



TIME TO REACH YOUR STAR: ZENITH KEYNOTE 2020 VON JULIEN TORNARE

Le Locle, 3. September 2020: Zenith CEO Julien Tornare sprach heute über seine Markenvision und stellte die „Time to Reach Your Star“ Philosophie vor.

Zenith begleitet seit jeher Menschen mit großen Träumen, die entschlossen sind, diese zu verwirklichen. „Time to Reach Your Star“ ist seit der Firmengründung das Credo der Marke. Es ist nicht nur ein Spruch oder ein Slogan, sondern eine Philosophie und Geisteshaltung, die alle Aktivitäten rund um Zenith seit Anbeginn umfasst. In den vergangenen zwei Jahren wurde das „Time to Reach Your Star“ Mantra vorsichtig in alle Bereiche von Zenith eingeführt - von den Produkten über die Markenidentität und das Boutiquedesign bis hin zu den außergewöhnlichen Menschen, die das Motto auf perfekte Weise verkörpern - damals und heute.

Alles begann mit Georges-Favre Jacot, einem Visionär des 19. Jahrhunderts, der sich vorgenommen hatte, die präziseste Uhr aller Zeiten zu produzieren. Mit gerade einmal 22 Jahren stellte er sich der Herausforderung, die erste integrierte Uhrenmanufaktur der Schweiz zu gründen. Eines Nachts, nachdem er letzte Hand an sein neues Chronometerkaliber gelegt hatte (das später mit Preisen überhäuft wurde), schaute Georges Favre-Jacot in den Sternenhimmel und erkannte, dass er sein persönliches Ziel erreicht hatte, seinem Stern, dem „Zenit“ oder höchsten Punkt am Himmel, ganz nah war. Genau in diesem Moment entschied er, dem Kaliber und der Manufaktur den Namen Zenith zu geben.

Seither begleitet Zenith außergewöhnliche Persönlichkeiten auf ihrem Weg, ihre einzigartigen Vorhaben zu realisieren. So wie Louis Blériot, der erste Mann, der den Ärmelkanal überflog, oder Felix Baumgartner, der mit seinem Stratosphärensprung für Aufsehen sorgte. Die Historie von Zenith ist reich an Geschichten zahlreicher Persönlichkeiten, die ihre Träume verwirklicht haben.

Heute beleuchtet Zenith diese unvergleichliche und inspirierende Reise, die besondere Leistungen von Menschen und deren persönliche Erfüllung in den Mittelpunkt stellt, mit einer neuen Kampagne, in der es natürlich um den Menschen, aber auch um persönliche Erfahrungen und Produkte geht. Indem sich Zenith mit gleichgesinnten Persönlichkeiten wie dem Tenniscoach und Mentor Patrick Mouratoglou oder dem Superstar DJ Carl Cox umgibt, die die gleiche Leidenschaft und unbändige Motivation teilen, bleibt die Marke ihrem Leitstern treu. Eine neue visuelle Werbekampagne, die ambitionierte Frauen und Männer zeigt, macht diese Philosophie einem weltweiten Publikum zugänglich. Egal, wie ihre Träume aussehen mögen, Zenith unterstützt Menschen, die sich auf den Weg machen, um ihre Träume zu realisieren.

EIN VIRTUELLES SHOPPINGERLEBNIS IM 21. JAHRHUNDERT

Bei Zenith beschränkt sich Innovation nicht nur auf Uhrmacherei. Als erste Manufaktur, die ihre Türen für die Öffentlichkeit öffnete, sucht die Marke immer wieder nach neuen, kreativen Wegen, ihre einzigartige und inspirierende Geschichte der Welt zugänglich zu machen. Seit dem Start der neuen Website in diesem Jahr steht den Benutzern ein virtueller 360 Grad Video-Rundgang durch Raum und Zeit zur Verfügung, um die Manufaktur Zenith zu entdecken und mehr über die Helden zu erfahren, die die beispiellose Entwicklung des Unternehmens geprägt haben. Aufgrund des COVID-19 Lockdowns konnten während dieser Zeit keine Besucher in der Manufaktur empfangen werden. Viele Online-Besucher haben den virtuellen 360 Grad Video-Rundgang sehr geschätzt, der es ermöglicht, bis in die Werkstatt und sogar Charles Vermots geheimen Dachboden eintauchen.

Nun entwickelt sich der virtuelle Besuch zu etwas zuvor noch nie Dagewesenen in der Welt der Uhren: eine einmalige und eindringliche, virtuelle Shopping-Erfahrung, in der der Besucher mühelos von



digitalen Inhalten über Social Media bis hin zur E-Commerce-Plattform geführt wird. Auf diesem interaktiven Shopping-Rundgang werden gleichzeitig die Geschichten der Uhren wie zum Beispiel der Defy Midnight, Pilot Type 20 und Chronomaster Revival Shadow erlebbar und die Uhren können in 3D-Format betrachtet werden.

DIE ZENITH ICONS KOLLEKTION - VINTAGE NEU AUFGELEGT

Die Vergangenheit und Zukunft sind untrennbar miteinander verbunden, auch für eine Marke wie Zenith, die stets nach Innovation strebt. Viele historische Uhrenmodelle der Marke sind inzwischen zu einem begehrten Sammlerobjekt für anspruchsvolle Uhrenliebhaber geworden. Zenith ist stets bemüht, seinen Kunden ein außergewöhnliches Erlebnis zu bereiten und bietet ihnen deshalb einen neuen besonderen Service: Von der Manufaktur gesuchte, restaurierte und zertifizierte Vintage-Uhren können nun über einen sicheren Kanal bezogen werden: **ZENITH ICONS**.

Um diesen historischen Uhren ein zweites Leben zu geben, recherchiert die Heritage-Abteilung der Manufaktur nach den begehrtesten Vintage-Modellen von Zenith, die dann auf das Feinste restauriert werden, von einem speziellen Team im Restaurierungsatelier der Manufaktur. Da Zenith über ein vollständiges Archiv seiner gesamten historischen Produktion als auch über ein umfangreiches Inventar an historischen Komponenten verfügt, können die Vintage-Uhren am Ursprungsort mit Originalbauteilen restauriert werden. Nur wenige Manufakturen können sich damit brüsten.

Zenith lädt seine Kunden ein, neu aufbereitete Vintage-Modelle aus der Zenith Icons Kollektion zu entdecken und mit dem selben Komfort und Vertrauen wie in einer Zenith Boutique zu erwerben. Der Käufer kann sich dabei absolut sicher sein, über die Herkunft und die Geschichte der Uhr, die originalgetreu und komplett nachverfolgbar von der Manufaktur restauriert wurde.

DREAMHERS - ERFOLGE VON FRAUEN RICHTIG WÜRDIGEN

2020 ist ein besonderes Jahr für Zenith und seine neue Richtung für Damenuhren. Zum allerersten Mal stellt Zenith eine Uhrenkollektion vor, die ausschließlich Frauen gewidmet ist: die DEFY Midnight. Modern, vielfältig und charakterstark richtet sich die Uhrenlinie an selbstbewusste Frauen, die ihre Träume verfolgen: die **ZENITH DREAMHERS**.

Zenith startet eine neue weltweite Kampagne, die auf lokaler Ebene inspirierende und visionäre Frauen in Szene setzt. Frauen, die nach den Sternen gegriffen haben und ihre Träume trotz aller möglichen Widrigkeiten verwirklicht haben. Frauen, die den Ethos „Time to Reach Your Star“ leben und den Geist und Ausdruck der DEFY Midnight perfekt verkörpern. Ganz klar eine Uhr des 21. Jahrhunderts für Frauen, die ein aktives Leben führen und immer bestrebt sind, ihre Träume zu verwirklichen. Und da Zenith die Einmaligkeit zelebriert, bietet die DEFY Midnight eine Auswahl an leicht auswechselbaren Armbändern in unterschiedlichen Farben und Materialien, neben dem integrierten Edelstahlarmband, das sich ergonomisch perfekt ans Handgelenk legt.

Die „DreamHers“ Kampagne wird Mitte September lanciert, zunächst mit der Tänzerin Precious Adams vom English National Ballet, Teresa J. Cuevas, einer ehemaligen Architektin und jetzt Malerin aus Spanien und die japanische Fernsehreporterin Airi Hatakeyama die neueste Zenith-Freundin der Marke. Freuen Sie sich bereits jetzt darauf, in den kommenden Wochen und Monaten mehr über Zenith DreamHers und die inspirierenden Geschichten zu erfahren.

Keynote by Julien Tornare: <https://youtu.be/LVRp4wsinqk>



ZENITH: TIME TO REACH YOUR STAR.

Die Mission von Zenith besteht darin, Menschen dazu zu inspirieren, ihre Träume zu leben und wahr werden zu lassen - allen Widrigkeiten zum Trotz. Seit der Gründung der Marke im Jahr 1865 ist Zenith die erste Uhrenmanufaktur im modernen Sinne. Die Uhren der Marke haben außergewöhnliche Persönlichkeiten begleitet, die große Träume hatten und nach dem Unmöglichen strebten - von Louis Blériots historischem Flug über den Ärmelkanal bis hin zu Felix Baumgartners Rekordsprung im freien Fall aus der Stratosphäre.

Unter dem Leitstern der Innovation stattet Zenith all seine Uhren mit außergewöhnlichen, im eigenen Haus entwickelten und gefertigten Uhrwerken aus. Vom ersten Automatikchronographen, der El Primero, über den schnellsten, auf die 1/100-Sekunde genauen Chronographen El Primero 21 bis zur Inventor, die das Regulierorgan revolutioniert, indem sie mehr als 30 Bauteile durch ein einziges, monolithisches Element ersetzt, verschiebt die Manufaktur immer wieder die Grenzen des Machbaren. Seit 1865 prägt Zenith die Zukunft der Schweizer Uhrenherstellung - als Begleiter all derer, die es wagen, sich selbst herauszufordern und Hindernisse zu überwinden. Die Zeit nach Ihrem Stern zu greifen, ist gekommen.