

2025

Style조선일보

Ultimate
Luxury Lifestyle
Magazine

Special Edition



Official Timekeeper
of Formula 1®



DESIGNED
TO WIN

OFFICIAL TIMEKEEPER OF FORMULA 1®. AGAIN.



TAGHEUER.COM

THE F1 LOGO, FORMULA 1, GRAND PRIX AND RELATED MARKS ARE TRADEMARKS OF FORMULA ONE LICENSING BV. TAG HEUER FORMULA 1 IS A TRADEMARK OF LVMH SWISS MANUFACTURES SA. ALL RIGHTS RESERVED.



History of Time

끊임없는 도전 정신과 혁신적인 기술력으로 지난 165년간 위치메이킹의 전설로 자리 잡은 태그호이어. 그 영광의 역사와 순간을 조명한다.

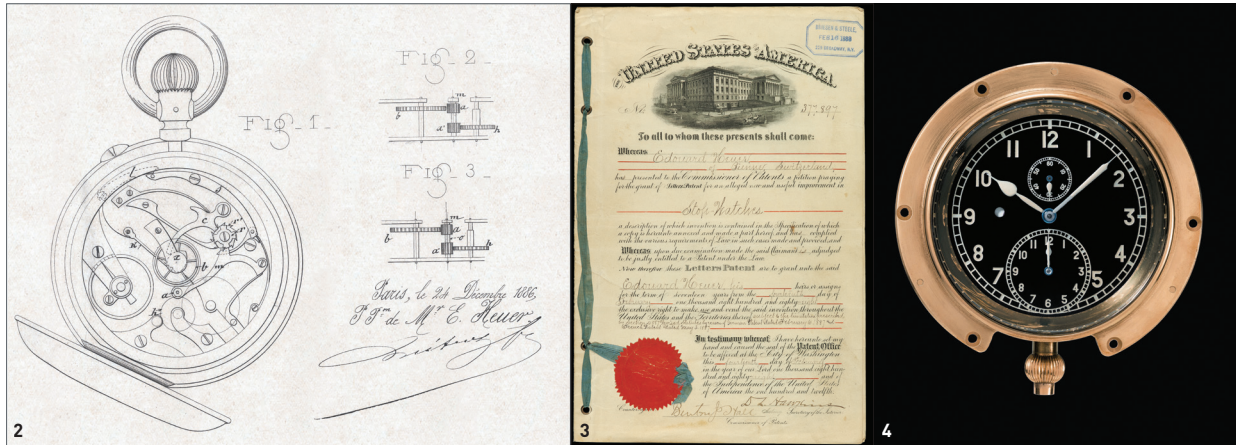
정확성을 향한 인간의 본능적 열망은 시계를 하나의 기계 그 이상으로 만들어왔다. 1860년, 스위스 생티미에의 작은 공방에서 태어난 태그 호이어(TAG Heuer)는 이러한 열망을 실현시키 고자 하는 한 장인의 철학에서 탄생했다. 이 작 은 마을에서 태어나고 자란 창립자 에두아르 호이어(Edouard Heuer)는 20세가 되던 해 정밀 한 시간 측정에 대한 열정과 기계장치에 대한 천부적 감각을 바탕으로 자신의 이름을 내건 'Edouard Heuer & Cie.'라는 시계 공방을 설립했 다. 당시부터 그는 '시간을 정복한다'는 개념에 가까운 철학을 품었고, 단순히 시간을 알리는 도구를 만드는 것이 아닌, 시간의 흐름을 정밀 하게 기록하고 통제할 수 있는 시계를 구현하 는 것을 비전으로 삼았다. 결국 1887년, 현대 크 로노그래프의 기반이 되는 '오실레이팅 피니언

(oscillating pinion, 진동기어)'을 개발하게 된다. 이 부품은 스타트 및 스톱 기능을 부드럽고 정 확하게 작동시켜주는 기계식 장치로, 이후 수 많은 고급 시계 브랜드에서 채택할 정도로 뛰어 난 발명으로 평가받는다. 오늘날에도 이 기술 은 고급 기계식 크로노그래프 무브먼트에 사용 되며, 태그호이어가 기술 혁신의 선두에 있었음 을 증명하는 중요한 유산이다. 1896년 에두아르 호이어는 기를 사용하지 않고 크라운으로 감는 와인딩 시스템으로 최초 특허를 취득, 위치메이 킹이 나아가야 할 방향을 혁신적으로 제정했 다. 창립 초기부터 그는 기존의 전통적인 시계 제조 방식을 넘어서려는 실험적 시도를 꾸준히 이어갔으며, 이러한 그의 독창성은 현재까지도 이어져 시간을 정복하고 한계를 극복하는 태그 호이어의 전통과 뼈대가 된다.

“
태그호이어(TAG, Techniques d'Avant-Garde, 혁신적 기술)라는 이름에서도 드러나듯 혁신은 브랜드의 DNA로 태그호이어가 걸어온 길을 가장 명확하게 압축한 단어다”

기술로 시간에 도전하다

정밀한 시간 측정은 태그호이어의 철학 중심 에 자리하고 있다. 19세기 말부터 20세기 초까 지, 호이어는 정밀한 시간 측정 도구 개발에 더 욱 박차를 가한다. 특히 전문 분야를 위한 계 측 시계 제작에 집중하며, 단순한 소비재가 아 닌 '기술적 장비'로서의 시계 개념을 확립했다. 그는 해양 항해, 실험실 연구, 산업 생산 현장 에서 쓰일 수 있는 고정밀 스톱워치와 타이머 를 잇달아 선보였으며, 이 제품들은 유럽 전역 에서 호평받는다. 1911년 창립자 에두아르에 이 어 그의 두 아들인 줄스 에두아르 호이어(Jules Edouard Heuer)와 찰스 아우구스트 호이어(Charles August Heuer)가 아버지의 업적을 물려 받는다. 그리고 그들은 곧 '타임 오브 트립(Time of Trip)'을 발명하며 또 한 번 특허를 획득하 는 데 성공한다. 세계 최초로 자동차와 비행기의 대시보드를 위해 제작한 12시간 크로노그래프 인 이 특허는 비행선 체펠린(Zeppelin) R34가 처 음 애클렌틱해협을 횡단할 때도 함께했다. 이 를 계기로 찰스 아우구스트 호이어는 타임키퍼 의 정밀도에 대한 기준을 높이고자 끊임없이 노 려를 기울였고, 결국 1916년 1/100초의 정밀도 까지 측정 가능한 스톱워치를 최초로 발명해 냈다. 마이크로그래프(mikrograph)는 1/5초 정 도의 정확도까지밖에 측정할 수 없었던 업계의 기존 위치들을 가볍게 뛰어넘었다. 이후 1933



년, 호이어는 레이싱 카와 비행 기를 위한 첫 번째 대시보 드 카운터인 오탁비아 크 로노그래프를 최초로 선 보이며 시계 기술에서 새로운 도약을 이루어냈 다. 오탁비아(Autavia)는 자동차(automobile)와 항공 (aviation)을 결합한 지은 이름으 로 제품의 기발한 타임키퍼 기능에 대 한 의미를 담았다.

1940년대 후반부터 태그호이어는 전통적인 크 로노그래프에서 한발 더 나아가 스포츠맨, 여 행자와 시계 애호가를 위한 혁신적인 시계를 선보이기 시작했다. 그중 하나가 솔루나다. 이 는 사냥꾼이나 어부, 선원으로 하여금 달의 위상과 조수간만의 시간을 측정함으로써 배 를 움직이는 데 중요한 정보를 얻을 수 있도록 했다. 이를 위해 4세대 경영자 잭 호이어(Jack Heuer)는 양력 시간대는 물론 음력 시간대의 연구에도 힘썼다. 1950년에는 기본 크로노그래 프 위치에 솔루나의 기능을 더한 마레오그래 프가 출시되었다. 스포츠맨들은 크로노그래프 에 탑재한 12시간 레코더를 통해 조수간만, 달 의 위상을 추적할 수 있게 되었다. 이로써 태그 호이어는 우주로 나아가게 된다. 1962년 2월 20 일, 미국 최초로 지구궤도를 돈 우주 비행사 존 글렌(John Glenn)이 5시간 동안 지구를 세 바퀴 돌았을 때, 그의 손목에는 태그호이어 스톱워 치가 채워져 있었다. 이는 스위스 시계로서는 최초로 우주를 비행한 순간으로 기록되며 브 랜드 역사에 길이 남았다.

기술을 넘어, 스타일을 입다

1963년 잭 호이어는 모터 레이싱에서 영감을 받 은 '까레라(Carrera)'를 출시한다. 1950년대의 험난 하기로 유명한 레이싱 코스 '까레라 파나마리 카나 랠리(Carrera Panamericana Rally)'에 경의 를 표하기 위해 잭 호이어가 론칭한 이 '까레라' 모델은 넓은 오프닝과 플랜지에 1/5초 측정 스 케일을 표시한 다이얼로 깔끔한 디자인과 실용 성을 모두 갖춘 제품이다. 까레라 모델은 순식간에 '챔피언의 위치'로 자 리 잡았고, 세계적인 베스트셀러로 등극했다.

- 1 왼쪽부터 나기 라우다, 잭 호이어, 클레이 레가조니.
- 2 1887년 오실레이팅 피니언 설계도. 3 1887년 오실레이팅 피니언 특허 기록.
- 4 1911년 '타임 오브 트립'.
- 5 1860년 개발된 호이어 스톱워치.
- 6 1916년 호이어 마이크로그래프.
- 7 1882년 크로노그래프 특허 사진. 8 1958년 개발된 호이어 '몬테 카를로' 대시보드 크로노그래프.
- 9 센티그래프 HL205.
- 10 마이크로스플릿 HL820/530.

1969년 오토메틱 크로노그래프를 시작으로 중 앙 핸드로 1/100초를 측정할 수 있는 최초의 기 계식 크로노그래프를 탑재한 마이크로그래프, 1/1,000초를 정확하게 측정할 수 있는 까레라 마이크로미터와 1/2,000초까지 측정 가능한 까 레라 마이크로더를 개발하며 시계 기술에서 새로운 도약을 이루어냈다. 그리고 마침내 1969 년, 수년간의 기술 집약 프로젝트를 통해 세계 최초의 자동 크로노그래프 무브먼트 중 하나인 '칼리버 11'을 세상에 선보인다. 이 혁신은 새로운 시대의 시작을 알리는 전환 점이 되었고, 제네바와 뉴욕, 홍콩, 베이루트에서 동시에 공개되어 전례 없는 정확성과 정밀 도로 많은 이들에게 놀라움을 안겨주었다. 칼 리버 11은 태그호이어의 아이코닉한 모나코 (Monaco) 위치에 장착되었고 사각형 케이스, 블 루 다이얼, 원목 크라운이라는 파격적인 디자인 으로 주목받았으며 영화배우 스티브 맥퀸의 손 목에서 전설이 된다. 이렇듯 스타일과 기술이 완벽하게 만난 순간, 태그호이어는 시계를 넘어 문화가 되었다.

인하우스의 품격, 혁신의 엔진

오늘날 태그호이어는 무브먼트부터 케이스, 다 이얼에 이르기까지 전 공정을 자체적으로 수행 할 수 있는 진정한 '메뉴팩처' 브랜드다. 스위스 에만 총 네 곳의 자체 공장을 보유하고 있으며, 100% 인하우스 무브먼트를 생산할 수 있는 몇 안 되는 메이커인 것. 단순한 부품 생산을 넘어, 설계 단계부터 완성까지 기술과 미학을 통합하 는 이 시스템은 브랜드의 정체성 그 자체를 구 성한다. 대표적인 인하우스 무브먼트인 칼리버 1887은 브랜드 역사상 가장 중대한 기술적 자 산인 오실레이팅 피니언의 정신을 계승하며, 이 후 호이어 01, 호이어 02 무브먼트로 이어진다.

특히 2020년 선보인 '까레라 호이어 02 컬렉션' 은 1백60여 년의 브랜드 역사와 미래 비전을 집 약한 상징적 작품이다. 이 무브먼트는 칼럼 휠 과 버티컬 클러치를 포함한 1백68개의 부품으 로 정밀하게 조립되며, 80시간이라는 압도적인 파워 리저브를 자랑한다. 한편 태그호이어는 혁신적 시각을 스마트 위치 분야로도 확장했다. 2015년 구글, 인텔과 협업 해 '태그호이어 커넥티드'를 발표하며 스위스 전 통 시계 브랜드 중 최초로 프리미엄 스마트 워 치 시장에 진입했다. 이는 아날로그 시계의 유 산을 디지털 시대에 재해석한 시도로, 과거의 정통성과 미래의 기술을 동시에 껴안은 브랜드 철학을 증명한 사례다.

태그호이어(TAG, Techniques d'Avant-Garde, 혁 신적 기술)라는 이름에서도 드러나듯 혁신은 브랜드의 DNA로 태그호이어가 걸어온 길을 가 장 명확하게 압축한 단어다. 혁신은 브랜드의 출발점이자, 매 순간 선택의 기준이었다. 전통 적인 시계 제작 방식에서 벗어나 새로운 시도를 두려워하지 않았고, 언제나 다음 시대의 시간, 다음 시대의 기술, 다음 시대의 디자인을 향해 질주해왔다.

스위스 위치메이킹에서 풍부하고 획기적인 기 술적 혁신의 역사, 그리고 그 가운데 확고하게 자리 잡은 창조적이고 유일무이한 브랜드 정체 성의 뿌리는 오늘날 태그호이어를 명실공히 워 치메이킹 분야를 이끄는 최고의 리더로 만들었 다. 정확성, 기능성, 디자인, 그리고 철학까지 모 두 갖춘 태그호이어는 이제 단지 시계를 만드는 브랜드가 아니라 '시간을 설계하는' 브랜드로 기 억된다. 기술은 전통을 통해 완성되고, 전통은 혁신을 통해 새롭게 쓰인다. 이것이 바로 태그 호이어가 1백65년 동안 시간을 앞서 나갈 수 있 었던 이유다. 에디터 정영민



Beyond Speed

정밀함과 퍼포먼스를 결합하는 태그호이어는 탄생부터 지금까지 시간을 재정의해왔다. 그리고 지금, 모터 스포츠의 심장에서 다시 한번 새로운 시간을 써 내려가고 있다.



태그호이어의 크로노그래프 기술은 타의 추종을 불허한다. 시간을 가장 정확하게 측정하는 시계를 만들겠다는 창립자 에두아르 호이어의 철학은 수많은 기술 혁신으로 이어졌고, 이는 태그호이어를 스위스 시계 산업의 중심으로 이끌었다. 특히 1887년, 현대 크로노그래프의 기반이 된 오실레이팅 피니언은 이후 1백년이 넘는 시간 동안 시계 기술의 표준으로 자리 잡았다. 1960년대부터 포뮬러 1®(Formula 1®)의 인기가 높아졌는데, 마침 1969년 당시 CEO였던 잭 호이어는 태그호이어가 비밀리에 크로노메트릭 캘리버 11을 제작하는 프로젝트를 진행한다. 이로써 중앙 핸드로 1/100초를 측정할 수 있는 최초의 기계식 크로노그래프를 적용한 마이크로그래프, 1/1,000초를 정확하게 측정할 수 있는 까레라 마이크로미터와 1/2,000초까지 측정 가능한 까레라 마이크로거더를 개발하며 시계 기술에서 새로운 도약을 이루어냈다. 더불어 잭 호이어는 이를 포뮬러 1®에 적극 지원하며 마케팅적 효과를 노린다. 스위스 출신 드라이버 조 시페르트(Jo Siffert)는 시즌 동안 자신의 차인 로브 워커 로터스 49B(Rob Walker Lotus 49B)에 로고를, 레이싱 슈트에는 호이어의 실드를 넣었고 오토비아(레퍼런스 1163)를 착용한다. 1970년에는 월드 드라이버스 및 컨스트럭터스 챔피언십에서 우승한 전설적인 포뮬러 1® 드라이버 요헨 린트(Jochen Rindt)가 활동 기간 동안 오토비아(레퍼런스 2446)를 착용하기도 했다. 이로써 이때 탄생한 혁신적인 캘리버 11 크로노그래프의 유명세가 더해졌다. 이는 포뮬러 1®에서 럭셔리 브랜

드가 드라이버를 스폰서하고 로고를 차량에 부착한 최초의 사례였다. 로망 센타그라프와 호이어의 직원이자 피아니스트라는 별명으로 유명한 모터 스포츠 타임키퍼의 전설 장 캄피케(Jean Campiche)는 팀과 함께 전 세계를 누비며 피트 월에서 독립적인 타이밍 측정을 제공했다. 이는 페라리가 1975년 니키 라우다(Niki Lauda)와 함께 월드 드라이버스 및 컨스트럭터스 챔피언십에서 우승하는 데 크게 기여했으며 후에 BRM, 맥라렌, 서티스 등 다른 팀들도 자신들만의 타이밍 장비를 얻고자 열망하게 되었다. 호이어와 페라리의 관계는 1979년까지 이어졌으며 이후 맥라렌과의 파트너십을 이어갔다. 이는 포뮬러 1® 역사상 가장 긴 파트너십 중 하나로 자리 잡았고, 태그호이어가 모터 스포츠계에서 가장 잘 알려진 위치메이커로 자리하도록 돕는 계기가 되었다. 더불어 1985년 호이어는 맥라렌 포뮬러 1® 팀의 소유주이기도 했던 테크닉 아방가르드 그룹(Techniques d'Avant Garde Group)에 인수되었다. 이로써 지금의 이름인 태그호이어(TAG Heuer)가 탄생했으며 1986년 알랭 프로스트(Alain Prost)와 함께 월드 드라이버스 챔피언십에서 우승한 MP4/2C 차량의 윈드 스크린에는 새로운 로고가 등장하게 되었다. 같은 해, 태그호이어는 '포뮬러 1'을 출시했다. 이 모델은 혁신적인 디자인으로 큰 성공을 거두었으며 태그호이어와 모터 스포츠의 강력한 연결 고리를 입증하는 동시에 그 시대의 문화적 아이콘이 되었다.



태그호이어의 시계는 단순한 기계가 아니다. 그것은 속도와 정확성, 그리고 극한의 긴장감을 전하는 신뢰의 상징이다



레이싱과 함께 된 시간

태그호이어의 시계는 단순한 기계가 아니라 속도와 정확성, 그리고 극한의 긴장감을 전하는 신뢰의 상징이다. 1992년 드디어 태그호이어가 포뮬러 1®의 공식 타임키퍼 파트너십 계약을 체결하고 스포츠에서 타이밍, 솔루션의 정밀성과 신뢰성을 강화하기 위한 뛰어난 전문성을 발휘하기 시작했다. 1997년과 1998년 미카 하키넨(Mika Häkkinen)의 활약으로 맥라렌 팀과 함께 두 번의 월드 드라이버스 챔피언십 우승을 기록했다. 2000년대에는 포뮬러 1®을 V10 엔진에서 V8 엔진으로 전환하고, 맥라렌 팀에는 독보적인 재능을 지닌 루이스 해밀턴이 합류했다. 그는 포뮬러 1®에서 놀라운 기록을 세우고 2008년 태그호이어 시계를 착용한 채 첫 월드 드라이버스 챔피언십 우승을 차지했다. 2004년에는 태그호이어가 세계 최초로 벨트 구동 트랜스미션을 적용하고 전체를 텅스텐으로 제작한 선형추를 장착한 모나코 V4를 공개하며 위치메이킹의 원칙을 깨뜨렸다. 이 획기적인 발명은 엔지니어링과 외관적인 미에 대한 새로운 기준을 만들어냈으며, 레드닷 디자인 어워드(Red Dot Design Award)를 수상하며 태그호이어의 혁신적인 DNA를 다시 한번 증명했다. 2010년 드디어 태그호이어는 최초의 인하우스 무브먼트인 캘리버 1887을 출시한다. 캘리버 1887은 통합형 무브먼트로, 칼럼 휠과 1887년 호이어가 특허를 획득한 오실레이팅 피니언을 탑재했다. 캘리버 1887 무브먼트는 차세대 태그호이어 까레라 크로노그래프에 동력을 공급하며, 호이어 01 인하우스 무브먼트의 기반이 되었다. 2012년 마이크로거더는 2012년 제네바 위치메이킹 그랑프리에서 '에귀유 도르(Aiguille d'Or, 금상)'을 수상했다. 5/10,000초라는 초정밀 정확도와 우수한 매력으로 세계에서 가장 권위 있는 위치메이킹 상인 '최고 속도의 기계식 크로노그래프' 타이틀을 쟁취했다. 이렇게 레이싱의 역사와 함께 위치메이킹의 혁신을 위해 달려온 태그호이어는 2015년, 약 30년간 성공적인 협력 관계를 이어온 맥라렌과 서로 다른 길을 걷기로 한다. 포뮬러 1® 공식 타임키퍼 자리를 내려놓았지만 레이싱에 대한 태그호이어의 열정은 끝나지 않았다. 2016년부터 태그호이어는 포뮬러 1®에서 큰 업적을 남긴 레드불 팀과 협력했다. 태그호이어의 혁신적인 자원 덕분인지 오라클 레드불 레이싱의 새로운 루키였던 막스 베르스타펜(Max Verstappen)은 네 차례의 월드 드라이버스 챔피언십과 두 번의 월드 컨스트럭터스 챔피언십을 달성한다. 이 파트너십은 지금까지 이어지고 있으며 앞으로도 계속될 예정이다. 수년 동안 태그호이어와 오라클 레드불 레이싱은 포뮬러 1® 역사의 중요한 부분을 함께 기념해왔다. 태그호이어와 오라클 레드불 레이싱이 공유하는 기본 가치와 완벽하게 일치하는 파트너십은 탁월함에 대한 추구뿐 아니라 레이싱을 향한 열정을 의미하며 챔피언으로서의 입지를 공고히 한다. 태그호이어와 오라클 레드불 레이싱의 파트너십으로 탄생한 오라클 레드불 레이싱 스페셜 에디션과 같은 시계가 태그호이어의 베스트셀러로 부상한 것은 양측의 협업이 얼마나 큰 성공을 거두었는지 보여준다.

새로운 시대의 서막

2025년, 태그호이어는 포뮬러 1® 탄생 75주년을 맞아 F1® 그랑프리 of 공식 타임키퍼로 화려하게 복귀한다. 이는 브랜드가 1992년부터 2003년까지 공식 타임키퍼로 활약한 이후 약 30년 만의 복귀이자, 기술력과 모터 스포츠 유산을 재확인하는 상징적인 행보다. 공식 발표에 따르면 태그호이어는 전 세계 24개 그랑프리 레이스에 걸쳐 트랙 내 전광판, 방송 중계, 서킷 현장의 클락 설치 등 시간 관리 전반을 책임진다. FIA와 포뮬러 1® 주최 측은 태그호이어의 역사성과 디자인, 기술에 깊은 신뢰를 보낸다고 밝혔다. 이는 단순한 파트너십이 아닌, 서킷의 구조 일부가 되는 브랜드의 귀환이라 할 수 있다. 그뿐 아니라 태그호이어는 올해부터 모나코 그랑프리(Grand Prix de Monaco)의 타이틀 파트너로 선정되었다. 1백 년에 가까운 모나코 그랑프리 대회에서 2025년 최초로 타이틀 파트너가 함께하는 이 역사적인 순간, 레이싱의 역사 그 자체인 태그호이어가 이 특별한 명예를 차지하게 된 것이다. 오랜 역사를 함께해온 모나코와 태그호이어는 모터 스포츠뿐 아니라 태그호이어 모나코 컬렉션과 이 레이싱의 명성을 이끈 인물들을 통해 긴밀히 연결되어 있다. 몬테카를로(Monte Carlo)는 태그호이어의 정신적 고향이라 불리며 F1® 경기가 열리는 주말 동안 강렬한 존재감을 발휘하는 곳이기도 하다. 이러한 스토리를 바탕으로 이제 이 레이스는 '포뮬러 1® 태그호이어 모나코 그랑프리(Formula 1® TAG Heuer Grand Prix de Monaco)'라고 불리게 된다. 또 서킷 중심에서 브랜드의 존재감을 극대화할 계획이다. 모나코는 전 세계 가장 어려운 서킷으로 '모터 스포츠의 심장'과도 같은 곳이며 태그호이어와의 레이싱 역사에서 특별한 유대를 지닌 장소다. 1960~70년대에는 요헨 린트, 조 시페르트, 니키 라우다, 로니 피터슨(Ronnie Peterson) 등 전설적인 드라이버들이 트랙에서 당시의 호이어 크로노그래프를 착용하며 스타일 아이콘으로 부상했다. 또 1980~90년대 태그호이어가 후원한 맥라렌 팀의 알랭

기술, 감성 그리고 미래

태그호이어는 과거의 유산에 안주하지 않는다. 'Techniques d'Avant Garde', 즉 앞서가는 기술 그 자체다. 수천분의 1초 단위를 측정하는 마이크로타이머, 마이크로미터, 마이크로거더 같은 혁신적 시계들은 기계식 시계의 한계를 새롭게 정의했고, 캘리버 1887을 시작으로 이어지는 인하우스 무브먼트 개발은 매뉴팩처 브랜드로서의 입지를 확고히 했다. 디지털 시계 산업에도 발 빠르게 대응한 태그호이어는 2015년 인텔, 구글과의 협업을 통해 전통적인 스위스 시계 브랜드 중 최초로 '커넥티드(connected)' 스마트 워치를 선보이며 새로운 시장을 개척했다. 태그호이어 커넥티드는 고급 시계 디자인과 웨어러블 기술의 정수를 결합해, 현대적인 라이프스타일을 지향하는 소비자에게 새로운 경험을 제공했다. 포뮬러 1® 경기장 곳곳에 설치된 태그호이어의 대형 시계, 피트레인의 정밀한 타임 클락, 모나코 중심가에 세워진 토털링 구조물은 단순한 스폰서십을 넘어 '시계 브랜드가 어떻게 스포츠 경험을 디자인하는가'를 보여주는 사례다. 태그호이어는 이제 시간을 측정하는 브랜드를 넘어 '시간의 가치를 창조하는 브랜드'로 진화하고 있다. 어디든 **성정민**



Designed to Win

혁신과 정밀함을 상징하는 스위스 럭셔리 워치메이커 태그호이어가 새로운 브랜드 캠페인 'Designed to Win'을 공개했다. 브랜드의 핵심 가치를 집약한 이번 캠페인은 태그호이어가 걸어온 길을 조명하며 강인한 정신력, 결정적 순간에서의 퍼포먼스, 불굴의 의지, 철저한 자기 단련, 그리고 승리를 향한 끝없는 도전을 강조한다. 창립 165주년을 맞아 태그호이어는 다시 한번 아방가르드 혁신의 최전선에 선다.



혁신성과 도전 정신으로 가득한 태그호이어와 잘 어울리는 이번 슬로건은 태그호이어의 엠베서더이자 전설적인 레이싱 드라이버 아일톤 세나에게서 영감받았다고 한다. 그는 1990년 한 인터뷰에서 “나는 2등이나 3등을 위해 태어난 것이 아니다. 나는 오직 승리를 위해 존재한다”라고 말했다. 그의 신념은 태그호이어가 만들어온 역사, 미래를 향한 새로운 지향점과 일맥상통했다. 태그호이어는 늘 한계를 뛰어넘고, 최고의 순간을 만들어내며, 두려움을 극복하는 인간의 무한한 가능성을 기념하는 워치메이커이기 때문이다. 'Designed to Win'은 태그호이어가 추구하는 결정적 순간(Kairos)을 담아내기 위해 아주 적절한 캐치프레이즈다. 이는 태그호이어의 세계관을 정의하는 본질이며 앞으로 브랜드가 나아갈 방향을 제시할 것이다.

전설이 만들어낸 비주얼 언어

태그호이어는 항상 독창적인 비주얼 전략으로 럭셔리 워치 산업의 기준을 새로 세웠다. 1969년, 잭 호이어의 결정으로 포물러 1° 차량에 세계 최초로 로고를 부착하며 역사적 전환점을 맞이했다. 이후 1971년 최초의 레이싱 팀 스폰서십 체결, 1990년 공개된 'Don't Crack Under Pressure' 캠페인 등 강렬한 마케팅 메시지를 통해 브랜드의 본질을 선명하게 드러냈다. 또 1960년 뉴욕의 라이즈(Ries), 카피엘로 & 칼웰(Cappiello & Calwell)과 협력해 첫 번째 프린트 광고를 제작하며 태그호이어 특유의 강렬한 비주얼 아이덴티티를 확립했다. 1990년 'Don't Crack Under Pressure' 캠페인이 공개되며 브랜드의 핵심 철학을 정의하는 상징적인 태그라인으로 자리 잡았다. 강렬

한 흑백 비주얼에 컬러 로고를 더한 이 캠페인은 사이클 선수, 펜싱 선수, 양궁 선수, 스키 선수, 그리고 전설적인 드라이버가 결정적 순간을 맞이하는 장면을 담아내며 1990년 태그호이어의 폭발적인 성장에 기여했다. 1995년 'Success, It's a Mind Game'에서는 고도로 연출된 긴장감 넘치는 비주얼과 메시지로 브랜드의 위상을 한층 끌어올렸다. 골퍼가 도자기에 둘러싸여 마지막 퍼트를 시도하거나, 전투기와 포물러 1° 머신 이 나란히 레이스를 벌이고, 절벽 끝에서 스크럼을 짜는 럭비 팀 등 장면 하나하나가 시계 이상의 가치를 품었다. 이후에도 태그호이어는 1998년 'Inner Strength', 2002년 'What Are You Made Of', 2014년 'In Theory' 등 혁신적인 캠페인을 선보이며 브랜드의 독창적인 메시지를 전 세계 고객들에게 전달했다. 이러한 캠페인은 태그호이어의 브랜드 가치와 매력력을 지속적으로 강화하며 럭셔리 워치업계에서 독보적인 입지를 공고히 했다.

놀라운 진화

이번 'Designed to Win' 캠페인 역시 이러한 철학을 계승한다. 흑백 톤의 미학 속에서 제품과 브랜드 로고만 컬러로 강조하는 구성, 아트 디렉션과 감성적 서사는 태그호이어가 왜 '시계 그 이상'으로 여겨지는지 증명한다. 캠페인의 주역으로는 다수의 연가상을 수상한 배우 라이언 고슬링, 4개의 올림픽 메달을 획득한 허들·단거리 선수 시드니 맥러플린-레브론, 3회 올림픽 챔피언 수영 선수 서머 맥킨토시, 그리고 유라피언 투어에서 다수의 우승을 기록한 골퍼 토미 플릿우드

“
브랜드 엠베서더와 파트너를 중심으로 강렬한 비주얼을 통해 그들의 성공을 기념하고 더 많은 이들에게 영감을 전하는 것이 태그호이어만의 차별화된 가치입니다”
_by 조지 시즈(George Ciz, CMO)

가 선정되었다. 이들은 각자의 커리어에서 결정적 순간을 맞이한 장면 속에서 태그호이어와 함께 더욱 빛을 발한다. 또 포물러 1°에서 3회 우승한 월드 드라이버스 챔피언 아일톤 세나와 4회 우승한 월드 드라이버스 챔피언 막스 베르스타펜이 등장해 태그호이어와 포물러 1°의 땀 수 없는 유대를 기념한다. 이들은 2025년 공식 타임키퍼로 복귀하는 태그호이어의 모터 스포츠 헤리티지를 강조한다. 이어서 공개된 비주얼에는 포물러 1° 및 모나코 자동차 클럽(Automobile Club de Monaco)과의 공식 파트너십을 기념하며 트랙 위와 모나코 시내를 질주하는 머신들의 박진감 넘치는 경쟁을 담았다. 압도적인 비주얼을 완성하는 요소로는 엠베서더이자 할리우드 스타인 라이언 고슬링의 내레이션을 더한 영상을 공개한다. 이 영상은 태그호이어가 추구하는 'Designed to Win' 정신을 강력하게 표현하며 전 세계 소비자들 새로운 '승리의 철학'과 연결될 수 있도록 글로벌 미디어 캠페인의 일환으로 전개된다.

승리를 위한 시간

'Designed to Win'은 태그호이어의 새로운 정체성을 완벽하게 담아낸다. 혁신과 성능 중심의 디자인으로 스위스 워치메이킹업계를 선도해온 태그호이어는 창립 이래 승리와 성공의 의미를 브랜드 DNA에 깊이 새겨왔다. 세계적인 선수들이 태그호이어의 크로노그래프를 통해 자신의 퍼포먼스를 측정해온 것처럼 성공은 브랜드 역사에 깊이 각인되어 있다. 그러나 승리는 단순한 개인의 성취를 넘어선다. 챔피언십에서 우승한 팀, 혁신적인 프로젝트를 완성한 협업자, 그리고 스스로의 한계를 극복한 개인의 도전까지. 승리는 다양한 형태로 존재하며 절대적인 개념을 초월한다. 태그호이어는 이러한 도전의 순간을 기념하며 인간이 스스로의 한계를 뛰어넘을 때 비로소 진정한 승리에 도달할 수 있음을 강조한다. 태그호이어는 “우리는 시간을 측정하는 것이 아니라, 승리를 측정한다”라고 말한다. 그들에게 시간은 단순한 수치가 아니라 감정이자 성과이며 철학이다. 이번 캠페인은 단순한 리브랜딩이 아니다. 그것은 브랜드가 '왜 존재하는지'에 대한 가장 본질적인 대답이다. 태그호이어가 이끄는 시간이 다다를 결승선은 아직 멀었다. 그리고 그 끝엔 언제나 새로운 승리가 기다리고 있다.

Interview

with_ George Ciz(Chief Marketing Officer)

분명한 말투와 표정, 쿨한 에티튜드 등 CMO(Chief Marketing Officer) 조지 시즈는 태그호이어 그 자체였다.

시간에 대한 정밀성과 정확성, 그리고 혁신성을 갖춘 브랜드의 색깔을 사람으로 표현하면 딱 이렇겠다는 생각이 들었다.

레이싱과 스포츠를 이야기할 땐 그 누구보다 눈빛이 반짝였던 그. 태그호이어의 마케팅 헤드인 그와 태그호이어 정체성의 기반이 되는 모터 레이싱 스토리, 그리고 이번 캠페인에 대해 많은 이야기를 나눴다.

STYLE CHOSUN 태그호이어는 포물러 1° 팀을 최초로 후원한 워치 브랜드이며 1992년부터 2003년까지 공식 타임키퍼로 활동했다. 그리고 지금, 그 자리를 되찾았다. 마치 역사를 다시 쓰는 듯한 기분일 것이다. 이번 성과에 대해 어떻게 생각하나? F1°에 복귀한 것은 정말 대단한 성과이며, 매우 특별한 일이다. 이 프로젝트를 시작할 때 팀원들에게도 '이건 평생 한 번 있을까 말까 한 기회'라고 말했다. 이렇게 크고 진정성 있으며, 브랜드에 완벽하게 부합하는 프로젝트는 흔치 않다. 우리뿐 아니라 포물러 1°에도 특별한 기회다. 사실 우리는 포물러 1°을 떠난 적이 없다. 항상 팀들과 함께해왔다. 하지만 공식 타임키퍼로 복귀했다는 건 역시 특별한 일이다. 동시에 막대한 책임도 따른다. 스포츠 파트너십이 어떤 모습이어야 하는지 보여주는 새로운 기준을 세우고 싶기 때문이다. 지난 3개월 동안 우리는 그 기준을 확실히 보여줬고, 그 결과도 나타났다. 소셜 미디어 참여율에서부터 성과가 드러났다. 최근 3개월간 인스타그램 기준으로 워치메이킹 브랜드 중 참여율 1위를 기록했다. 부딪크 방문자 수도 두 자릿수 이상 증가했고, 매출 역시 매우 긍정적이어서 브랜드에 미친 영향이 상당하다. 이번 파트너십은 태그호이어 팀에도 열정과 활력을 불어넣었다. 구성원들이 매우 에너지틱하게 반응하고 있는데, 태그호이어에서 보낸 5년 동안 이런 수준의 열정은 처음 본다. 이 멋진 경험은 이제 시작이며 앞으로 더 확장될 것이라 기대한다.

STYLE CHOSUN 수많은 브랜드가 타임키퍼 분야에 참여하고 있다. 태그호이어가 다시 포물러 1°의 공식 타임키퍼로 선택된 이유는 무엇일까? 핵심은 진정성이다. 포물러 1°과 태그호이어의 연결은 너무나도 자연스러운 것이다. 진짜 특별한 일을 하려면 인위적이면 안 된다. 태그호이어는 페라리를 제외하면 가장 많은 월드 드라이버스 챔피언십 타이틀을 보유하고 있다. 맥라렌, 메르세데스, 그리고 현재의 파트너인 오라클 레드볼 레이싱보다도 많다. 우리는 60년 이상의 포물러 1° 헤리티지를 지니고 있다. 태그호이어는 워치 메이킹을 넘어 세계 최고의 스토리텔링 중 하나다. 우리는 단순히 시계를 파는 것이 아니라, 이야기와 감정, 가치를 전달한다. 모든 워치 브랜드는 스토리를 갖추어야 하고, 우리는 그 이야기를 효과적으로 전달하며 파트너십을 의미 있게 넓혀갈 줄 안다.

1 F1° 레이싱 모습을 흑백으로 드라마틱하게 담은 'Designed to Win' 캠페인 비주얼.
2 캠페인에 등장한 오라클 레드볼 레이싱 팀 막스 베르스타펜.
3 레이싱 헤리티지의 정수를 담은 디자인의 아이코닉한 모나코 칼리버 11 크로노그래프.
4 캠페인 비주얼에 등장한 배우 패트릭 뎀시.
5 캠페인의 주역인 배우 라이언 고슬링.
6 스타일 조션일부 매거진과 인터뷰한 태그호이어 CMO 조지 시즈.
7 이번 캠페인과 함께 선보인 신제품 포물러 1 솔라그래프.
8 워치스 & 윈더스 2025의 신제품인 까레라 데이 데이트.

STYLE CHOSUN 개인적으로 포물러 1° 팬인가? 정말 열렬한 팬이다. 체코슬로바키아의 오스트리아 국경 근처에서 자랐고, 어릴 적부터 드라이버 나키 라우다를 동경했다. 그는 내 영웅이었다. 사고 이후 복귀해 성과를 이룬 모습이 큰 감명을 주었다. 그는 진정한 매버릭(maverick)이라고 생각한다. 나는 늘 속도를 사랑했고, '달릴 수 있다면 왜 걷겠는가'라는 철학을 지니고 있다. 태그호이어에서 일한 지 5년이 되었고, 오라클 레드볼 레이싱과 막스 베르스타펜 선수의 열렬한 팬이 됐다. 우리는 포물러 1° 전체와 파트너십을 맺는 것을 넘어, 가장 강력한 팀과 깊은 관계를 맺고 있다. 그래서 더 차원 높은 스토리텔링이 가능하다.

STYLE CHOSUN 최근 포물러 1° 이 워치 브랜드 사이에서 인기를 끄는 이유에 대한 개인적 의견도 궁금하다. 그 인기가 단순히 워치 브랜드에만 한정된다고 생각하지 않는다. 이제 포물러 1°은 단순한 스포츠 대회가 아니다. 포물러 1°은 다른 스포츠가 하지 못하는 엄청난 일을 해냈다. 바로 하나의 문화 현상이 된 것이다. 리버티 미디어가 포물러 1°을 인수한 이후 변화가 본격화됐고, 넷플릭스의 〈F1: 본능의 질주(F1: Drive to Survive)〉 제작으로 판이 완전히 바뀌었다. 콘텐츠 덕분에 팬들이 드라이버 개인의 서사를 이해하게 되었다. 이로써 1등뿐 아니라 3등, 4등에게 이목이 집중되기도 했다. 포물러 1°에서는 단 하나의 포인트를 얻기 위한 모든 순간이 스토리가 된다. 여기에 모나코, 마이애미, 싱가포르, 라스베이거스 같은 글래머러스한 개최지까지 더해지니, 워치 브랜드뿐 아니라 모든 럭셔리 브랜드들이 선망할 수밖에 없다. 이 점에서 태그호이어는 우위를 지닌다. 많은 브랜드가 포물러 1°에 연결되길 원하지만, 태그호이어는 이미 포물러 1° 그 자체이며, 단순히 참여하는 형식을 넘어 포물러 1°의 일부로 언제나 존재해왔다. 대중도 우리에게 이 자리를 기대하고 있었기에 이번 타임키퍼 복귀가 그렇게 큰 반응을 얻었다고 생각한다.

STYLE CHOSUN 모나코 그랑프리 최초 타이틀 파트너로 함께하게 됐다. 태그호이어의 모나코 컬렉션 탄생 히스토리와 배경, 그리고 태그호이어에 모나코가 어떤 의미인지 알고 싶다. 모나코는 태그호이어를 대표하는 가장 상징적인 컬렉션 중 하나다. 워치업계 전체를 통틀어도 가장 아이코닉한 사각형 시계라고 본다. 이 컬렉션은 4세대 경영자이자 브랜드의 현대적 기반을 만든 잭 호이어에 의해 탄생했다. 그는 1960년대 태그호이어의 가장 중요한 아이콘을 탄생시켰다. 1963년의 까레라, 그리고 1969년의 모나코다. 잭은 레이싱에 진심이었던 사람이다. 그는 컬렉션에 모터 스포츠의 정신을 담을 수 있는 이름을 찾았다. 까레라는 전설적이면서도 역사상 가장 위험한 레이스 '까레라 파나메리카나'에서 유래했다. 모나코는 그 특별한 상징성과 드라마틱한 역사 때문에 선택되었다. 물론 우리는 스위스 브랜드이고 라쇼드퐁에 기반을 두고 있지만, 모나코는 태그호이어의 정신적 고향이라 생각한다. 만약 레이스 하나만 우승할 수 있다면, 모두가 모나코를 선택할 것이다. 또 모나코를 대표할 단 하나의 이미지를 꼽으라고 한다면, 그것은 모나코 거리 위를 질주하는 태그호이어 포물러 1° 차량일 것이다. 나키 라우다, 아일톤 세나, 막스 베르스타펜, 그리고 1971년 영화 〈르망(Le Mans)〉에서 모나코 컬렉션을 착용한 스티브 맥퀸까지. 전설적인 인물들이 모나코를 전설로 만들었다.

STYLE CHOSUN 새로운 캠페인 'Designed to Win'과 워치스 & 윈더스 부스, 발표된 신제품들도 모두 태그호이어와 포물러 1°, 그리고 모터 레이싱에 관한 내용인 듯하다. 당연하다. 이번 캠페인은 그러한 태그호이어의 핵심 가치를 전달하고, 선망받는 브랜드로 자리매김하며, 브랜드 이미지를 더욱 공고히 하기 위한 여정 속에서 탄생했다. 'Designed to Win' 캠페인이 특별한 이유 중 하나는 브랜드 차원의 이야기로, 한계를 뛰어넘는 정신적 강인함에 대한 태그호이어의 철학을 담고 있다는 것, 다른 하나는 제품 차원의 메시지다. 예를 들어 제품 소개 영상의 마지막에 'Designed to Win'이라는 문구가 등장한다고 하면, 이는 그 시계가 '승리를 위해 존재한다'는 것을 명확히 전달할 것이다. 그리고 그것은 승리를 위해 달리는 포물러 1° 드라이버들의 철학과도 연결된다. 워치스 & 윈더스 2025의 메인 테마 역시 모터 스포츠에 대한 우리의 열정과 포물러 1° 복귀를 담고 있다. 부스는 포물러 1°의 세계를 생생하게 체험하고 느낄 수 있도록 꾸몄다. 브랜드 엠베서더이자 전설적인 드라이버 아일톤 세나와 막스 베르스타펜의 포물러 1° 머신은 물론, 헬멧, 트로피, 시뮬레이터, TAG 티셔츠 등 다양한 전시물을 만날 수 있었다. 또 총 3개의 컬렉션에서 신제품을 선보였는데, 가장 많은 주목을 받은 포물러 1 솔라그래프부터 새로워진 까레라 데이 데이트도 공개되었다. 까레라는 잭 호이어가 1970년대 페라리 드라이버들에게 승리를 기념하는 의미로 선물한 계기로 '승리의 워치'로 불린다. 이번 리뉴얼에서는 스토리텔링을 강화하기 위해 케이스 뒤에 '승리의 표식'을 인그레이빙했다. 가장 큰 주목을 받은 모델은 태그호이어가 포물러 1° 공식 타임키퍼로 복귀한 것을 기념해 제작한 '모나코 스피릿 세컨드 크로노그래프 | F1°'이다. 10피스 한정이었는데, 현장에서 그 이상으로 주문이 들어왔다.

STYLE CHOSUN 한국에 방문한 적이 있나? 한국 소비자의 특징은 어떠한가? 한국은 여러 번 방문했다. 한국 문화를 정말 좋아한다. 예전에 뉴욕의 첫 직장에서 함께 일했던 한국인 동료가 2002년, "우리는 언제나 기술에서 2년은 앞서 있다"고 한 말이 아직도 기억에 남는다. 이처럼 한국 소비자는 스마트하고 소비 수준이 높으며 럭셔리에 대한 이해도가 높다. 무엇보다 자신이 원하는 것이 무엇인지 분명히 알고 있다. 유행이 특별한 이유는 더 이상 로컬 파트너를 통해 운영하지 않고 한국 지사 설립을 결정했기 때문이다. 이는 큰 전환점이지만 완벽한 팀과 계획이 있기에 자신 있다. 6월에 다시 한국을 방문할 예정이다. 아직 말할 수 없지만, 특별한 이유가 있어 기대해도 좋다. 에디터 정성민(제본자 한지 취재)



BORN *in*



올해 워치스 & 원더스에서 새롭게 선보인 신제품이다. 딥 레드 오팔린 다이얼이 강렬한 인상을 전하며 레이싱 유산을 상징하는 '승리의 표식' 인그레이빙을 더해 케이스 백을 완성한 까레라 데이 데이트 6백15만원, 지름 41mm 스틸 케이스에 블루 선레이 다이얼, 로듐 도금 핸즈와 인텍스를 더해 시인성을 높였으며 80시간의 파워 리저브를 제공하는 매뉴팩처 무브먼트 TH31-02를 장착한 까레라 데이 데이트 6백15만원 모두 태그하이어.

FLASH

대담하고 강렬하게 흐르는 태그하이어의 시간, 짜릿한 승리와 빈적이는 스포트라이트로 레이서의 본능을 깨운다. PHOTOGRAPHED BY KIM HEUNG SOO



블랙 오팔린 다이얼, 로즈 골드 인텍스와 핸즈, 그리고 로즈 골드 & 스틸 브레이슬릿이 완벽한 조화를 이뤄 고급스러운 매력을 선사하는 지름 41mm 스틸 케이스의 까레라 데이 데이트 1천2백37만원, 딥 그린 컬러 선레이 다이얼과 그린 & 실버의 투톤 플랜지, 로듐 핸즈 사이의 레드 락 GMT 핸즈가 포인트이며 6시 방향의 데이트 창을 적용한 까레라 데이트 트윈 타임 7백12만원, 선명한 레드 초침, 편광 디테일의 카프 스킨과 블루 컬러 하이라이트가 스포티한 감성을 자극하는 블랙 그레이인 다이얼의 까레라 데이 데이트 5백85만원 모두 태그하이어.

최고 수준의 스트리트 서킷 레이스로 평가되는 라스베이거스 그랑프리에서 영감받아 선명한 핑크 컬러와 블랙 스텔레톤 다이얼로 완성했다. 견고한 티타늄 케이스, 블랙 엠보싱 카프 스킨과 러버 조합으로 제작한 스트랩에서 특유의 역동적인 에너지가 느껴지는 모나코 크로노그래프 스텔레톤 핑크 워치 1천6백49만원 **태그호이어**



STYLECHOSUN.COM 대표 발행인: 편집장 김유미, 패션·뷰티 디렉터: 상영민, 에디터: 김하연, 디자인: 이정혜, 운영: 최지, 제작: 김현기, 지부: 노영경, 분판: 정민, 인쇄: 인쇄, 타라타미에스, 발행처: (주)스타일조성, 서울시 용산구 서빙고로 413 3층, 6이메리온, 비즈나스센터 110호, 기사 및 광고 문의: 02-749-5665



2022년 모나코 그랑프리 히스토리크와의 공식 파트너십을 기념해 탄생한 스페셜 에디션. 당시 파트너사인 겔프(Gulf)를 상징하는 오렌지와 블루 스트라이프를 새긴 다이얼에 펀칭 블루 카프 스킨 스트랩을 적용하고 매뉴팩처 크로노그래프 칼리버 호이어 02 무브먼트를 장착한 모나코 크로노그래프 x 겔프 스페셜 에디션 1천92만원. 일반적인 크로노그래프 위치와 달리 좌측에 위치한 크라운이 가장 큰 특징이며 빈티지 블루 다이얼부터 2개의 화이트 카운터, '호이어' 로고 각인까지. 1969년에 최초로 선보인 오리지널 컬렉션의 모습을 고스란히 재현한 지름 39mm 케이스의 모나코 칼리버 11 크로노그래프 1천78만원 모두 **태그호이어**, 문의 02-3479-6021 에디터 김하연

AYRTON SENNA



Official Timekeeper
of Formula 1®

DESIGNED TO WIN

OFFICIAL TIMEKEEPER OF FORMULA 1®. AGAIN.



THE F1 LOGO, FORMULA 1, F1, GRAND PRIX AND RELATED MARKS ARE TRADEMARKS OF FORMULA ONE LICENSING BV. TAG HEUER FORMULA 1 IS A TRADEMARK OF LVMH SWISS MANUFACTURES SA. ALL RIGHTS RESERVED.

TAGHEUER.COM