

19.05.2025 – 09:27 Uhr

DIE BERÜHMTESTE UND VERWÖHNTESTE KATZE DER WELT SPIELT DIE HAUPTROLLE IN DER KAMPAGNE ZUM 20-JÄHRIGEN JUBILÄUM DER BIG BANG VON HUBLOT

Nyon, Schweiz (ots/PRNewswire) -

Die amtierende Katzenikone des Internets, Choupette, hat ihre höchst unerwartete Rolle bei der polarisierendsten Luxusuhrenmarke [Hublot](#) an Land gezogen. Zur Feier des 20-jährigen Jubiläums der kultigen Big Bang-Kollektion hat die Schweizer Uhrenmanufaktur die berühmte, verwöhnte Katze der Modebranche ausgewählt.

Hublot ist dafür bekannt, die Regeln des Luxus neu zu schreiben – die Antithese des leisen Designs. Die Marke fordert den Status quo der Uhrmacherei mit kühnem Produktdesign heraus, und genau wie die Zeitmesser selbst haben auch die Träger von Hublot keine Angst, sich von der Masse abzuheben. Vor zwei Jahrzehnten löste die Einführung der Big-Bang-Kollektion einen Wandel in der Branche aus: Sie wagte es, unkonventionelle Materialien zu kombinieren und sich über die traditionellen Stilmittel der Kategorie hinwegzusetzen. Hublot und seine Big Bang haben sich von einem Highlight zum nächsten entwickelt und dabei auf einem Geist der Revolution, Kühnheit und Verspieltheit aufgebaut. Mit zahlreichen Weltneuheiten und bahnbrechenden Errungenschaften wird die Big Bang als erste wirklich ikonische Uhr des 21. Jahrhunderts und als Leuchtturm der Kreativität in einem Bereich, der normalerweise von Geschichte und Tradition geprägt ist, in die Geschichte eingehen.

Die Kampagne stellt den neuen Slogan von Hublot vor: „Own It“. Ein kühner und unverblümter Aufruf zum Handeln und eine kompromisslose Haltung. Dieses neue Mantra fängt den authentischen, lauten und polarisierenden Geist der Marke ein. Hublot hat sich für die einzigartige Choupette entschieden, die weder ein Handgelenk hat noch die Zeit ablesen kann. Choupette, eine kulturelle Ikone, bringt ihre unverwechselbare Haltung in eine Kampagne ein, die das unverschämte Selbstbewusstsein und die radikale Individualität feiert, die sowohl sie als auch Hublot auszeichnen.

Julien Tornare, CEO von Hublot: „Die Big Bang stellt eine Revolution in der Uhrmacherei dar, eine perfekte Verbindung von Tradition und Moderne. Hublot bleibt den Werten der Luxusuhrmacherei wie handwerkliche Qualität und Liebe zum Detail treu und hat es dennoch geschafft, die Big Bang als Vorreiter in einer Branche zu positionieren, in der es traditionell wenig Designinnovationen gibt. Das ist es, was uns auszeichnet.“

Die Kampagne wurde von der visionären Fotografin [Carlijn Jacobs](#) ins Leben gerufen und präsentiert sich in einer Reihe auffälliger High-Fashion-Bilder, die mit Meme-inspirierten Inhalten durchsetzt sind. Damit macht sich Hublot die neue Sprache des Luxus in den sozialen Medien zu eigen und spricht die Menschen mit Geschichten, Verspieltheit und Unvorhersehbarkeit an.

Von „misslungenen“ Aufnahmen bis hin zu Choupettes divenhaften Momenten ist die Kampagne weit entfernt von einer weiteren ausgefeilten Luxus-Marketingkampagne. Mit Aufnahmen hinter den Kulissen bietet sie einen seltenen, selbstbewussten Einblick in eine Luxuswelt, die sich selbst nicht allzu ernst nimmt. Durch die Verwendung dieser filterarmen Linse in einem luxuriösen Umfeld gelingt es Hublot, die „vierte Wand“ zu durchbrechen und das Publikum mit in den Moment zu nehmen, anstatt es aus der Ferne beobachten zu lassen.

Die Kampagne startete am 1. Mai, wobei Choupette als Model für die Big Bang 20th Anniversary Red Magic auftritt. Im Laufe des Monats rücken zwei weitere Ikonen in den Mittelpunkt: Die auffällige Big Bang Tourbillon Automatic Yellow Neon Saxem, getragen von einer schicken, geheimnisvollen Dame in einem auffälligen Kunstpelzmantel, und das Modell Big Bang 20th Anniversary Titanium Ceramic, zu sehen an einem kraftvollen Athleten, der ungeniert in einem Umkleideraum im Fitnessstudio trainiert.

v.pela@hublot.ch

Kontakt:

v.pela@hublot.chFoto – https://mma.prnewswire.com/media/2679833/Hublot_Choupette.jpg

Foto – https://mma.prnewswire.com/media/2679829/Hublot_Choupette.jpg

Logo – https://mma.prnewswire.com/media/1765293/5301946/Hublot_Logo.jpg

View original content:<https://www.prnewswire.com/news-releases/die-beruhmteste-und-verwohnteste-katze-der-welt-spielt-die-hauptrolle-in-der-kampagne-zum-20-jahrigen-jubilaum-der-big-bang-von-hublot-302458786.html>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010322/100931739> abgerufen werden.