IWC/AMG

Power-Partner

Auf eine langfristige Zusammenarbeit haben sich die Uhrenmanufaktur IWC und die Motorenschmiede Mercedes-AMG verständigt. Besiegelt wurde die Partnerschaft am 1. Oktober durch Mario Spitzer, Direktionsmitglied von AMG, und Georges Kern, CEO von IWC. Neben verschiedenen Projekten und Veranstaltungen planen die beiden Unternehmen in nächster Zukunft gemeinsam die Lancierung einer Uhr. Für Spitzer liegen die Gemeinsamkeiten von Uhren- und Motorenbauer auf der Hand: „Die Kunden der AMG sind – ähnlich wie die der IWC – sehr technikorientiert und zeigen viel Liebe fürs Detail." George Kern ergänzt: „Als Ingenieur-Marke hat IWC Schaffhausen eine natürliche Affinität zur puristischen Leistungskultur, die AMG so erfolgreich pflegt. Außerdem teilen wir beide den Sinn für Understatement und diskrete Exklusivität." *wam*

Mario Spitzer, Direktionsmitglied von Mercedes-AMG (links), und Georges Kern, CEO von IWC, planen unter anderem ein gemeinsames Uhrenprojekt

MEER

Zeitenmeer

Mit den drei Modellreihen Tarsis, Keos und Pharos startet die Uhrenmarke Meer auf dem deutschen Markt. Markenchef und Namensgeber Jürgen Meer kann bei dieser Neueinführung auf seine zwei Jahrzehnte Erfahrung in der Uhren- und Schmuckbranche unter anderem bei Seiko, Raymond Weil und Omega zurückgreifen. Für das Design konnte Meer Hans Gabriel Scholl gewinnen, den er aus seiner Zeit als Geschäftsführer von Xen und Watchpeople kennt. Auch für die Zusammenarbeit mit Werke- und Gehäuseherstellern in der Schweiz waren die langjährigen Kontakte Meers dienlich. Meer verwendet ausschließlich Eta-Werke. In den ersten drei Serien kommt das Eta 2824-2 zum Einsatz, das mit Genfer Streifen, Incabloc-Stoßsicherung, polierten Kanten und gebläuten Schrauben von Meer aufgewertet wird. Die dreiteiligen Gehäuse sind aus Edelstahl gefertigt und mit Glasböden ausgestattet. Die Preise liegen bei 575 € für die Linien Keos und Pharos und bei 595 € für die tonneauförmige Tarsis. *wam*

Klassisches Design zu moderaten Preisen: Pharos und Tarsis von der neuen Marke Meer

Facts

- Auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2003/2004 blickt der Konzern **EganaGoldpfeil** zurück. Wie das europäische Hautquartier des Unternehmens in Offenbach bekannt gab, stieg der Konzernumsatz um 36% auf 379 Millionen Euro. Der Jahresüberschuss nach Steuern stieg sogar um 61% auf rund 106 Millionen Euro. Im Uhrenbereich verzeichnete EganaGoldpfeil ein Umsatzwachstum um 27% auf rund 178 Millionen Euro. „Vor allem die Märkte in Asien, aber auch in Europa haben uns das geplante Wachstum in allen Geschäftsbereichen erreichen lassen", so Hans-Jörg Seeberger, Geschäftsführer und Hauptaktionär von EganaGoldpfeil.