigsten aufgerufen wird“, betont Marketingchef Stefan Schmahl (36). Später kam der Uhren-Onlineshop dazu. Seit Juni dieses Jahres gibt es im Levantehaus auch ein Ladengeschäft. „Im nächsten Jahr möchten wir weitere Geschäfte eröffnen, mittelfristig in Hannover und Bremen, später auch in Frankfurt, Berlin und München.“

Entscheidend sei dafür eine gute Lage.

„Wir wachsen stark“, sagt Schmahl. „Im vergangenen Jahr haben wir unsere Mitarbeiterzahl verdoppelt.“ Heute beschäftigt uhrzeit.org 14 Mitarbeiter und sucht aktuell zehn weitere Kollegen – für die Ladengeschäfte, die Kundenbetreuung, den Einkauf, das Marketing und die Programmierung. Vor allem Programmierer seien derzeit schwer zu finden, sagt Stefan Schmahl: „Der Markt ist leer gefegt.“

Das Unternehmen könne seinen Mitarbeitern dank der flachen Hierarchie einen großen Gestaltungsspielraum bieten, betont der Marketing-Chef. Zurzeit sind die Mitarbeiter alle zwischen 20 und 35 Jahre alt. Gern gesehen seien Hochschulabsolventen aus Marketing und Informatik, „Doch wir setzen keine bestimmten Abschlüsse voraus“, sagt der Geschäftsführer. Offenheit sei dagegen wichtig. Für den Einkauf und Kundenservice werde Berufserfahrung erwartet sowie ein freundliches Auftreten.

Die meisten Mitarbeiter haben zuvor ein Praktikum im Unternehmen gemacht. Auf diese Weise können sich beide Seiten drei bis sechs Monate lang kennenlernen. Auch Henrike Clasen be-

gann bei uhrzeit.org mit einem sechsmonatigen Praktikum. Die 25-Jährige hat Marketing und Kommunikation in Hamburg studiert. „Ich habe seit 2006 die rasante Personalentwicklung bei uhrzeit.org miterlebt. Heute bin ich für den Einkauf und Vertrieb zuständig. Außerdem koordiniere ich den Versand und habe mittlerweile auch Personalverantwortung.“

Das Unternehmen bietet bei Bedarf auch Teilzeit, vor allem im Kundenservice, an. „Das ist aber auch in jedem anderen Bereich möglich“, betont Schmahl. Er beobachtet den Uhrenmarkt seit Jahren und stellt fest: „Der Trend geht heute zu mehreren Uhren.“ Das Angebot von uhrzeit.org umfasst eine Vielzahl namhafter Hersteller, darunter Citizen, Omega, Skagen, Junghans und Seiko. Auch Trendjäger kommen auf ihre Kosten,

LESERAKTION

Interessieren Sie sich für eine Karriere bei uhrzeit.org? Das Unternehmen lädt 10 Leser zu einem Gespräch mit der Geschäftsführung ein. Reisekosten tragen die Teilnehmer. Schreiben Sie bitte bis Dienstag, 20. November, eine Postkarte mit Kurzvita, Adresse und E-Mail oder Telefonnummer an: Hamburger Abendblatt Beruf & Erfolg Stichwort: uhrzeit.org 20548 Hamburg

denn Guess, Tommy Hilfiger und Nixon gehören ebenfalls zur Produktpalette. Gerade Geschäftsleute, die nicht die Zeit haben, in ein Geschäft zu gehen, würden online bestellen, sagt Schmahl. „Denjenigen Kunden, die das haptische Erlebnis schätzen, kommt das Konzept der Ladengeschäfte entgegen.“ Die Philosophie des Unternehmens sei es, beide Bereiche miteinander zu vernetzen. So können Kunden im Geschäft die Uhren ansehen, anprobieren oder verschiedene Farben testen – und dann dort auch online bestellen. Die Uhren werden wahlweise nach Hause oder in das Ladengeschäft zum Abholen geliefert. Viel Wert legt das Unternehmen auf Schnelligkeit im Versand. Ist eine Uhr in der Hamburger Geschäftsstelle verfügbar, gelangt sie innerhalb von 24 Stunden nach Zahlungseingang zum Kunden.

DAS UNTERNEHMEN IN ZAHLEN

Uhrzeit.org wurde im Jahr 2000 von dem Juristen Göran Holst gegründet. Das Unternehmen hat heute 14 Mitarbeiter und mehr als 50 Uhrenmarken im Programm. Die Wach-

tumsrate beträgt seit vier Jahren konstant mehr als 100 Prozent. 30 000 Nutzer klicken täglich die Website an. 2006 waren es insgesamt sieben Mio. Besucher. (kei)

STANDORT: HOLZBRÜCKE



Uhrzeit.org hat seinen Sitz in der Straße Holzbrücke 7.

Die Holzbrücke in der Altstadt führt über das Nikolaifleet. Sie wurde 1847 fertiggestellt und ist rund 50 Meter lang. Schon vorher führte an dieser Stelle eine Brücke zur Marschinsel Cremon. Sie wurde jedoch beim großen Brand 1842 zerstört. Den Bomben des zweiten Weltkriegs fielen dann die Treppenanlagen und die Kandelaber zum Opfer. Ansonsten blieb die Holzbrücke weitgehend verschont. 1952 wurde sie instand gesetzt. (apa)



Marketingchef Stefan Schmahl (36) sucht Kandidaten mit Berufserfahrung für den Einkauf und den Kundenservice. „Wir setzen keine bestimmten Abschlüsse voraus“, sagt er.