

## **Marke als Wachstumsmotor: Beim Luxusuhrenhersteller Hublot basiert der Erfolg auf der Konzentration in der Vielfalt**

Dortmund, 31. Mai 2012

Es ist weit mehr als die exakte Uhrzeit in edlem Design, die für eine Verachtfachung des Umsatzes innerhalb von vier Jahren sorgte. Für Jean-Claude Biver, Uhren-Macher und Chairman of the Board des Schweizer Luxusuhrenanbieters Hublot SA, liegen die Schwerpunkte der Hublot-Marketingstrategie in der „Konzentration in der Vielfalt“: zu wissen, wo man hingehen muss, um den potenziellen Kunden zu treffen. Um Biver zu treffen und sein Herz für Uhren schlagen zu hören, muss man am 6. und 7. September zum 9. Internationalen Marken-Kolloquium 2012 gehen.

Im Kloster Seeon im Chiemgau wird Jean-Claude Biver über die Verbindung von Tradition und Moderne als Kern des Hublot-Erfolgs sprechen. Handwerkskunst auf Spitzenniveau – zuletzt mit der Einführung von „Magic Gold“, der härtesten und kratzfesten Gold-Legierung der Welt, eindrucksvoll belegt – geht einher mit einem ausgeprägten Markenbewusstsein. Die Hublot-Partnerschaften, z.B. mit Ferrari oder dem Jacht-Club von Monaco, und das Sponsoring sprechen eine markenfokussierte Sprache. In der Fußballwelt war Jean-Claude Biver der Erste, der eine Luxusmarke unter die Sponsoren brachte: Hublot unterstützt beispielsweise (nach 2010) die WM 2014, ist bei Manchester United und brandaktuell beim Fußballclub Al Wasl aus Dubai aktiv.

Weitere Informationen zum 9. Internationalen Marken-Kolloquium für Entscheider über markenstrategische und marktaktische Fragen unter [www.markenkolloquium.de](http://www.markenkolloquium.de) oder bei Twitter @MKolloquium.

\*\*\*

Abdruck/redaktionelle Verwendung frei. Foto Jean-Claude Biver (© Hublot SA) und Programm-Cover (© Mandat Managementberatung; Foto: Christian Vohler) unter [www.mandat.de/de/menu/presse-raum/photos-und-downloads/fotos-prof-dr-guido-quelle](http://www.mandat.de/de/menu/presse-raum/photos-und-downloads/fotos-prof-dr-guido-quelle)

\*\*\*

Seit 2004 hat sich das Internationale Marken-Kolloquium zu einer der herausragenden Marken-Veranstaltungen im deutschsprachigen Raum entwickelt. Seit 2012 steht es unter der Leitung der Dortmunder Mandat Managementberatung GmbH und ihres Geschäftsführers, „Wachstumstreiber“ Prof. Dr. Guido Quelle.

\*\*\*

Prof. Dr. Guido Quelle ist seit mehr als 20 Jahren Unternehmer. Als Berater, Autor, Redner und Experte für profitables Wachstum unterstützt er aktive Unternehmenslenker dabei, ihre Unternehmen auf nachhaltiges Wachstum zu trimmen. Sein aktuelles Buch „Profitabel wachsen – Wie Sie interne Bremsen lösen und Ihrem Unternehmen neuen Schub geben“ erschien im September 2011 bei Gabler. Quelle ist als erster Europäer Mitglied der Million Dollar Consultant® Hall of Fame und seit 2010 Honorarprofessor an der Hochschule für Logistik und Wirtschaft, Hamm.

Die Mandat Managementberatung GmbH, Dortmund, unterstützt ihre Klienten seit über 20 Jahren dabei, profitabel zu wachsen. Zu den mehr als 120 deutschen und multinationalen Klienten gehören ANZAG, Deutsche Post, DHL, Hornbach, Mercedes-Benz, Volkswagen oder die Erasmus Universität Rotterdam sowie zahlreiche mittelständische Unternehmen.

Pressekontakt:

Mandat Managementberatung GmbH  
Prof. Dr. Guido Quelle  
Emil-Figge-Straße 80  
D-44227 Dortmund

Tel: +49 231 9742390  
Fax: +49 231 9742389  
[guido.quelle@mandat.de](mailto:guido.quelle@mandat.de)  
[www.mandat.de](http://www.mandat.de)