
IWC LANCIERT BIG PILOT'S WATCH KAMPAGNE MIT MARKENBOTSCHAFTER LEWIS HAMILTON

Schaffhausen, 3. Juni 2021 – Nach der Lancierung der neuen Pilot's Watch Kollektion im April startet IWC Schaffhausen eine globale Werbekampagne für die Big Pilot's Watch. Im Zentrum steht der siebenfache FIA Formula One™ World Drivers' Champion Lewis Hamilton, der seit 2013 Markenbotschafter von IWC ist. Die Kampagne fokussiert auf die Entwicklung Hamiltons von einem „driver of the fastest cars“ zu einem „driver of change“, der sein Talent und seinen Einfluss nutzt, um das Bewusstsein für soziale Ungerechtigkeit zu schärfen und bessere Chancen für Menschen unterschiedlichsten Hintergrunds zu schaffen. Die atemberaubenden Bilder wurden vom britischen Fotografen Misan Harriman aufgenommen, der neuer Markenbotschafter von IWC wird.

Die neue Kampagne bringt Lewis Hamilton mit der Big Pilot's Watch zusammen und unterstreicht damit den einzigartigen Status des Rennfahrers und der Uhrenikone. Im Jahr 2002 als „Grosse Fliegeruhr Ref. 5002“ lanciert, hat sich die Big Pilot's Watch seither zu einer Ikone des modernen Designs und zum Ausdruck einer bestimmten Geisteshaltung entwickelt. Heute ist sie der Zeitmesser der Wahl für kreative Macher, mutige Unternehmer sowie Menschen, die konsequent ihren eigenen Weg gehen, um ihre Visionen und Träume zu realisieren. Hamilton passt hervorragend in dieses Profil. Er hat sich von einem Sportler, der sich auf die Jagd nach Rekorden konzentriert, zu einem „driver of change“ entwickelt. Heute nutzt er seine Stimme, um sich zu sozialen Themen wie Diversität und Inklusion in seinem Sport zu äussern. In der Kampagne trägt Hamilton Uhren aus der neuen Kollektion wie die Big Pilot's Watch 43, die Big Pilot's Watch TOP GUN Edition „Mojave Desert“, die Big Pilot's Watch Perpetual Calendar und die Pilot's Watch Chronograph 41.

„Wir hätten niemand besseren als Lewis Hamilton finden können, um den einzigartigen Charakter der Big Pilot's Watch auszudrücken. Er ist ein bemerkenswerter Sportler, angetrieben von Leidenschaft und Zielstrebigkeit. Als facettenreiche Persönlichkeit verdient Lewis unseren tiefsten Respekt – nicht nur für seine Leistungen auf der Rennstrecke, sondern auch als Motor des Wandels. Mit der Wahl von Lewis für die neue Kampagne unterstreichen wir das Engagement von IWC für Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung sowie auch unseren Anspruch, Diversität und Vielfalt in unserem Unternehmen noch stärker zu fördern“, erklärt Franziska Gsell, Chief Marketing Officer von IWC Schaffhausen.

MISAN HARRIMAN WIRD IWC- MARKENBOTSCHAFTER

Die Bilder der Kampagne wurden vom renommierten Fotografen Misan Harriman aufgenommen. Der in Nigeria geborene und in Grossbritannien aufgewachsene Harriman hat kürzlich Geschichte geschrieben, indem er als erster Schwarzer in der 104-jährigen Geschichte der britischen Vogue das Coverfoto des Magazins schoss. Als Autodidakt hat er viele entscheidende Momente der jüngeren Geschichte dokumentiert und ist für seinen einzigartigen Erzähl- und Reportagestil bekannt. IWC freut sich, Harriman in den Kreis der Markenbotschafter aufzunehmen. Der britische Fotograf ist auch in der digitalen Big Pilot's Watch Kampagne von IWC zu sehen. In einem kurzen Video, das auf den digitalen Kanälen der Marke verfügbar ist, spricht er über Meilensteine seiner Karriere und seine Leidenschaft für die Big Pilot's Watch. IWC hat zudem ein Gespräch zwischen Harriman und Hamilton aufgezeichnet, in dem die beiden über die beeindruckende Karriere des Rennfahrers, seine Leidenschaft für Mode und Musik und seine Rolle als Aktivist sprechen.

Link zur Visualisierung der digitalen IWC Big Pilot's Watch Kampagne von Misan Harriman: <https://watches.iwc.com/misanigtv>

Link zur Visualisierung des Gesprächs zwischen Misan Harriman und Lewis Hamilton: <https://watches.iwc.com/misanxlewis>

IWC SCHAFFHAUSEN

1868 gründete Florentine Ariosto Jones aus Boston die „International Watch Company“ in Schaffhausen. Der amerikanische Uhrmacher kombinierte moderne Produktionsmethoden aus seiner Heimat mit Schweizer Handwerkskunst, um hochwertige Taschenuhren für das Luxussegment herzustellen. Damit schuf er 27-jährig nicht nur den typischen Engineering-Ansatz von IWC, sondern er etablierte auch die zentralisierte Fertigung von mechanischen Uhren in der Schweiz.

In den vergangenen über 150 Jahren hat sich IWC mit funktionalen und benutzerfreundlichen Komplikationen wie Chronographen und Kalendern weltweit einen Namen gemacht. Die Manufaktur war ein Pionier in der Verarbeitung von Titan und Keramik und ist heute auf robuste Uhrengehäuse aus technischen Materialien wie Titanaluminid oder Ceratanium® spezialisiert. Mit einer klaren, puristischen Designsprache und kontinuierlicher Innovationskraft entwickelt IWC zeitlos schöne Ikonen.

Uhren aus Schaffhausen sind gebaut, um Generationen zu überdauern. Entsprechend hohe Ansprüche stellt IWC an die Nachhaltigkeit sämtlicher Unternehmensaktivitäten. Die Manufaktur legt Wert auf Transparenz, beschafft Rohstoffe verantwortungsvoll und verkleinert die Auswirkungen des Geschäfts auf die Umwelt. Sie bildet die nächste Generation von Uhrmachern selber aus und möchte allen Mitarbeitenden beste Arbeitsbedingungen bieten. Gemeinsam mit Partnern setzt sich IWC zudem weltweit für benachteiligte Kinder und Jugendliche ein.

DOWNLOADS

Bilder können unter press.iwc.com heruntergeladen werden.

WEITERE INFORMATIONEN

IWC Schaffhausen
Department Public Relations
E-Mail press-iwc@iwc.com
Website press.iwc.com

INTERNET UND SOCIAL MEDIA

Website iwc.com
Facebook facebook.com/IWCWatches
YouTube youtube.com/iwcwatches
Twitter twitter.com/iwc
LinkedIn linkedin.com/company/iwc-schaffhausen
Instagram instagram.com/iwcwatches
Pinterest pinterest.com/iwcwatches