## HUBLOT LEITUNG

## Jean-Claude Biver
CHAIRMAN OF THE BOARD

Jean-Claude Biver gehört zu der kleinen Gruppe von Persönlichkeiten, die die Schweizer Uhrmacherkunst entscheidend geprägt haben. Er kommt am 20. September 1949 in Luxemburg zur Welt. Mit 10 Jahren zieht er mit seiner Familie in die Schweiz und besucht das Collège de Morges. An der Handelsschule Lausanne legt er seine Maturitätsprüfung ab und studiert an der Universität Lausanne. Mit einem Wirtschaftsdiplom in der Tasche lässt er sich in Le Brassus nieder. Seine Jahre im Vallée de Joux, der Wiege der hohen Uhrmacherkunst, werden einen prägenden Einfluss auf sein Leben haben. Biver zieht in ein Haus in der Nähe eines Bauernhofs, der ein paar Jahre später der Sitz von Blancpain werden wird. 1975 packt er die einzigartige Chance, bei Audemars Piguet ein einjähriges Allround-Praktikum zu absolvieren, und konzentriert sich anschließend auf den Bereich Vertrieb und Marketing. Während dieses Jahres wird Biver mit allen Aspekten des Geschäfts vertraut und erwirbt fundierte Kenntnisse in der Kunst der Uhrenherstellung. So entfaltet sich seine Leidenschaft für die Uhrmacherei. 1980 verlässt Biver Audemars Piguet, um als Produktmanager für den Bereich Gold bei Omega tätig zu sein. In dieser Position lernt er die Regeln und Einschränkungen kennen, die mit der Arbeit für eine große, multinationale Marke verbunden sind. 1982 sehnt sich Biver nach der Uhrmacherkultur des Vallée de Joux zurück und kauft zusammen mit seinem Freund Jacques Piguet die Marke Blancpain, die seit 1961 inaktiv gewesen war.

„Seit 1735 hat es bei Blancpain nie eine Quarzuhr gegeben. Und so wird es auch bleiben“ – unter dieser Devise verhilft Biver dem Unternehmen schnell zu neuem Glanz und erreicht einen Umsatz von 50 Millionen Schweizer Franken. Schon nach wenigen Jahren kann die Marke mit den führenden Namen der Uhrenindustrie konkurrieren. 1992 verkauft Biver Blancpain jedoch an die SMH-Gruppe (die spätere Swatch-Gruppe) und tritt in die Führungsmannschaft von Nicolas G. Hayek ein. Als Mitglied des Managementteams der Swatch-Gruppe wird er mit der Aufgabe betraut, das Marketing und die Produkte der Marke Omega weiterzuentwickeln, zu der er nun nach 10 Jahren wieder zurückkehrt. Omega erlebt einen phänomenalen Aufschwung, insbesondere dank der Entwicklung neuer Produkte und der Kooperation mit

Prominenten wie Cindy Crawford, Michael Schumacher, James Bond alias 007 und Pierce Brosnan.

Ende 2003 entscheidet er sich für ein Sabbatjahr, ändert seine Meinung – als Mann der Taten – jedoch sehr bald und beschließt, die Führung eines kleinen, 1980 gegründeten Unternehmens zu übernehmen: Hublot Genève. Als CEO fasst er 2004 den Beschluss, das originelle Produkt von Hublot in den Vordergrund zu rücken und entwickelt für die Marke ein neues Konzept: „Die Kunst der Fusion“.

Tatsächlich hatte die Firma Hublot bereits 1980 als erster Uhrenhersteller die Fusion von Materialien in einer Uhr eingeführt, indem sie Gold und Naturkautschuk miteinander kombinierte. Durch die Bereitstellung seines gesamten Know-hows und seines Marketingtalentes gelingt Biver das Kunststück, in weniger als einem Jahr – im April 2005 – einen revolutionären Chronographen vorzustellen: die Big Bang. Sie wird auf der Baselworld 2005 präsentiert und ist auf Anhieb ein voller Erfolg. Die Uhr wird mit Auszeichnungen regelrecht überhäuft. Hublot kennt eine außerordentliche Dynamik und ein rasantes Wachstum. Jean-Claude Biver verhilft der Marke tatsächlich zu einer wahren Wiedergeburt – oder ihrer Geburt, wenn man heute, 2012, nach nur 7 Jahren Tätigkeit die zurückgelegte Wegstrecke betrachtet. Das beeindruckende Wachstum des Unternehmens ist zweifellos auf die überbordende Energie seines unvergleichlichen Chefs zurückzuführen: Zunächst wäre da das wirtschaftliche Wachstum zu nennen mit einem Umsatz, der innerhalb von 4 Jahren von 25 Millionen auf über 200 Millionen Schweizer Franken im Jahr 2008 ansteigt, als die Marke an die LVMH verkauft wird.

Aber auch ein physisches Wachstum ist zu verzeichnen mit der Einweihung einer neuen Hightech-Manufaktur am Ufer des Genfersees in Nyon im November 2009 im Beisein von Bernard Arnault. Unter der Führung von Jean-Claude Biver werden 6000 m2 Fläche zur Verfügung gestellt für die Uhrmacherkunst, Entwicklung und Herstellung von Uhrwerken wie das UNICO, ein Säulenrad-Chronograph und hohe Komplikationen wie Tourbillon, Minutenrepetition, das Antikythera-Werk, das Key-of-Time-Werk usw.

Jean-Claude Biver, der ständig bestrebt ist, aus Hublot ein avantgardistisches Unternehmen in Bezug auf die Erforschung neuer Hightech-Materialien zu machen und das Fachwissen zu bewahren, stattet es mit einer Gießerei aus für die Herstellung des Magic Gold, ein kratzfestes, Gold 750, das in Zusammenarbeit mit der ETHL Ende 2011 präsentiert wird. Im gleichen Jahr übernimmt er die Schweizer Firma Profusion, die in der Fertigung von Bestandteilen aus Kohlefaser spezialisiert ist. Auch die interne Abteilung für Galvanoplastik testet laufend neue Metallbehandlungen.

Die Beständigkeit und Homogenität von Jean-Claude Biver sind ebenso bemerkenswert wie sein Sinn für grundlegend neue Ideen, wie dies auch die Marketingstrategie des Herstellers veranschaulicht: „Dorthin gehen, wo der potenzielle Kunde ist.“ So ist Jean-Claude Biver der Erste, der eine Luxusmarke in den Fußball einbringt. Im Jahr 2008 wird Hublot „Official Timekeeper“ von Manchester United und „Official Timekeeper“ der EM. Im Jahr 2010 wird Hublot als erste „Official Watch“ und als „Official Timekeeper“ der FIFA und der nächsten beiden Fußballweltmeisterschaften bestätigt, unmittelbar nachdem der Uhrenhersteller als „Official Watch“ der Formel 1 ausgewählt wurde. Zwei Meisterstreiche, die Hublot eine hohe Aufmerksamkeit weltweit bescheren.

Darüber hinaus unterstützt die Marke das ozeanografische Museum von Monaco und den Yacht-Club von Monaco unter dem Vorsitz von S.K.H. Prinz Albert II. von Monaco, den Real Club Nautico de Palma mit ihrer Präsenz an den Regatten der Copa del Rey in Spanien sowie an wichtigen Wettkämpfen im amerikanischen Basketball, im Golf- und Polosport.

Außerdem formt Jean-Claude Biver mit Hublot einen geschlossenen Kreis an Markenbotschaftern, deren Engagement über sportliche Meisterleistungen hinausgeht und mit denen Hublot Hand in Hand im Rahmen zahlreicher Projekte zugunsten wohltätiger Organisationen zusammenarbeitet: Jet Li im Kampfsport und Film, Diego Maradona und Manchester United im Fußball, die Familie Senna in der Formel 1, Dwyane

Wade und Miami Heat im amerikanischen Basketball, Maria Riesch und Dario Cologna im Skisport usw., denn „Verbindung bedeutet auch Teilen. Wer nicht teilt, der verkümmert. Hublot hat das Glück, einen Teil seines Erfolges teilen zu können.“

Unter der Führung von Jean-Claude Biver ist Hublot auch die erste Luxusmarke, die über einen TV-Kanal im Internet (Hublot TV) verfügt und unermüdlich nach neuen Ideen für revolutionäre interaktive Schaufenster sucht. Das Vertriebsnetz an exklusiven Boutiquen und offiziellen Händlern ist ab 2007-2008 rasant gewachsen und umfasst derzeit 550 Verkaufsstellen und rund 40 exklusive Boutiquen an den prestigeträchtigsten Adressen der Welt (Genf, Paris Place Vendôme, New York Madison Avenue, Miami, Beverly Hills, Las Vegas, Cannes, Saint-Tropez, Berlin, Moskau, Warschau, Prag, Singapur, Shanghai, Peking, Hongkong, Dubai, Abu Dhabi, Kuala Lumpur usw.), deren Einrichtungskonzept unlängst vom berühmten New Yorker Architekten Peter Marino neu entworfen wurde.

Schließlich war es auch Jean-Claude Bivers Wunsch, dass Hublot Mitglied der Fondation de la Haute Horlogerie wurde. In seiner Zeit tief verwurzelt und führend in der Bewältigung neuer technologischer Herausforderungen und in der Entwicklung neuer Materialien, bleibt die Marke aber gleichzeitig sehr verbunden mit dem Know-how der traditionellen Uhrmacherkunst. Jede Hublot-Uhr zeugt denn auch von höchstem Uhrmachertalent. Auch hier hat sich die Marke der Kunst der Fusion verschrieben, indem sie Uhrmacherkultur mit avantgardistischer technischer Entwicklung bzw. Vergangenheit mit Zukunft verbindet, denn „wir zerbrechen nicht die Vergangenheit, sondern zollen ihr Tribut, indem wir eine Brücke in die Zukunft schlagen“, würde wohl Jean-Claude Biver, CEO von Hublot, abschließend bemerken.

Jean-Claude Biver kann zahlreiche Auszeichnungen für sich verbuchen. 2005 wird der neue Chronograph Big Bang beim Grand Prix d’Horlogerie de Genève für das Beste Design ausgezeichnet. Anfang 2007 wird Biver in einer von der Zeitschrift Business Montres

durchgeführten Umfrage unter Journalisten zum „Besten Uhrenmanager“ und „Besten Kommunikator“ gewählt und zum FT Luxury Summit in Las Vegas eingeladen. Ende 2007 erringt er den 5. Platz bei der Wahl zum „Unternehmer des Jahres“, durchgeführt von der Handelszeitung, einer Schweizer Wirtschafts-Wochenzeitung – eine Einschätzung, die von 100 Wirtschaftsjournalisten getroffen wurde und Biver in der Top Ten der Schweizer Unternehmer platziert. Im November 2008 wird Biver bei den Premier Watches, Jewellery and Pens Awards in Bahrain zum „CEO des Jahres“ ernannt. 2008 kürt ihn das Schweizer Magazin PME zum „Manager des Jahres". Ebenso erfolgreich ist für Biver das Jahr 2009, wird er doch von der italienischen Zeitschrift Orologi da Polso, den französischen Magazinen Revue des montres und Business Montres und dem Schweizer Magazin GMT zum „Mann des Jahres“ gewählt. Im gleichen Jahr nimmt Biver auch an einer Reihe internationaler Konferenzen teil. Dazu zählen das World Economic Forum in Mailand (wo er gleich im Anschluss an Ex-Präsident Clinton spricht), das Nikkei IMD Economic Forum in Tokio und die HSM-Partnerkonferenzen in Madrid und Lissabon. 2010 wird Biver bei den Swiss Awards nominiert und in London für seine herausragenden Leistungen bei Hublot mit dem renommierten Walpole Award for Excellence ausgezeichnet. Biver hat auch das Privileg, an der HSM-Partnerkonferenz in Ägypten teilzunehmen und erhält die Auszeichnung Gaïa 2010 in der Kategorie Unternehmergeist (mit der 2008 auch der mittlerweile verstorbene Nicolas Hayek ausgezeichnet worden war) in der Schweiz sowie den Prix Special du Jury bei den Talents du luxe et de la création in Paris. 2011 wird er in Bukarest mit einen Caesar Award für sein „Gesamtwerk und seine Leistungen als visionärer Geschäftsmann und Marketinggenie“ ausgezeichnet.