

19.11.2020 - 18:07 Uhr

Die HUBLLOT e-warranty: Eine Dematerialisierung der Garantiekarte - Armbanduhren, die selber zu Bescheinigungen ihrer eigenen Echtheit werden

Nyon, Schweiz (ots/PRNewswire) -

Durch eine visuelle Erkennung der Mikrostruktur ihrer Materialien wird die Echtheit von Hublot-Armbanduhren garantiert.

Mit HUBLLOT e-warranty führt Hublot eine vollständig digitale Garantie mit Speicherung in der AURA-Blockchain ein.

To stay up-to-date, follow: @Hublot #Hublot

Nachdem Hublot 2009 bereits zu einem der ersten Unternehmen weltweit wurde, die ihre Armbanduhren mit einer elektronischen Garantie ausstatteten, präsentiert die Uhrenmanufaktur mit "Hublot e-warranty" nun eine weitere Innovation. Nach einem ähnlichen Prinzip wie bei einer Gesichtserkennung basieren dabei Pass und Garantie, beide in elektronischer Form, auf der Einzigartigkeit der Materialien, aus denen die Armbanduhren von Hublot bestehen. Die hochentwickelte Technologie erforderte mehr als drei Jahre Forschungs- und Entwicklungsarbeit im Rahmen einer Partnerschaft mit dem Unternehmen KerQuest. Heute genügt dank Hublot e-warranty ein einfaches, mit einem Mobiltelefon aufgenommenes Foto, um die Garantie zu aktivieren, auf sie zuzugreifen und dabei die Echtheit des Produkts zu überprüfen. Zwar greift die entwickelte Technologie auf komplexe Algorithmen zurück, ihre Nutzung ist jedoch einfach und benutzerfreundlich. Eine perfekte Fusion von technologischer Komplexität und Benutzerfreundlichkeit." Ricardo Guadalupe, CEO von HUBLLOT

Mit Hublot e-warranty verbinden Hublot und KerQuest Materialien mit avantgardistischen Algorithmen für eine revolutionäre neue Benutzererfahrung. Die Echtheit der Armbanduhr wird somit durch das Erkennen der besonderen Merkmale ihrer Materialien bestätigt. Eine Premiere im Kampf gegen Fälschungen.

Schluss mit Garantiekarten und Echtheitsbescheinigungen - mit ihrem neuen Schutz- und Garantiesystem Hublot e-warranty vereinfacht die Uhrenmanufaktur die Verfolgung und Rückverfolgung ihrer Armbanduhren, von der Manufaktur über die Verkaufsstellen bis hin zu den Kunden. **Im Einklang mit seiner Philosophie "Be First, Different and Unique" führt der Uhrenmacher mit Hublot e-warranty eine wegweisende technologische Neuheit ein, bei der die Armbanduhr selbst zum Schlüssel für den Eintritt in eine neue Servicewelt wird.** Bei gleichzeitiger Erhöhung der Benutzerfreundlichkeit für Verkaufsstellen, Kunden und Zollbehörden verbessert Hublot den Schutz vor Fälschungen und Diebstahl. Schlicht, einfach und effizient!

Seit 2017 hat der Uhrenmacher im Rahmen einer Partnerschaft mit dem Unternehmen KerQuest an der Entwicklung von Algorithmen gearbeitet. Das Ziel: die Konzeption einer Technologie, die sich auf das Erkennen spezifischer Merkmale der Armbanduhr stützt, und zwar der Mikrostruktur der Materialien, aus der die Uhr besteht. Eine Vorgehensweise, die für den Meister der Kunst der Fusion, der seit 40 Jahren Materialien und ihre Verschmelzung als sein Alleinstellungsmerkmal nutzt, natürlich naheliegend ist. Während jedoch das Erkennen eines Materials im weiteren Sinn bereits seit mehreren Jahren erforscht wird, stellte das eigentliche Problem und somit eine zusätzliche Herausforderung das Erkennen einzelner Produkte dar. Im Zuge der Weiterentwicklung von Smartphones und insbesondere der Verbesserung der Auflösung der Kamerafunktion sowie der Entwicklung künstlicher Intelligenz gelang es Hublot und KerQuest, die erste visuelle Erkennungsfunktion für Armbanduhren zu erschaffen.

Jede Armbanduhr von Hublot ist einzigartig: Selbst zwei Armbanduhren desselben Modells aus der Manufaktur lassen sich durch Besonderheiten ihrer Mikrostruktur voneinander unterscheiden. Die Herausforderung bestand darin, diese besonderen Merkmale zu erfassen und dabei auf verlässliche und praktische Weise vorzugehen. Hublot e-warranty basiert daher auf einer Erkennungsfunktion für die jeweiligen Besonderheiten aller verschiedenen Armbanduhren und Modelle von Hublot.

Die Haupttechnologie befindet sich direkt im Herzen der Manufaktur, dort, wo gewissermaßen der Pass der Armbanduhr erstellt wird. Speziell konzipierte Scanner zeichnen Bilder auf und bilden die Beschaffenheit jedes Exemplars in all seinen Details und in äußerst hoher Auflösung nach. So wird jede Armbanduhr, die aus der Produktion hervorgeht, am Ende "fotografiert". Wenn die Armbanduhr dann im Geschäft verkauft wird, aktiviert die Verkaufsstelle mithilfe der Anwendung Hublot-e-warranty (wobei mithilfe von Ausrichtungsmarkierungen, die auf dem Bildschirm angezeigt werden, ein Foto von der Vorderseite der Uhr aufgenommen wird) die Garantie. Die Fotos werden an die zuständige IT-Einrichtung zur Bearbeitung und, falls das Exemplar als authentisches Produkt erkannt wurde, automatischen Aktivierung der Garantie weitergeleitet. Sobald die Armbanduhr erkannt und authentifiziert wurde, erhält der Kunde seine Hublot e-warranty auf dem von ihm gewünschten Weg (SMS, E-Mail, WhatsApp, WeChat, Instagram, Messenger ...) und kann dann auf einfache Weise der Hublotista-Community beitreten.

Auch für die Kunden steht eine spezielle e-warranty-Anwendung zur Verfügung. Mit dieser Anwendung können die Kunden auf neue Dienste zugreifen, beispielsweise die Überprüfung der Echtheit eines Exemplars, Informationen über den Garantiestatus eines Exemplars oder auch Zutritt zur Hublotista-Community. Sollte es zu einem Verlust der Garantiedaten oder zu einem Verkauf der Armbanduhr ohne Übertragung der Garantie auf den neuen Besitzer kommen, kann mithilfe der Produkterkennungsfunktion durch

die Anwendung Hublot e-warranty, die im Google Play Store und im App Store von Apple verfügbar ist, erneut auf alle Informationen zur Armbanduhr und zu ihrer Garantie zugegriffen werden. Betrifft eine Transaktion eine gebrauchte Uhr, kann Hublot e-warranty vom Verkäufer oder Käufer genutzt werden, um den Status des Exemplars zu kontrollieren, und der Verkäufer kann so auch davor bewahrt werden, eine gestohlene Uhr weiterzuverkaufen.

Die Technologie der Hublot e-warranty ist bereits mit allen seit Anfang 2020 von der Uhrenmanufaktur hergestellten Produkten kompatibel. Gerade wird diese voll funktionsfähige Technologie nun in allen Hublot-Verkaufsstellen eingeführt. Die Boutique Paris Vendôme, ein Pioniergeschäft, ist bereits seit über einem Jahr entsprechend ausgestattet. Auch in den Boutiquen und bei Einzelhändlern in der Schweiz ist diese Technologie bereits einsatzbereit. Die anderen Vertriebsmärkte werden in den kommenden Monaten folgen. Für die vorherigen Produkte bleibt die elektronische Garantiekarte bestehen. Wenn sie das nächste Mal dem Kundendienst vorgestellt werden, werden diese Uhren jedoch von der Manufaktur registriert, damit auch sie vom neuen System Hublot e-warranty profitieren können.

Einmal mehr stellt Hublot die Kundenerfahrung ins Zentrum seiner Entwicklungen und setzt darauf, diese Technologie gewinnbringend nutzen zu können, um seinen treuen Kunden neue interaktive Funktionen zu bieten.

Bereits 2009 ein Pionier dank einer elektronischen Garantiekarte

2009 wurde Hublot eines der ersten Unternehmen weltweit, das seine Armbanduhren mit der Technologie WiSeKey ausstattete - eine gleich beim Kauf aktivierte Karte, die mit einem Zwei-Faktor-Authentifizierungssystem (kryptografischer Schlüssel und Seriennummer der Armbanduhr) funktioniert. Diese Technologie ging mit einem USB-Lesegerät für die Garantie einher und ermöglichte dem Kunden bereits, Teil der Hublotista-Community zu werden. 2015 wurde diese Technologie weiterentwickelt, indem die kontaktbasierte Mikrochip-Technik durch NFC-Technologie (Near-Field-Communication) ersetzt wurde.

Hublot e-warranty wird die von LVMH eingeführte Blockchain AURA nutzen

Das neue von Hublot entwickelte Garantiesystem fügt sich in eine von LVMH initiierte globale Ausrichtung zur Bekämpfung von Fälschungen sowie zur Nachverfolgung und Rückverfolgung des Produktlebenszyklus ein. Die elektronische Hublot e-warranty wird in der für die Nutzung verschiedener Luxusmarken gedachten Blockchain AURA gespeichert. AURA wurde zusammen mit Microsoft und dem Blockchain-Unternehmen ConsenSys entwickelt und stellt die erste internationale Blockchain dar, die dafür konzipiert wurde, dass Verbraucher ihre gekauften Artikel zurückverfolgen und deren Echtheit überprüfen können. Sie wurde von und für Luxusmarken konzipiert und ermöglicht insbesondere, die Beschaffungsquellen von Rohstoffen zurückzuverfolgen und das geistige und kreative Eigentum zu schützen.

HUBLLOT

Die Marke HUBLLOT wurde 1980 in der Schweiz gegründet und zeichnet sich seit jeher durch ihr innovatives Konzept aus, das mit der beispiellosen Kombination von Gold und Kautschuk begann: Die "Kunst der Fusion" ist der visionären Vorstellungskraft des Vorsitzenden Jean-Claude Biver entsprungen und wird durch CEO Ricardo Guadalupe seit 2012 weiter vorangetrieben.

Die Einführung des ikonischen, mehrfach ausgezeichneten Designs der Big Bang im Jahr 2005 ebnete den Weg für weitere, erfolgreiche Kollektionen (Classic Fusion, Spirit of Big Bang) mit Komplikationen, die von den klassischen bis hin zu den kompliziertesten der Uhrmacherei reichen. Sie prägt bis heute einschlägig die außergewöhnliche DNA der Schweizer Uhrenmanufaktur mit beeindruckendem, stetigem Wachstum.

Die Schweizer Uhrenmanufaktur ist bestrebt ihre traditionsreiche und innovative Expertise fortwährend voranzutreiben, geleitet von der Philosophie der Marke "Be First, Different and Unique". Durch ihren Pionier- und Innovationsgeist sowie die Kreation von neuen Materialien (kratzfestes Magic Gold, Keramik in kräftigen Farben, Saphir) und Manufakturwerken (UNICO, Meca-10, Tourbillon) ist HUBLLOT stets einen Schritt voraus.

HUBLLOT, eine Marke der Haute Horlogerie mit visionärer Zukunft, verbindet sich mit den wichtigsten Ereignissen der Zeit (FIFA World Cup(TM), UEFA Champions League, UEFA EURO(TM) und Ferrari) und den herausragendsten Persönlichkeiten als Markenbotschafter (Kylian Mbappé, Usain Bolt, Pelé).

Entdecken Sie die Welt von Hublot in den Boutiquen in den schönsten Städten der Welt: Genf, Paris, London, New York, Hongkong, Dubai, Tokio, Singapur, Zürich und in vielen weiteren Städten sowie auf HUBLLOT.com.

KerQuest

KerQuest hat eine leistungsstarke Funktion zum Erkennen einzelner Produkte geschaffen, die auf einer Plattform mit der Bezeichnung "Solid Media Messaging" gehostet wird. Mit ihrer Hilfe kann ein beliebiger Benutzer über sein Smartphone intuitiv mit einem Gegenstand interagieren und verschiedene Transaktionsdienste können erbracht werden. Durch sie können nicht nur zahlreiche gewerbliche Funktionen für Marken und Vertriebshändler erfüllt werden, sondern sie stellt darüber hinaus auch ein sehr schönes Instrument für die Kundenbindung dar.

Photo - https://mma.prnewswire.com/media/1339074/Hublot_e-warranty_system.jpg

Logo - https://mma.prnewswire.com/media/1176881/Hublot_Logo.jpg

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010322/100860167> abgerufen werden.