

---

## NEUES BOUTIQUE-KONZEPT FÜR ZÜRICH WÜRDIGT DAS RENNSPORT-ERBE VON IWC

---

Schaffhausen / Zürich, 3. September 2020 – Einsteigen und anschnallen: Die in Zürich neu eröffnete Flagship-Boutique von IWC Schaffhausen führt das Einzelhandelskonzept in eine neue Dimension und nimmt die Besucher mit auf eine interaktive Reise in die Welt des IWC Racing Teams. Der Fokus auf das Motorsport-Team von IWC stellt eine Verbindung her zwischen der Engineering-Kompetenz im Rennsport und in der Uhrmacherei. In den grosszügigen Räumlichkeiten erwarten die Besucher unter anderem viele Motorsport-Memorabilia, innovative digitale Anwendungen wie virtuelle Realität und eine Live-Verbindung in das IWC-Manufakturzentrum in Schaffhausen. Beste Voraussetzungen also, um die hochwertig verarbeiteten mechanischen Zeitmesser von IWC in einem lebendigen Umfeld zu entdecken.

Die auf der „Zielgeraden“ der Zürcher Bahnhofstrasse gelegene Boutique wurde räumlich vergrössert und von Grund auf neu eingerichtet. Der „IWC Racing Works Store“ ist künftig die Heimbasis des IWC Racing Teams. Das Motorsport-Team der Schweizer Luxusuhrenmanufaktur wurde 2017 gegründet und geht seither bei ausgewählten historischen Rennsport-Veranstaltungen an den Start. Die Besucher der Flagship-Boutique treten ein in die Welt einer betriebsamen Werkstatt. Motorsport-Memorabilia, Engineering-Artefakte und spezielle Zeitmesser erzählen die Geschichte der langjährigen Verbindung zwischen IWC und dem Automobilsport.

Das Herzstück der Boutique bildet der Mercedes-Benz 300 SL „Gullwing“, einer der ikonischsten Sportwagen aller Zeiten und das offizielle Auto des IWC Racing Teams. Er wurde bereits von Motorsport-Legenden wie David Coulthard, Bernd Mayländer oder Mercedes-AMG-Botschafter Bernd Schneider pilotiert. Die Besucher können nicht nur die perfekte Silhouette des „Flügeltürers“ bestaunen – sie dürfen sich auch ans Steuer setzen und ihre Fahrkünste in einem Virtual-Reality-Simulator unter Beweis stellen.

„Wie eine Geschichte, die sich physisch erfahren lässt, entführt die IWC Racing Works Boutique die Besucher in die Welt von IWC und macht unsere langjährige Verbindung zum Motorsport auf eine einzigartige Weise erlebbar. Die Flagship-Boutique bietet aber nicht nur ein unvergessliches interaktives Erlebnis. Dank den vielen Serviceleistungen, die wir dort anbieten, ist sie auch ein Kompetenzzentrum für Uhrmacherei“, erklärt Christoph Grainger-Herr, der CEO von IWC Schaffhausen. Im Mittelpunkt steht die Präsentation der kompletten Uhrenkollektionen aus Schaffhausen. Sie werden in neu entwickelten, glasfreien Vitrinen ausgestellt und lassen sich deshalb noch viel haptischer erfahren. Der umliegende Bereich wurde in verschiedene thematische Zonen gegliedert:

Das „Engineering Lab“ erzählt die Geschichte des technischen Know-hows von IWC und informiert über die wichtigsten Innovationen aus der 152-jährigen Geschichte der Manufaktur. Modelle der IWC-Manufakturkaliber und Muster von Gehäusematerialien werden ergänzt durch eine unterhaltsame Multimedia-Präsentation.

In der „Garage“ im hinteren Teil befindet sich der 300 SL „Gullwing“. Die „Hero Wall“ erinnert an die wichtigsten Siege der Fahrer des IWC Racing Teams.

Die als Werkstatt für Innenausstattung gestaltete „Customs Studio“ spezialisiert sich auf die Personalisierung von IWC-Uhren, etwa mit neuen Armbändern. Uhrenarmbänder aus dem charakteristischen roten Polsterleder des Mercedes-Benz 300 SL „Gullwing“ werden exklusiv in der Zürcher Boutique zum Kauf angeboten.

In der „Driver’s Lounge“ hat IWC in Zusammenarbeit mit Mr. Porter ein „Shop-the-Look“-Konzept umgesetzt. Die Besucher können hier den Look ihrer Uhr mit einer Auswahl von Outfits und Accessoires komplettieren.

Der „Workshop“ im Untergeschoss beherbergt die Uhrmacherwerkstatt mit einer Augmented-Reality-Videofunktion sowie einer Live-Verbindung in das Manufakturzentrum von IWC in Schaffhausen.

Das Besuchererlebnis in der neuen Flagship-Boutique wartet auch mit vielen digitalen Funktionalitäten auf.

So lassen sich beispielsweise die Inhalte auf den Displays in den Schaufenstern von der Strasse aus über das Mobiltelefon steuern. Im Eingangsbereich führt ein magisches, interaktives Buch den Besucher in die Gründungsgeschichte und die wichtigsten Produktfamilien von IWC ein. Die komplette Flagship-Boutique kann in virtueller Realität auf [iwc.com](http://iwc.com) besucht werden. Kunden profitieren zudem von neuen Services wie Videokonsultationen.

„In unserer neuen Flagship-Boutique nehmen wir die Kunden mit auf eine aufregende Reise in die Welt von IWC Racing. Die Detailfülle ist eindrücklich und es gibt so vieles zu entdecken. Damit möchten wir unsere Besucher überraschen und unterhalten“, präzisiert Pascal Sbrzesny, Head of Architectural Concepts & Store Planning von IWC Schaffhausen.

Die IWC Racing Works Boutique ist die erste in einer Reihe von thematischen Flagship-Boutiquen auf der ganzen Welt. An anderen Standorten will IWC künftig weitere spannende Kapitel aus dem Universum der Marke erzählen.

## 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 Uhregehäuse 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 der neuen Flagship-Boutique in Zürich können bezogen werden unter [press.iwc.com](http://press.iwc.com).

## WEITERE INFORMATIONEN

IWC Schaffhausen  
Department Public Relations  
E-Mail [press-iwc@iwc.com](mailto:press-iwc@iwc.com)  
Website [press.iwc.com](http://press.iwc.com)

## INTERNET UND SOCIAL MEDIA

Website [iwc.com](http://iwc.com)  
Facebook [facebook.com/IWCWatches](https://facebook.com/IWCWatches)  
YouTube [youtube.com/iwcwatches](https://youtube.com/iwcwatches)  
Twitter [twitter.com/iwc](https://twitter.com/iwc)  
LinkedIn [linkedin.com/company/iwc-schaffhausen](https://linkedin.com/company/iwc-schaffhausen)  
Instagram [instagram.com/iwcwatches](https://instagram.com/iwcwatches)  
Pinterest [pinterest.com/iwcwatches](https://pinterest.com/iwcwatches)