



AYRTON SENNA

60 05 10 15 20 25 30 35 40 45 50 55

12

HUBLOT
GENEVE

Ayrton Senna

SWISS MADE

HUBLLOT

— THE BIG BANG OF WATCHMAKING

A generation ago Hublot paired rubber with gold. Now the watchmaker heralds galactic change to timepiece design with new eclectic timepieces.

By Kristian Haagen

It all started at the BASELWORLD fair in Switzerland 28 years ago when a stall representing the then newly-launched MDM Genève watchmaking company made people look twice. The owner, Carlo Crocco, had been bold enough to combine ‘the rubber tree with the gold mine’ and thus the first rubber strap Hublot watch made its timely entry on the market.

Combining rubber with gold was apparently just what people craved. The Spanish were quick to embrace the brand, notably including King Juan Carlos, whose royal endorsement has helped sway the fortunes of the brand and secured Spain as Hublot’s top market.

A NEW BEGINNING

Spain isn’t Hublot’s only domain, and one man in particular can be credited for the brand’s wider appeal, namely the

HUBLLOT – ET STUDIE I DNA

“Der var alle de andre. Og så var der Hublot”. Sådan lød det fra en amerikansk journalist efter Basel-messen for tre år siden. Den årlige messe løfter sløret for tusindvis af nye ure – men et enkelt mærke gør sig hvert år mere og mere bemærket.

AF KRISTIAN HAAGEN

Lad os starte på netop Basel-messen i Schweiz, men blot skruet tiden 28 år tilbage. Her kunne man finde en stand, der udstillede ure, som fik folk til at kigge en ekstra gang. Ejeren Carlo Crocco havde været så modig at kombinere “gummitræer med guldminer”, og de første Hublot-ure havde set dagens lys.

At kombinere gummi og guld var åbenbart, hvad folket ville have. Specielt det spanske folk omfavnede Hublots ure, og blandt andre den spanske Kong Juan Carlos valgte at gå med et. Det gør han stadig, og Spanien har siden 1980 været den absolut største aftager af Hublot.

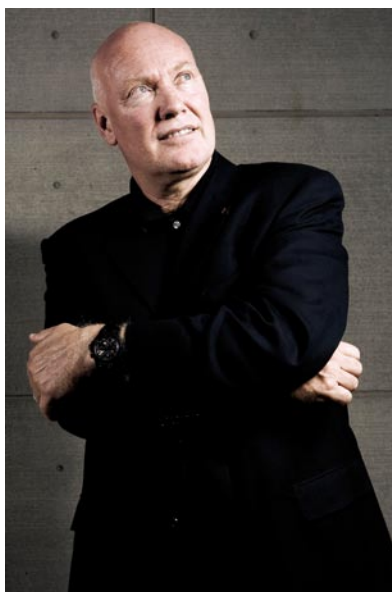


HUBLOT
GENEVE

BIG BANG KING
300m / 1000ft

SWISS

HUBLOT
GENEVE

Jean-Claude Biver

Luxembourg businessman Jean-Claude Biver. In legendary partnership with Lebanese-Swiss timepiece billionaire Nicolas G. Hayek (CEO of the Swatch Group) he salvaged the Swiss watch-making industry from total collapse in the 1980s following the introduction of Japanese-made quartz watches, which had come to dominate the timepiece market.

Jean-Claude Biver came to Hublot in 2004 after having sold his own watch-making company, Blancpain, to the mother ship of Swiss timekeeping, the Swatch Group. Searching for new challenges, his interest fell on Hublot. Failing to persuade Carlo Crocco to sell the company he settled for the position as chief executive.

With Jean-Claude Biver at the helm, the company now has only one direction – up. Biver speaks with pride of the Hublot brand DNA but shows little interest in the old collections. “I want to be the first who doesn’t repeat the past but rather leads Hublot into the future,” he says.

BIG BANG

Since 2004, Jean-Claude Biver has piloted the company towards a whole new horizon, the Big Bang timepiece collection. And although the name promises a revolution, it’s more about evolution.

Big Bang is created from the DNA that founded Hublot in 1980: a fusion of rubber and metal. And adding to the list of ingredients, Biver has introduced tantalum, tungsten, Kevlar and ceramic. The 44-mm Big Bang timepiece – and most recently the 48-mm diver’s model Big Bang King – also follows the international trend towards large timepieces, although the collection also features 38-mm timepieces.

Watch brands need a top-selling model to secure their market position. Rolex has the Oyster, Cartier the Tank, Patek Philippe the Calatrava, and Breitling the Navitimer. Hublot meets this challenge with a whole new collection – the Big Bang collection that marks a whole new chapter for the brand.

REACHING FOR THE STARS

Jean-Claude Biver describes Hublot’s past as that of a sleeping brand. Sales were so-so, and that could be said of the models, too. But, as he adds wryly, being a sleeping brand isn’t all bad. After all, when you sleep, you don’t get yourself into trouble.

On the other hand, being a sleeping brand will get you nowhere. Hublot was first on the market with its fusion of metal and rubber, long before Breguet introduced rubber straps and Audemars Piguet launched the rubber bezel. And according to Biver, this

NYE TIDER

I dag er det spanske marked dog ikke alene om at aftage Hublots ure, hvilket især skyldes én mand. Den dygtige luxembourgske forretningsmand Jean-Claude Biver. Sammen med den berømte libanesisk-schweiziske urmiliardær Nicolas G. Hayek reddede Biver den schweiziske urindustri fra et totalt kollaps i 1980’erne, hvor japanske kvartsure i en årrække totalt havde domineret markedet.

Jean-Claude Biver kom til Hublot i 2004 fra urmærket Blancpain – som han i øvrigt ejede. Han solgte til schweiziske Swatch Group og så sig om efter nye jagtmarker, og Hublot var det urmærke, der fangede hans interesse. Han kunne ikke lokke Hublots ejer, Carlo Crocco, til at sælge ham firmaet og må derfor nøjes med at være CEO.

Med Biver ved roret bliver der kun set fremad. Biver anerkender Hublots historie og taler stolt om mærkets DNA, men det interesserer ham ikke synderligt at tale om tidligere modeller. “Jeg vil være den første, der ikke gentager fortiden, men i stedet fører Hublot ind i fremtiden”, siger han selv.

DET STORE BRAG

Siden 2004 har Bivers interesse koncentreret sig om Big Bang, firmaets største satsning til dato. Og som navnet antyder, er der tale om en evolution.

Big Bang er skabt ud fra det DNA, der grundlagde Hublot i 1980: fusion af gummi og diverse metaller. Men Biver har spædet til listen af materialer med kulfiber, ædelsten, kevlar, det kirurgiske metal tantalum, tungsten og keramik og sort PVD-belægning. Yderligere har Biver valgt at følge tidens trend med store ure, dog uden at gå så voldsomt til værks som mange andre. Big Bang måler typisk 44 mm i diameter, men findes også i 38 mm og helt op til 48 mm – sidstnævnte gælder for det nyligt lancerede Big Bang King, Hublots bud på et dykkerur.

Det er vigtigt for ethvert urmærke at have en storsællert og derigennem kunne forstærke sit brand. Rolex har sin Oyster, Cartier sin Tank, Patek Philippe sin Calatrava og Breitling sin Navitimer. Hublots DNA er som tidligere nævnt en fusion mellem metal og gummi, og dette længe før Breguet introducerede sin gummikrans eller Audemars Piguet sit kulfiberbelagte Montoya-ur. Det skal ifølge Biver kommunikeres ud, og derfor handler introduktionen af Big Bang ikke kun om et nyt ur, men en helt ny epoke for Hublot.

SLEEPING BEAUTY

Biver omtaler Hublots fortid som et *sleeping brand*. Salget var so-so, modellerne ligeså, og, som han ironisk bemærker, er det slet ikke så slemt at være et *sleeping brand*, for "man laver ingen ulykker eller fejl, når man sover". Ikke desto mindre er det også ret kedeligt, at der ikke sker noget nyt. For ham er det unægteligt sjovere at kunne tiltrække nye kunder og dermed sætte den årlige produktion op og i den sidste ende tjene flere penge. Da Biver overtog styringen af Hublot i 2004, omsatte firmaet for CHF 26.000.000. I 2007 omsatte de for CHF 252.000.000.

BIGGER BANG

I år introducerer Hublot deres første *in house*-værk. Altså et værk, som er konstrueret af Hublot selv og ikke indkøbt eksternt. Endnu et kæmpeskridt for det schweizisk-italienske urhus.

For nylig vandt Hublots Big Bang en af verdens mest prestigefyldte designpriser – *Geneva Watchmaking Grand Prix* – og Biver himself blev i 2005 udnævnt som *Watchmaker of the Year*. I 2007 introducerede GP's nuværende ejer, italienske Luigi Macaluso, endnu et ur, som helt sikkert vil få spalteplads flere år ud i fremtiden: det såkaldte 1945 Vintage Jackpot Tourbillon, som må siges at være et unikum, da det foruden tourbillon-urværket indeholder en fuldt funktionel enarmet tyveknægt. Ikke ligefrem et ur, køberen nødvendigvis har brug for, men endnu et bevis på GP's fantastiske kunnen inden for det fineste urmageri. Det gælder også deres Opera Three-model. Som en anden tenorgruppe spiller uret for hvert timeslag en lille melodi på sin miniature-spilledåse af enten Mozart eller Tjaikovskij.

1945 Vintage Jackpot Tourbillon osrer af GP's næsten klichéagtige motto: Forvent det uventede. Og det er lige, hvad verdenspressen og forbrugerne forventer sig gang på gang, når GP præsenterer noget nyt. Den tekniske finesse og eventyrlige værk-kunnen er gennemgående, og lige meget hvilket af GP's ure der investeres i, indeholder de lige dele historie, innovation og galskab.



Luna Rossa

cutting-edge position needs communicating. What better way to do so than with a galactic shake-up, hence the Big Bang.

When Jean-Claude Biver took over management in 2004, Hublot had an annual turnover of CHF 26,000,000. In 2007, the turnover was almost tenfold: CHF 252,000,000.

In recognition of his remarkable achievement, Jean-Claude Biver was elected Watchmaker of the Year in 2005.

GALACTIC FUTURE

In 2007, the Hublot Big Bang collection was awarded one of the world's most prestigious design awards, the Geneva Watchmaking Grand Prix. This year the bang is about to get bigger. Hublot has launched the first manual-winding movement developed by their own R&D department.

The Bigger Bang collection features face-visible column-wheel tourbillon chronographs – an awe-inspiring vision that truly opens the universe of watchmaking to the naked eye. Hold tight as Hublot reaches warp speed with their new Bigger Bang timepiece collection!