



HUBLOT LIEBT NEW YORK!

Mit einer Reihe von einzigartigen, aufregenden Veranstaltungen, die das 10. Jubiläum des Konzepts All Black würdigen, feiert die Schweizer Luxusmarke die Eröffnung des neuen internationalen Flagship Stores konzipiert von Peter Marino auf der legendären Fifth Avenue!

NEW YORK, 19. APRIL 2016. Im Rahmen verschiedener Veranstaltungen in ganz Manhattan stellte die Schweizer Luxusuhrenmarke Hublot heute seine Liebe für die Stadt New York City unter Beweis. In echter Hublot Manier hielten die Feierlichkeiten einige Überraschungen bereit! Hublots CEO **Ricardo Guadalupe** war nach New York gekommen, um durch die Veranstaltungen, zu Ehren einiger bedeutender Meilensteine der Marke Hublot, zu führen.

An der Kreuzung von Fifth Avenue und 57. Straße strömten am frühen Nachmittag die Menschen zusammen, als Hublot die Eröffnung seines New Yorker Flagship Stores im Herzen der Stadt mit einer einzigartigen und durchaus ungewöhnlichen Zeremonie feierte. Das neue Geschäft, dessen Design Architekt Peter Marino konzipierte, befindet sich im Zentrum des wichtigsten Shoppingviertels New Yorks für Luxusgüter und bildet fortan die größte Verkaufspräsenz der Marke innerhalb der Vereinigten Staaten. Ricardo Guadalupe traf für die Eröffnungszeremonie vor der Boutique mit den Markenbotschaftern **Usain Bolt** und der **lebenden Legende (und Fußballgott) Pelé** zusammen. Anschließend bat er die Gäste in das Geschäft herein, damit sich diese selbst ein Bild der Welt von Hublot machen konnten. Während die Markenvertreter vor dem Geschäft die Gäste begrüßten, richteten sich die Augen Richtung Himmel, wo zwei Akrobatentanzend vom Dach aus die unglaubliche Fassade herabstiegen. Nach ihrer Performance am Boden angekommen überreichten sie Usain Bolt seine jüngste Uhr in limitierter Auflage, die gerade rechtzeitig für die anstehenden Olympischen Spiele in Pelés Heimatland Brasilien im Sommer erscheint. Anschließend wurden die Gäste, darunter internationale und lokale Presse, VIPs und Freunde der Marke in das neue Geschäft hereingebeten. Nach dem dynamischen Tanzspektakel schnitt Peter Marino, Architekt von Gebäude und Boutique, gemeinsam mit Ricardo Guadalupe, Usain Bolt und Pelé das Eröffnungsband durch.

Die lebende Fußballlegende Pelé sagte, „*Ich fühle mich geehrt, anlässlich dieses bedeutenden Meilensteins für Hublot hier in New York sein zu dürfen. Mich verbindet eine lange Geschichte mit Hublot und ich freue mich außerordentlich darüber, Zeuge des anhaltenden Wachstums der Marke sein zu dürfen.*“

Das neue Geschäft mit der Anschrift **743, Fifth Avenue (zwischen 57. und 58. Straße im Zentrum von Manhattan)** ist das jüngste Ergebnis der langjährigen Zusammenarbeit von Peter Marino und Hublot, die 2010 ihren Ursprung hat, als Marino das Design des Flagship Stores an der Pariser Place Vendôme entwarf. Diese Boutique sollte die erste von nunmehr fünf sein. Die Ausstattung des New Yorker Geschäfts ist nicht nur Ausdruck des von Luxus und Innovation erfüllten Wesens der Marke, sondern auch der *Kunst der Fusion*, welche unerwartete Kombinationen verspricht. Die dramatische, von LED-Lichtern beleuchtete und mit pulverbeschichteten, schwarzen Aluminiumplatten verhangene neue Fassade ragt über der Fifth Avenue ganze 21 Meter in die Höhe. Damit ist sie die weltweit höchste Fassade der Marke. Die Inneneinrichtung der Boutique zeugt davon, dass Hublot einzigartige Materialien verwendet, was nicht zuletzt beim Uhrendesign der Marke eine wesentliche Rolle spielt. Mit über 139 m² handelt es sich um das größte Geschäft der Marke in den Vereinigten Staaten. Schwarzer Lavastein, Holzböden, graphitfarbene Ledermöbel, Glas und polierte Edelstahlelemente sowie Hightech-Innovationen wie „schattenfreie“ LCD-Auslagescheiben, eine raffinierte und doch dezente Beleuchtung, die Monitorwand und ein „Buch“ mit virtuell umschlagenden „Seiten“, die im Hauptschaufenster zur Fifth Avenue allesamt einen Teil von Hublots Geschichte abbilden, erfüllen den Raum mit einem modernen Stil. Ein Bild des Künstlers Albrecht Schnider aus dem Jahr 2014 scheint vor dem raumhohen, rauchgrauen Spiegel im hinteren Teil der Boutique zu „schweben“. Insgesamt ist das Geschäft von der Verschmelzung edler Materialien und einer luxuriösen und dennoch modernen Ästhetik erfüllt.

Architekt Peter Marino erklärte zum Design der Boutique: „*Die plastische Darstellung von Bewegung in der Fassade zeigt eine abstrakte Vorstellung der Zeit und des ewigen Mechanismus einer Uhr.*“

Im Geschäft erhielten die Gäste Gelegenheit, sich Hublots neuesten Zeitmesser zu Ehren von Usain Bolt anzusehen. Die **Big Bang UNICO Usain Bolt** wurde gemeinsam mit dem schnellsten Mann der Welt entworfen. Sie ist in den



Ausführungen aus markantem Gelbgold sowie Keramik erhältlich und weist ein männlich-sportliches Design mit goldenen und grünen Details, die charakteristischen Farben von Usain Bolt, auf. Als Hommage an das Heimatland des Sportlers ziert das Armband zudem eine Prägung der jamaikanischen Fahne. Mit dem manufaktoreigenen UNICO Uhrwerk mit Flyback-Chronograph lässt sich bei jedem Rennen die Zeit genau stoppen. Doch nur diese Version ziert der zweite Zeiger in Form des typischen „Blitzes“ des Sportlers. Alle Modelle werden in limitierter Serie angeboten.

Der schnellste Mann der Welt Usain Bolt schwärmte, „Ich freue mich sehr über das Erscheinen der neuen Hublot Usain Bolt Signature Uhren. Die limitierte Serie King Power Usain Bolt, die 2012 vorgestellt wurde, war sehr beliebt, und ich denke, dass die Menschen diese Uhren sogar noch mehr mögen werden.“

Später am Abend nahm Hublot das international angesehene **Solomon R. Guggenheim Museum** in Manhattans Upper East Side ein, wo die Luxusuhrenmarke anlässlich des **10. Jubiläums des Konzepts All Black** eine große Feier gab. Dieses revolutionäre Konzept führte die Idee der „unsichtbaren Sichtbarkeit“ ein – eine Philosophie, die bis ins kleinste Detail das Wesen der Marke verkörpert. Das gleichermaßen ausdrucksstarke wie legendäre Design wurde zum modischen Pulsgeber. Auch heute noch versteht sich Hublot als Pionier dieses monochromen, völlig schwarzen Stils, der seither von nahezu jedem bedeutenden Uhrenhersteller aufgegriffen wurde. Den modernen, bekannten weißen Raum des Guggenheim hüllte Hublot in Schwarz und lud ein zu einer außergewöhnlichen All-Black-Erfahrung zu Ehren dieses bedeutenden Anlasses. Einen spannenden Gegensatz bildete die schwarz-weiße Vorhalle, die der Schweizer Künstler Maxime Büchi gestaltet hatte.

Jean-Claude Biver, Chairman von Hublot und President der Uhrensparte von LVMH, erklärte: „Wir freuen uns außerordentlich darüber, die Errungenschaften unserer großartigen Marke zu feiern. Der Einsatz von Hublot folgt dem Motto „Be First, Be Unique, Be Different“. In Sachen Design, Innovation und uhrmacherisches Know-how brechen wir vorgefertigte Muster auf und wir sind stolz darauf, diese Erfolge heute Abend mit unseren engsten Freunden feiern zu können.“

Die Gäste, darunter die Markenbotschafter **Pelé, Usain Bolt** und **Major Champion Justin Rose**, sowie Freunde der Marke, darunter **Jesse Palmer, Victor Cruz**, und **Maxime Büchi** kamen vor dem Betreten des Museums mit Ricardo Guadalupe auf dem schwarzen Teppich zusammen. Im Museum gab es dann für die Gäste Appetizer, die ganz im Zeichen des All Black gestaltet waren, bspw. violette, marmorierte Kartoffeln mit Ossieta-Kaviar und Ahi-Thunfisch in mit schwarzem Sesam umhüllten Temaki-Rollen. Dazu wurden Cocktails rund um das Thema Hublot gereicht, so etwa „All Black“, „Big Bang“ und „Classic Fusion“, die extra für diesen Abend aus Belvedere, Ardbeg, Glenmorangie, und Hennessy VSOP Privilege kredenzt wurden.

Die DJs **Hannah Bronfman** und **Brendan Fallis** sorgten für die musikalische Unterhaltung und leiteten den Hauptteil des Abends ein: den Auftritt des gefeierten Musikers und Grammy-Gewinners **Wyclef Jean**, der selbst aus New York stammt und für die begeisterte Menge seinen großen Hit „Ready or Not“ mit dem musikalischen Hintergrund von den Alumni Boys Choir von Harlem.

Ricardo Guadalupe, CEO von Hublot, erklärte: „Hublot ist hocheifrig, diesen aufregenden Anlass gemeinsam mit der Stadt New York erleben zu dürfen. Hier wird unserer „Kunst der Fusion“ nun vollends Leben eingehaucht. Wir feiern nicht nur unser neues Geschäft auf der Fifth Avenue – die größte Hublot Boutique in den Vereinigten Staaten –, sondern würdigen auch die legendäre und innovative All Black Kollektion, die Hublot vor genau 10 Jahren begründete.“

LINK ZU BILDERN DER VERANSTALTUNG: <http://bit.ly/1XETquX>

LINK ZU BILDERN DER 743 FIFTH AVENUE: <https://app.box.com/s/0w442ou6oygj8fjacvswyjqz9hg2kd0>

LINK ZU 1 MINUTE VIDEO VON BOUTIQUE ERÖFFNUNG MIT DEN MARKENBOTSCHAFTERN: <https://youtu.be/a3sz4O00pY>

(Credit: Adrian Wilson für Hublot)



Big Bang Unico Usain Bolt Gelbgold

Referenz	411.VS.1189.VR.USB16 – Auf 100 Exemplare limitiert
Gehäuse	45 mm Durchmesser, satiniertes und poliertes 18 K Gelbgold
Gehäuseboden	poliertes 18 K Gelbgold mit Saphirglas
Lünette	satiniertes und poliertes 18 K Gelbgold mit 6 H-förmigen Schrauben
Schrauben	schwarz beschichtetes Titan
Glas	entspiegelter Saphir
Lünettenaufsätze	untere Lünette aus schwarzem Verbundharz
Zifferblatt	mattschwarzes, skelettiertes Zifferblatt mit Blitz-Chronographenzeiger
Uhrwerk	HUB1242 UNICO Manufakturuhrwerk mit Handaufzug und Flyback-Chronograph mit Säulenrad
Datum	Kalenderanzeige bei 3 Uhr
Bauteile	330
Lagersteine	38
Frequenz (Hz)	4 (28 800 Halbschwingungen pro Stunde)
Gangreserve	72 Stunden
Armband	schwarzes Kautschuk und goldenes Glanzkalfsleder mit Prägung der jamaikanischen Fahne
Schließe	Faltschließe aus schwarz beschichtetem Titan

Big Bang Unico Usain Bolt Keramik

Referenz:	411.CX.1189.VR.USB16 – Auf 250 Exemplare limitiert
Gehäuse	45 mm Durchmesser, satinierte und polierte schwarze Keramik
Gehäuseboden	polierte schwarze Keramik mit Saphirglas
Lünette	satinierte und polierte schwarze Keramik mit 6 H-förmigen Schrauben
Schrauben	18 K Gelbgold
Glas	entspiegelter Saphir
Lünettenaufsätze	untere Lünette aus schwarzem Verbundharz
Zifferblatt	mattschwarzes, skelettiertes Zifferblatt mit Blitz-Chronographenzeiger
Uhrwerk	HUB1242 UNICO Manufakturuhrwerk mit Handaufzug und Flyback-Chronograph mit Säulenrad
Datum	Kalenderanzeige bei 3 Uhr
Bauteile	330
Lagersteine	38
Frequenz (Hz)	4 (28 800 Halbschwingungen pro Stunde)
Gangreserve	72 Stunden
Armband	Bänder aus schwarzem Kautschuk und Schedoni-Leder mit Prägung der jamaikanischen Fahne
Schließe	Faltschließe aus schwarz beschichtetem Titan

ÜBER HUBLOT

„Hublot – Ein anderer Weg des Fortschritts“. Das sagen Kenner dieses Schweizer Luxusuhrenherstellers, bei dem jeder Augenblick als Vorwärtsbewegung die Zukunft in atemberaubender Geschwindigkeit begründet. Ein Traum, der gemeinsam von Hublots Chairman Jean-Claude Biver und CEO Ricardo Guadalupe angeregt und ausgearbeitet wurde, als sie 2004 die Leitung der Marke übernahmen. Diesen beiden Männern ist die Erfolgsgeschichte der Marke Hublot zu verdanken. Dabei stehen die Kollektionen Big Bang, Classic Fusion und MP Masterpiece stellvertretend für die sich stetig weiterentwickelnde Tradition. In diesem Jahr begeht Hublot das 10. Jubiläum des Konzepts ALL BLACK. Mit dessen Entwicklung erschuf die Marke eine Uhr mit geschwärzten Zeigern, Indexen, Zifferblatt und Datum, und löste sie somit ein Stück weit von ihrer Funktion als ausschließlicher Anzeigerin der Zeit. Mit manufaktureigenen Komplikationen – darunter preisgekrönte Minutenrepetitionen und Tourbillons –, revolutionären Materialien wie dem patentierten und kratzfesten Magic Gold oder der farbigen Karbonfaser Textalium und transparenten Saphirgehäusen und nicht zuletzt der Zusammenarbeit mit Weltklassepartnern wie Ferrari, FIFA™ Weltmeisterschaft und Italia Independent kennzeichnet sich Hublot vor allem durch seine Kunst der Fusion. Eine Philosophie, welche die Tradition in die Zukunft überführt.