

# UHLIG.

## PR & KOMMUNIKATION

### CASE STUDY

**KUNDE:** Grand Seiko - PR-Maßnahmen zur Unterstützung des Markenaufbaus

#### Situation

- Grand Seiko wird seit 1960 mit dem Anspruch gefertigt, die beste Luxusuhr für den täglichen Gebrauch zu sein. Die japanische Marke mit dem Claim „The Nature of Time“ ist eine perfekte Ergänzung zu anderen Marken im Luxusbereich mit einzigartigen Technologien und Designs. Der USP: Ganggenauigkeit, Schönheit, Haltbarkeit, Ablesbarkeit. Besonders hervorzuheben sind die wunderschönen Ziffernblätter, die von an der japanischen Natur inspiriert sind.
- „Grand Seiko ist mehr als eine Luxusuhrenmarke. Eine Grand Seiko am Handgelenk zu tragen, ist ein Versprechen für gemeinsame Werte. Es erzählt eine Geschichte darüber. Sie ist auch Teil eines intimen Kreises außergewöhnlicher, anspruchsvoller und avantgardistischer Enthusiasten des echten japanischen Kunsthandwerks und der Philosophie von Takumis.“
- Grand Seiko feierte 2020 seinen 60. Geburtstag. Seit 10 Jahren ist die Marke auf dem europäischen Markt verfügbar und wird bei ausgewählten Fachjuwelieren als auch in Seiko und Grand Seiko Boutiquen verkauft. Grand Seiko ist im High-End-Luxus-Segment angesiedelt. Konkurrenzunternehmen sind u.a. A. Lange & Söhne, Rolex, Patek Philippe.

#### Aufgabe

- Steigerung des Bekanntheitsgrades unter Uhrenliebhabern
- Die Einzigartigkeit von Grand Seiko einem breiteren Publikum zugänglich machen
- Aufbau eines positiven und glaubwürdigen Images
- Emotionale Ansprache der Zielgruppe, vor allem junge, technikorientierte Männer
- Aufbau und Pflege eines hochwertigen PR-Netzwerks im deutschsprachigen Raum
- Generierung von kontinuierlichen PR-Publikationen

#### Umsetzung

- Entwicklung eines B2B- und B2C-Medienverteilers (Uhrenfachpresse, Publikumsmedien Online/Print, Influencer)
- Analyse und Auswahl der VIP Medien im Bereich Fashion, Männerzeitschriften, Architektur, Wirtschafts-Magazine und Beilagen der Tagespresse für die Schaltung von Anzeigen und Lancierung der PR
- Aufbau und Pflege der Kontakte zu den VIP Medien
- Organisation von Fotoshootings mit den Magazinen
- Planung und Organisation einer B2B-Pressereise in die Grand Seiko Boutique nach Paris
- Planung und Organisation von zwei Journalisten-Events in Hamburg und München
- Planung und Koordination von Pressemailings zu den Neuheiten

# UHLIG. PR & KOMMUNIKATION

## Ergebnis

- Aufbau von Bekanntheit und Bildung von Awareness für die Grand Seiko bei den VIP Medien
- Teilnehmer Pressereise und Events: 53 Journalisten und Influencer
- Generierung von 78 Veröffentlichung in Printmedien und 108 Veröffentlichung in Onlinemedien in einem Jahr
- Veröffentlichungen in VIP Medien, z.B. Esquire, InStyleMen, Fokus Style, Men's Health, Die Zeit, Althaus, Architektur & Wohnen



## TIGER SEI BEREIT

Japanisches Handwerk, das überzeugt: Wie Grand Seiko diese Europa erobert



Der Sekundärmarkt bleibt aber eher abseitig, es ist ein harter Wettbewerb. Gerade durch die Zeit, wie man es immer wieder findet, wie Märkte in der Zeit. Und natürlich kann man gewinnen und es sich ein bisschen leisten, aber natürlich nicht die Preise von Rolex oder Omega. Und das ist natürlich kein Problem, denn Grand Seiko ist ein Unternehmen, das lange die Schweizer Firmen wie Omega gegenüber. Doch was eine persönliche Angelegenheit mit der Zeit, denn "Tiger" heißt, dass man immer ein bisschen weiter geht.

Im Jahr 1972, von 1972 bis heute, hatten die Kunden in Form der Uhr. Und das ist natürlich ein Problem, denn die Kunden sind nicht nur die Kunden, sondern die Kunden sind die Kunden. Und das ist natürlich ein Problem, denn die Kunden sind nicht nur die Kunden, sondern die Kunden sind die Kunden.

Der Sekundärmarkt bleibt aber eher abseitig, es ist ein harter Wettbewerb. Gerade durch die Zeit, wie man es immer wieder findet, wie Märkte in der Zeit. Und natürlich kann man gewinnen und es sich ein bisschen leisten, aber natürlich nicht die Preise von Rolex oder Omega. Und das ist natürlich kein Problem, denn Grand Seiko ist ein Unternehmen, das lange die Schweizer Firmen wie Omega gegenüber. Doch was eine persönliche Angelegenheit mit der Zeit, denn "Tiger" heißt, dass man immer ein bisschen weiter geht.

Im Jahr 1972, von 1972 bis heute, hatten die Kunden in Form der Uhr. Und das ist natürlich ein Problem, denn die Kunden sind nicht nur die Kunden, sondern die Kunden sind die Kunden.

Der Sekundärmarkt bleibt aber eher abseitig, es ist ein harter Wettbewerb. Gerade durch die Zeit, wie man es immer wieder findet, wie Märkte in der Zeit. Und natürlich kann man gewinnen und es sich ein bisschen leisten, aber natürlich nicht die Preise von Rolex oder Omega. Und das ist natürlich kein Problem, denn Grand Seiko ist ein Unternehmen, das lange die Schweizer Firmen wie Omega gegenüber. Doch was eine persönliche Angelegenheit mit der Zeit, denn "Tiger" heißt, dass man immer ein bisschen weiter geht.

Im Jahr 1972, von 1972 bis heute, hatten die Kunden in Form der Uhr. Und das ist natürlich ein Problem, denn die Kunden sind nicht nur die Kunden, sondern die Kunden sind die Kunden.

Der Sekundärmarkt bleibt aber eher abseitig, es ist ein harter Wettbewerb. Gerade durch die Zeit, wie man es immer wieder findet, wie Märkte in der Zeit. Und natürlich kann man gewinnen und es sich ein bisschen leisten, aber natürlich nicht die Preise von Rolex oder Omega. Und das ist natürlich kein Problem, denn Grand Seiko ist ein Unternehmen, das lange die Schweizer Firmen wie Omega gegenüber. Doch was eine persönliche Angelegenheit mit der Zeit, denn "Tiger" heißt, dass man immer ein bisschen weiter geht.

Im Jahr 1972, von 1972 bis heute, hatten die Kunden in Form der Uhr. Und das ist natürlich ein Problem, denn die Kunden sind nicht nur die Kunden, sondern die Kunden sind die Kunden.



GRAND SEIKO

## LICHT UND SCHATTEN

Die Manufaktur Grand Seiko bringt mit der Elegance European Exclusive Edition zwei Modelle auf den Markt, die es nur in Europa geben wird. Sie sind dem Thema Licht und Schatten gewidmet, das in der traditionellen japanischen Architektur eine wichtige Rolle spielt. Im Mittelpunkt dieser Ästhetik steht das Spiel von Licht und Schatten, das sich in der japanischen Architektur wiederfindet. Die Modelle sind in zwei Farben erhältlich: ein warmes Braun und ein dunkles Schwarz. Die Modelle sind in zwei Varianten erhältlich: ein Modell mit einem minimalistischen Design und ein Modell mit einem komplexeren Design. Die Modelle sind in zwei Varianten erhältlich: ein Modell mit einem minimalistischen Design und ein Modell mit einem komplexeren Design.

Die Manufaktur Grand Seiko bringt mit der Elegance European Exclusive Edition zwei Modelle auf den Markt, die es nur in Europa geben wird. Sie sind dem Thema Licht und Schatten gewidmet, das in der traditionellen japanischen Architektur eine wichtige Rolle spielt. Im Mittelpunkt dieser Ästhetik steht das Spiel von Licht und Schatten, das sich in der japanischen Architektur wiederfindet. Die Modelle sind in zwei Farben erhältlich: ein warmes Braun und ein dunkles Schwarz. Die Modelle sind in zwei Varianten erhältlich: ein Modell mit einem minimalistischen Design und ein Modell mit einem komplexeren Design. Die Modelle sind in zwei Varianten erhältlich: ein Modell mit einem minimalistischen Design und ein Modell mit einem komplexeren Design.



Ein Meisterwerk der Manufaktur Grand Seiko mit Handaufzug und 72 Stunden Gangreserve. Das Modell SBGW269 von 'Yukage' dem schwachen orangefarbenen Licht der Abendstimmung inspiriert, das der Höhe entspricht und das den Raum mit Wärme erfüllt. Beide Modelle verfügen über ein gewölbtes Zifferblatt.

# UHLIG. PR & KOMMUNIKATION



**GRAND SEIKO**  
SBGA211 Snowflake  
Powder to the people! Das Pulver  
der Natur einfangen ist die große  
Kunst der japanischen Manu-  
faktur. Das Zifferblatt der Snow-  
flake schmilzt aus Neuschnee zu  
Buckeln. Das 41-mm-Gabstabe  
aus extra kratz- festem Titan  
hatte auch Absätze beim  
Einkerschraubung aus.  
Preis ca. 6000 Euro

## Grand Seiko: 4 neue Modelle in der Heritage Collection

Tribut an die Natur, die Zeit und die 24 Jahreszeiten Japans

von Promotion  
am 11. Oktober 2021

Grand Seiko hat das ikonische Design der 62GS mit vier neuen Zeitmessern für die Heritage Collection neu interpretiert und damit seine tiefe Sensibilität und Ehrfurcht vor dem japanischen Lauf der Zeit unter Beweis gestellt. Die neuen Uhren zelebrieren die Natur der Zeit und erinnern an Japans 24 sekki, die die sich ständig verändernden Jahreszeiten der Natur markieren. Die sekki bieten eine poetische Reise durch die erwachende, blühende, reife und schlummernde Natur, vom Frühlingsanfang, risshun genannt, bis zur glitzenden Kälte des Winters, daikan genannt.

### Vier der 24 Sekki

Taisetsu: Der tiefe Schnee des Winters



Grand Seiko: SBGA415

Die schneebedeckten Tannenbäume liegen still in der Wintersonne. Es ist die Zeit, in der die Welt in einen Schlummer fällt, um im Frühling zu erwachen. Das Zifferblatt dieses Modells zelebriert den Winterschnee, wie er sich sammelt und im Sonnenlicht glitzert.

Weitere Informationen zum Modell erhalten Sie unter  
[www.grand-seiko.com](http://www.grand-seiko.com)

Shunbun: Die Frühlings-Tagundnachtgleiche



Grand Seiko: SBGA413

Wenn Sakura-Blüten ins Wasser fallen, wirbeln und schwimmen sie. Die rosa Blüten tanzen auf dem Wasser, und die Japaner nennen sie Blumenflöße, hanakada. Das rosafarbene Zifferblatt dieses Modells fängt den Geist der flüchtigen Sakura-Saison ein.

Rikka: Frühlommer



Grand Seiko: SBGH271

Wenn der Frühling in den Sommer übergeht, wird das Land lüppig und grün. Ein erfrischender Sommerzephyr weht über wogende Felder und Gräser. Dieser erfrischende Zephyr heißt auf Japanisch kungu. Das satgrüne Zifferblatt dieses Modells fängt einen Sommermoment ein, den man für immer genießen kann.

Weitere Informationen zum Modell erhalten Sie unter  
[www.grand-seiko.com](http://www.grand-seiko.com)

Shubun: Die Herbsttagundnachtgleiche



Grand Seiko: SBGH273 (Das Mondenlicht / Theresa Grotzinger)

Im Mondlicht ist die Nacht ruhig, bis auf das letzte Zippen der Grillen. Der helle Mond vor dem dunklen Himmel wird im Japanischen als tsukyo bezeichnet. Das Zifferblatt dieses Modells ist dunkelblau, um die Herbsttagundnachtgleiche zu feiern und die Herbstwolken darzustellen, die über den Himmel ziehen.

### Gehäuse-Design: Das ikonische 62GS in moderner Neuinterpretation

Das 62GS wurde 1967 eingeführt und war das erste Automatikwerk von Grand Seiko. Dieser Zeitmesser wurde durch sein auffälliges Design mit dem verspiegelten, mehrstufigen Gehäuse und dem weiß getönten Zifferblatt bekannt, das durch die lunettenlose Konstruktion und die für Seiko typische Zaratsu-Poliertechnik erreicht wurde. Rein, raffiniert und edel – die 62GS ist ein geschätzter Klassiker.



Die vier Modelle sind mit zwei charakteristischen Grand Seiko Uhrwerken ausgestattet, die von hochqualifizierten Handwerkern von Hand montiert werden. Shunbun und Taisetsu – die Frühlings-Tagundnachtgleiche und der tiefe Schnee des Winters – beherbergen das Kaliber 9865, das Grand Seiko in seinem Shinshu Watch Studio in der Präfektur Nagano zusammenbaut. Dieses ausgeklügelte Uhrwerk verbindet moderne Technologie mit den geschickten Händen von Meisterhandwerkern, die für die Feinregulierung und hohe Präzision sorgen. Das Spring-Drive-Uhrwerk sorgt unterbreitend den stetigen und gleichmäßigen Fluss der Zeit.



Grand Seiko: Kaliber 9585 und 9865

Rikka und Shubun – Frühlommer und Herbsttagundnachtgleiche – beherbergen das Kaliber 9585 aus dem Grand Seiko Studio Shizukuishi in der Präfektur Iwate. Dieses hochentwickelte, moderne Uhrwerk nutzt Innovationen bei der Hauptfeder, der Spiralfeder und der Hemmung, um die Präzision zu verbessern. Das Werk demonstriert die pure Kraft von Hi-Beat 36.000.

Weitere Informationen zum Modell erhalten Sie unter  
[www.grand-seiko.com](http://www.grand-seiko.com)

<https://www.watchtime.net/promotion/top-themen/grand-seiko-4-neue-modelle-in-der-heritage-collection/>

# UHLIG.

PR & KOMMUNIKATION



[https://www.youtube.com/watch?v=SUX2\\_pjC-aQ](https://www.youtube.com/watch?v=SUX2_pjC-aQ)