

in ein höheres Preissegment vorzustoßen. Frédérique Constant ermöglicht es uns, dennoch im Bereich der Luxusuhren vertreten zu sein.

Ihr Mitbewerber Seiko hat sein im Hause noch vorhandenes Know-how zu mechanischen Uhrwerken wiederbelebt und ist mit der Modellreihe Grand Seiko in den Luxusuhrenmarkt eingestiegen. Warum haben Sie stattdessen eine Marke hinzugekauft?

Die Uhrenmarke Citizen war stets in der Mitte des Marktes und im mittleren Preissegment angesiedelt. Anstatt unsere Kernmarke an ihren Rändern zu überdehnen, setzen wir lieber neue eigene Marken ein. Wir haben eine lange Erfahrung mit mehreren Konzernmarken. Jede Marke hat ihre eigene Identität, und dasselbe wird auch für Frédérique Constant und Alpina gelten. Aber natürlich werden wir versuchen, Synergien mit Citizen zu nutzen, wo dies sinnvoll ist – im Vertrieb zum Beispiel, sowohl in Japan

als auch in den USA, unseren weltweit stärksten Märkten.

Und was ist mit Europa?

Zum jetzigen Zeitpunkt gibt es keine Pläne, die beiden gut funktionierenden Vertriebssysteme von Frédérique Constant und Citizen in Europa zusammenzulegen. Aber wir werden sehen.

Apropos Synergien: Durch Miyota ist Citizen ja bereits ein sehr großer Hersteller von mechanischen Uhrwerken. Wird es da zukünftig eine Zusammenarbeit zwischen Miyota und den beiden Schweizer Manufakturen geben?

Miyota ist eine andere Welt, ein anderes Preissegment und fungiert ausschließlich als Werkelieferant für Dritte. La Joux-Perret kann das «mechanische» Portfolio von Citizen stärken. In der Tat entwickeln die Schweizer gerade ein neues Automatikwerk für unsere Topkollektionen. Frédérique Constant und Alpina hingegen produzieren nur für den Eigen-

bedarf. Auch hierin bleiben die beiden Marken unabhängig.

Planen Sie noch weitere Firmen- und Markenzukäufe für die Citizen-Gruppe?

Durch den Kauf von Frédérique Constant haben wir unser Marken-Portfolio erheblich verstärkt und wollen vor allem im Vertrieb eine höhere Aufmerksamkeit erzielen. Wir sind derzeit damit beschäftigt, Synergien zwischen Bulova, Prothor (*La Joux-Perret und Arnold & Son, Red.*) und Frédérique Constant zu finden und zu nutzen. Sobald wir auf Management- und Vertriebsebene funktionierende Infrastrukturen geschaffen haben, werden wir weitersehen.

Tokura-san, haben Sie vielen Dank für dieses Gespräch.

*Das Interview führte Peter Braun
am 20. Juni 2016 im
Citizen-Hauptquartier in Tokio.*

U(H)RSACHEN

ELEGANTE SICHERHEIT VON HARTMANN

Stilvolle Sicherheit für Uhren bietet der «Lounge Club». Der Tresor aus der Linie Signature Safes strahlt mit einer Hochglanzlackierung in Tiefschwarz und veredelten Armaturen zurückhaltende Eleganz aus. Passend dazu ist das Interieur in anthrazitgrau lackiertem Holz gehalten, ergänzt durch Gestaltungselemente bestehend aus Edelstahl. Sechs Uhrenbeweger halten Automatikuhren auch während der Aufbewahrung im Tresor stets funktionsbereit. Drei Schubladen, ausgepolstert und mit schwarzem Alcantara bezogen, bieten viel Platz für weitere Uhren und Schmuck. Eine LED-Innenbeleuchtung setzt den Inhalt ins rechte Licht. Mit Widerstandsgrad II geprüft und von der VdS Schadenverhütung zertifiziert, besitzt der «Lounge Club» eine hohe Einbruchsicherheitsklasse, die sich im privaten Bereich bis zu 100.000 Euro versichern lässt. Besonders innovativ ist das Schloss des Tresors: Der «Lounge Club» ist mit einem autarken biometrischen Verschlusssystem ausgestattet, das sich per Fingerabdruck bedienen lässt. Der «Lounge Club» ist ab ca. 15.500 Euro zu haben. Weitere Informationen gibt es auf der Webseite www.signature-safes.de.

