

OMEGA

Breguet

BLANCPAIN

GESCHÄFTS-
BERICHT 2019

Jaquet Droz

Glashütte
ORIGINAL

F. FRANCKILLON
LONGINES
SUISSE

RADO

Tissot

swatch
QUARTZ



INHALTSVERZEICHNIS

GELEITWORT DER PRÄSIDENTIN	2
OPERATIVE ORGANISATION	4
ORGANISATION UND VERTRIEB IN DER WELT	5
ORGANE DER SWATCH GROUP	6
VERWALTUNGSRAT	6
KONZERNLEITUNG	8
ERWEITERTE KONZERNLEITUNG	9
ENTWICKLUNG DER SWATCH GROUP	10
ES WAR EINMAL...	11
ART & PHILANTHROPY	20
BIG BRANDS	23
UHREN UND SCHMUCK	24
DISTRIBUTION UND PRÄSENZ	89
PRODUKTION	95
ELEKTRONISCHE SYSTEME	105
CORPORATE, BELENOS	111
SWATCH GROUP IN DER WELT	119
GOVERNANCE	143
UMWELTSCHUTZPOLITIK	144
SOZIALPOLITIK	151
CORPORATE GOVERNANCE	154
JAHRESRECHNUNG 2019	167
KONZERNRECHNUNG	168
JAHRESRECHNUNG THE SWATCH GROUP AG	214
VERGÜTUNGSBERICHT 2019	231

Der Geschäftsbericht und der Vergütungsbericht der Swatch Group erscheinen auf Französisch, Deutsch und Englisch. Der Text der Seiten 1 bis 142 wurde ursprünglich auf Französisch und jener der Seiten 143 bis 230 sowie der Vergütungsbericht auf Deutsch verfasst. Diese jeweiligen Sprachversionen sind massgebend.

© The Swatch Group AG, 2020



GELEITWORT DER PRÄSIDENTIN

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Mitaktionärinnen und Mitaktionäre

In der Regel berichte ich Ihnen an dieser Stelle über das vergangene Jahr. Aber dieses Jahr breche ich mit dieser Tradition und beginne mit der momentanen Situation. Ein Virus legt unsere Welt lahm und wieder mal sehen wir, dass die Strategie, in der Schweiz zu produzieren, sehr wichtig ist. Natürlich nicht nur für uns, auch sollten wir als Land wieder mehr darauf schauen, Medikamente, Lebensmittel und Basiskomponenten hier in der Schweiz und nicht nur wegen des Preises im Ausland zu produzieren. Dieses Jahr wird sicherlich ein schwieriges Jahr weltweit werden, aber lassen Sie mich jetzt doch über unser Jahr 2019 reden.

Der Begriff der Nachhaltigkeit liegt zurzeit ja sehr im Trend. Beständigkeit und Nachhaltigkeit gelten aber nicht nur für unsere 18 Uhrenmarken, sondern auch für ihre Produkte. Die hergestellten Uhren bleiben viele Jahre, sogar mehrere Jahrzehnte erhalten und werden gern von Generation zu Generation weitergegeben. Eine Revision ab und zu genügt, um dem Zahn der Zeit zu trotzen. Im Gegensatz zu den meisten Konsumgütern unserer Wegwerfgesellschaft sind Uhren beständige Produkte. Sie sind eine Klasse für sich, denn sie zeichnen sich nicht nur allein durch ihre Schönheit und Präzision aus.

Vintage ist heute allgegenwärtig: in der Mode, im Automobilbau, in der Inneneinrichtung. Einem berühmten Wörterbuch zufolge bedeutet Vintage veraltete Kleidung und Accessoires der vergangenen Jahrzehnte, die dem aktuellen Zeitgeist angepasst wurden. Vintage ist also das neue Must-have. Das Phänomen hat auch die Uhrmacherskunst erobert. Viele unserer Marken bieten moderne Neuinterpretationen von Uhren aus der Ver-

gangenheit an. Es gibt aber auch falsches Vintage: die sogenannten *pre-owned* Uhren, also Occasionen!! Die müssen überhaupt nicht Vintage sein. Vintage sollte eine Antiquität sein oder eine Neuinterpretation eines alten Modells. Viele Bilder und Geschichten, die sich mit Vintage unserer Marken befassen, finden Sie in unserem Jahresbericht 2019, und auch unser Aktionärgeschenk ist eine richtige Vintage-Swatch.

Angesichts der Vergänglichkeit und Turbulenzen der heutigen Welt haben die Konsumenten das Bedürfnis, wieder an zuverlässige und langlebige Produkte anzuknüpfen. Vintage, meine lieben Mitaktionärinnen und Mitaktionäre, lässt Erinnerungen aus unserer Kindheit aufleben, Vintage ist Ausdruck des Bedürfnisses, sich wieder auf das Wesentliche zu konzentrieren. Dabei handelt es sich nicht einfach nur um die Nostalgie für eine vergangene Epoche, sondern vielmehr um eine Rückkehr zu den Wurzeln. Sogar die jüngeren, super vernetzten Generationen sind davon begeistert. Mit dem Vintage-Trend haben die Y- und Z-Generationen einen gemeinsamen Nenner gefunden, um eine für sie passende Zukunft zu schaffen.

Aber Achtung, lassen wir uns nicht vom Vintage- und Vergangenheitstrend blenden. Ich kann Ihnen versichern, dass die Zukunft bei der Swatch Group allgegenwärtig ist. Sie ist einer der roten Fäden für alle unsere Entscheidungen. Tag für Tag investieren wir in die Zukunft mit viel Sorgfalt und hoher Innovationskraft. Ein einschlägiger Beweis dafür ist unser neuer Rekord an Patentanmeldungen, der im Jahr 2019 auf 231 gestiegen ist. Das sind 9% mehr im Vergleich zum Vorjahr.

Nachdem wir uns nun länger in der Vergangenheit und ein bisschen in der Zukunft aufgehalten haben, kommen wir zum Jahr 2019. Die Swatch Group realisierte im letzten Jahr einen Umsatz von 8243 Millionen Schweizer Franken. Dies bedeutet im Vergleich zum Vorjahr einen leichten Rückgang von 1,8% bei gleichbleibendem Wechselkurs. Das Betriebsergebnis sank im Vorjahresvergleich um 11,4% auf 1023 Millionen Schweizer Franken, konnte sich aber über der 1000-Millionen-Grenze halten. Der Konzerngewinn beträgt 748 Millionen Schweizer Franken, was einem Rückgang von 13,7% entspricht. Das Berichtsjahr, insbesondere das zweite Halbjahr, war von den Ereignissen in Hongkong geprägt. Nebst den Wechselkursschwankungen hatten sie einen erheblichen Einfluss auf unsere Zahlen. Mit solchen äusseren Umständen müssen wir leben und wir haben gelernt, mit ihnen zu leben. So schlugen wir dennoch eine unveränderte Dividende vor, was unser Vertrauen in die Zukunft und in Sie beweist. Wie bereits erwähnt, wird die Zukunft bei uns sehr hoch geschrieben. Wir werden unsere Investitionen in die Forschung und Entwicklung, in neue Produkte, in unsere Produktionskapazitäten und in unser Vertriebsnetz fortsetzen. Im Jahr 2020 gedenken wir zwischen 450 bis 500 Millionen Franken dafür einzusetzen. Und wir werden trotz allen Widrigkeiten positiv in unserer Stimmung bleiben.



Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Mitaktionärinnen und Mitaktionäre, Sie alle sind am Schicksal unseres Unternehmens beteiligt. Sie sind die Seele dieses Unternehmens, indem Sie die Perlen der Vergangenheit hegen und pflegen, um die Schätze der Zukunft zu heben. Ich möchte Ihnen allen dafür danken. Mein Dank gilt ebenfalls dem Verwaltungsrat, der Konzernleitung und der erweiterten Konzernleitung sowie allen unseren Mitarbeitenden für ihren unermüdlichen Einsatz, ihre Dynamik und ihre Energie im vergangenen Jahr. Ganz herzlichen Dank an alle!

Nayla Hayek
Präsidentin des Verwaltungsrates der Swatch Group

SWATCH GROUP

OPERATIVE ORGANISATION

per 31. Dezember 2019

MARKEN UND GESELLSCHAFTEN DER SWATCH GROUP

UHREN	DISTRIBUTION	PRODUKTION	ELEKTRONISCHE SYSTEME	CORPORATE
Prestige- und Luxussegment Breguet Harry Winston Blancpain Glashütte Original Jaquet Droz Léon Hatot Omega	Tourbillon Hour Passion	Uhren ETA Meco CHH Microtechnique Nivarox-FAR Comadur Rubattel et Weyermann MOM Le Prélet Universo Manufacture Ruedin Lascor Simon Et Membrez Novi Swatch Group Assembly	EM Microelectronic Renata Micro Crystal Swiss Timing und ST Sportservice	Swatch Group Forschung und Entwicklung Asulab Moebius CDNP ICB Ingénieurs Conseils en Brevets Swatch Group Quality Management Swatch Group Services European Distribution Center Swatch Group Logistics Swatch Group Information Technologies Swatch Group Corporate Customer Service Swatch Group Gems Real Estate Development Swatch Group Immobilien Belenos Clean Power
Oberes Preissegment Longines Rado Union Glashütte				
Mittleres Preissegment Tissot Balmain Certina Mido Hamilton Calvin Klein		Schmuck Dress Your Body (DYB)		
Basissegment Swatch Flik Flak				

SWATCH GROUP

ORGANISATION UND VERTRIEB IN DER WELT

per 31. Dezember 2019

TOCHTERGESELLSCHAFTEN DER SWATCH GROUP

EUROPA	AMERIKA	OZEANIEN	FERNER OSTEN	MITTLERER OSTEN	AFRIKA
Belgien Deutschland Frankreich Griechenland Grossbritannien und Irland Italien Luxemburg Niederlande Nordische Länder (Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden) Österreich Polen Russland Schweiz Spanien Türkei	Kanada Mexiko Vereinigte Staaten, Karibik und Lateinamerika	Australien	China Hongkong Indien Japan Macau Malaysia Singapur Südkorea Taiwan Thailand	Vereinigte Arabische Emirate	Südafrika

In den Ländern, in denen die Swatch Group keine Vertriebstochtergesellschaft hat, wird sie durch Distributionsunternehmen vertreten.

VERWALTUNGSRAT

per 1. März 2020



NAYLA HAYEK
Präsidentin des Verwaltungsrates



ERNST TANNER
Vizepräsident



DANIELA AESCHLIMANN



NICK HAYEK



PROF. DR. H.C. CLAUDE NICOLLIER



DR. JEAN-PIERRE ROTH

Sekretärin

Jennifer Meyer-Kluge

Revisionsstelle

PricewaterhouseCoopers
St.-Jakob-Strasse 25
CH-4052 Basel

Verwaltungssitz

Seevorstadt 6
CH-2501 Biel
Telefon: +41 32 343 68 11
Fax: +41 32 343 69 11
E-Mail: www.swatchgroup.com/kontakt
Internet: www.swatchgroup.com

Gesellschaftssitz

Faubourg de l'Hôpital 3
CH-2000 Neuchâtel

Die Funktionen und Verantwortungsbereiche der Mitglieder des Verwaltungsrates per 31. Dezember 2019 sind im Kapitel Corporate Governance auf den Seiten 157 und 158 des vorliegenden Geschäftsberichts beschrieben.

KONZERNLEITUNG

per 1. März 2020



NICK HAYEK
Präsident der Konzernleitung



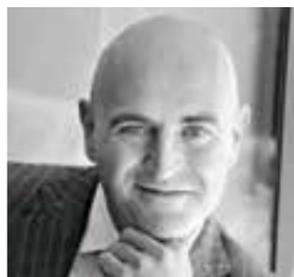
FLORENCE OLLIVIER-LAMARQUE



PIERRE-ANDRÉ BÜHLER



DR. MOUGAHED DARWISH



MARC A. HAYEK



DR. THIERRY KENEL



DR. PETER STEIGER



FRANÇOIS THIÉBAUD

ERWEITERTE KONZERNLEITUNG

per 1. März 2020



MIREILLE KOENIG



RAYNALD AESCHLIMANN



MATTHIAS BRESCHAN



DANIEL EVERTS



YANN GAMARD



HANS RUDOLF GOTTIER



ROGER JUILLET



WALTER VON KÄNEL



LIONEL A MARCA



CALOGERO POLIZZI



KEVIN ROLLENHAGEN

Die Funktionen und Verantwortungsbereiche der Mitglieder der Konzernleitung und der Erweiterten Konzernleitung per 31. Dezember 2019 sind im Kapitel Corporate Governance auf den Seiten 160 bis 162 des vorliegenden Geschäftsberichts beschrieben.

ENTWICKLUNG DER SWATCH GROUP

Swatch Group konsolidiert		2019	2018	2017	2016	2015
Nettoumsatz	Mio CHF	8 243	8 475	7 989	7 553	8 451
- Veränderung zum Vorjahr	%	-2.7%	6.1%	5.8%	-10.6%	-3.0%
Betriebsergebnis	Mio CHF	1 023	1 154	1 002	805	1 451
- In % des Nettoumsatzes	%	12.4%	13.6%	12.5%	10.7%	17.2%
Konzerngewinn	Mio CHF	748	867	755	593	1 119
- In % des Nettoumsatzes	%	9.1%	10.2%	9.5%	7.9%	13.2%
- Veränderung zum Vorjahr	%	-13.7%	14.8%	27.3%	-47.0%	-21.0%
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	Mio CHF	1 224	943	1 264	1 010	1 404
- In % des Nettoumsatzes	%	14.8%	11.1%	15.9%	13.4%	16.6%
Eigenkapital	Mio CHF	11 493	11 274	11 289	11 073	11 242
- In % der Bilanzsumme	%	83.9%	82.5%	83.8%	84.5%	84.7%
Bilanzsumme	Mio CHF	13 692	13 661	13 479	13 106	13 270
Personalbestand per 31.12.	Mitarbeiter	36 089	37 123	35 360	35 705	36 313
Durchschnittlicher Personalbestand	Mitarbeiter	36 596	36 074	35 057	35 827	35 783
Personalaufwand	Mio CHF	-2 578	-2 563	-2 339	-2 342	-2 384
The Swatch Group AG						
Erträge aus Dividenden	Mio CHF	909	1 004	848	1 005	1 055
Jahresgewinn	Mio CHF	911	995	840	992	1 028
Beteiligungen	Mio CHF	4 375	3 530	3 475	3 422	3 116
Aktienkapital	Mio CHF	118	125	125	125	125
Eigenkapital	Mio CHF	7 801	7 326	7 100	6 808	6 541
- In % der Bilanzsumme	%	96.3%	94.3%	96.7%	95.1%	97.5%
Bilanzsumme	Mio CHF	8 100	7 768	7 343	7 162	6 707
Dividende 1) 2)	Mio CHF	418	413	394	357	403
- In % des Aktienkapitals	%	354.2%	330.4%	315.2%	285.6%	322.4%

1) Keine Dividendenausschüttung auf eigene Aktien, welche durch den Konzern gehalten werden

2) Für das Berichtsjahr: Antrag des Verwaltungsrats

ES WAR EINMAL...

ART & PHILANTHROPY



DAS GANZE IST SCHÖNER ALS DIE SUMME SEINER TEILE

Die 18 Uhrenmarken der Swatch Group halten höchstwahrscheinlich einen Rekord, den nur wenige kennen und der in der Weltwirtschaftsgeschichte zweifellos einzigartig ist: Seit ihrem Gründungsjahr zusammengerechnet sind die Marken insgesamt 2410 Jahre alt. Zum Beispiel Blancpain wurde 1735 gegründet, Breguet 1775, Omega 1848, Longines 1832, Tissot 1853 und Hamilton 1892. Man ist versucht zu sagen, dass alle Marken zusammen 2,5 Jahrtausend Geschichte, Erbe, Know-how, Kompetenzen, Kreativität und Innovation kumulieren. Im heutigen digitalen Zeitalter ist dies eine wahre Meisterleistung. In der Uhrmacherei wie auch in anderen Bereichen bringt der Trend in Richtung Vintage das Bedürfnis zum Ausdruck, angesichts der Vergänglichkeit und Turbulenzen der heutigen Welt wieder an zuverlässige und langlebige Produkte anzuknüpfen. Vor dem Hintergrund dieser Konstellation und Wahrnehmung, die das Gefühl erwecken, dass es früher besser war, ist die Swatch Group bestens positioniert.

Jede Marke hebt sich durch ihre Kollektionen, Besonderheiten, Geschichte, Positionierung, DNA und Unterschiede ab, aber alle zusammen bauen auf einer reichen und fruchtbaren Vergangenheit auf, die sich aus grossen und kleinen Geschichten zusammensetzt, die ihre Identität geprägt haben und auch heute noch bestimmen. Die Konsumenten, insbesondere auch die Millennials, lieben den altherwürdigen Stil von Uhren der Vergangenheit. Diesen Trend belegen die Rekordsummen, die diese Produkte bei Auktionen und auf spezialisierten Plattformen erzielen. Uhrenliebhaber sind neugierig und begierig auf die Geschichte der Marken. Sie wollen immer mehr wissen. Und das ist verständlich. Denn wie können wir die Gegenwart, geschweige denn die Zukunft begreifen, wenn wir unsere Vergangenheit nicht kennen? Für eine Marke muss diese Vergangenheit jedoch authentisch, real und gehaltvoll sein. Es gibt keinen Platz für einen leeren und erst recht nicht frei erfundenen Marketingdiskurs. Die Marken der Swatch Group brauchen diesen Kunstgriff nicht. Im Gegenteil, es herrscht Überfluss an handfestem Inhalt. Ein Besuch in den Museen von Breguet, Omega, Longines oder Swatch genügt, um sich selbst davon zu überzeugen. Wir haben für Sie ein paar Anekdoten aus der Vergangenheit ausgewählt, die das reiche Erbe und damit den echten Vintage-Bezug unserer Marken veranschaulichen. Zu erzählen gäbe es noch viel mehr, denn die Geschichte ist das Gewissen unserer Marken. Und so schreibt die Swatch Group ihre Geschichte – jene der Zukunft – heute bereits weiter.

Der Schrittzähler von Breguet, der keine Uhrzeit anzeigt

Im Jahr 1806 fand auf der Esplanade des Invalides in Paris zum vierten Mal die Landesausstellung für Industrieerzeugnisse statt. Die Vorläuferin der Weltausstellungen zielte damals darauf ab, die französische Industrie zu stimulieren und Europa einen Überblick über die vielfältigen Produkte der französischen Industrien zu bieten. Die Ausgabe von 1806, die Napoleon am Tag nach dem siegreichen Feldzug in Austerlitz angeordnet hatte, übertraf in Glanz und Resonanz alles, was zuvor hervorgebracht wurde. Unter den rund zehn Uhrmachern, die ihre Erfindungen ausstellten,

befand sich auch Abraham-Louis Breguet. Mit zwei gewonnenen Medaillen war er bereits ein bekanntes Gesicht. Das Reglement erlaubte es nicht, mehr Medaillen zu erhalten, ausser eine Würdigung für besondere Verdienste würde dies rechtfertigen. Nebst dem Tourbillon, seiner berühmtesten Erfindung, stellte der Uhrmachermeister einen weiteren Gegenstand aus, den er «Chronomètre musical» – Musik-Chronometer – nannte. Dieser zeigte nicht die Uhrzeit an, sondern taktete die Zeit für Musikkomponisten. Die bereits 1798 präsentierte Erfindung, die heute besser als Metronom bekannt ist, hatte jedoch auch 1806 kaum mehr Erfolg.

Sie war aus einer vielversprechenden Zusammenarbeit zwischen A.-L. Breguet und dem berühmten italienischen Komponisten Giovanni Paisiello hervorgegangen. Nachdem dieser mit seinen Opern in Neapel und St. Petersburg grossen Erfolg geerntet hatte, wurde er zum Lieblingsmusiker Napoleons, der ihn mit offiziellen Funktionen in Italien betraute, bevor er ihn 1802 nach Paris einberief und ihn zum offiziellen Komponisten des Ersten Konsuls ernannte. In dieser Funktion fiel Paisiello 1804 die überwältigende Aufgabe zu, die Messe für die Kaiserkrönung zu komponieren. Im selben Jahr lernte der Komponist Breguet kennen. Er kaufte ihm eine Repetieruhr und eine kleine Pendeluhr mit Mahagoni-Gehäuse ab und erklärte sich bereit, ihm bei der Vollendung seines Instruments zu helfen. Breguets Notizbuch entnehmen wir, dass Paisiello am 12. April 1804 zum Quai de l'Horloge kam, um den Chronometer zu kalibrieren, vom Chaconne über die Passacaglia, das bewegte Allegro und die Gavotte bis hin zur Romanze.

Doch das in vertraulicher Stückzahl produzierte Metronom hatte keinen nennenswerten Verkaufserfolg. Das von Johann Mälzel 1816 in Paris patentierte pyramidenförmige Metronom mit einem Pendel mit verschiebbarem Gewichtchen, das kostengünstig, ro-



bust und sehr einfach zu bedienen war und bis heute verwendet wird, verdrängte es schliesslich definitiv. Dies war einer der wenigen Misserfolge von Breguet. Doch anstatt seine Erfindung aufzugeben, gab er ihr eine neue Bestimmung. So entstand ein Schrittzähler, der, wie er selbst sagte, eine Art Metronom sei, das der Truppe einen einstellbaren Schritttakt gebe.

Der Gegenstand stiess bei einem höchst erstaunlichen Kunden auf reges Interesse. Obschon es Breguet gelungen war, sich in Russland einen Namen zu machen, ja sogar eine Niederlassung unter dem Namen «Maison de Russie» zu gründen, nahm das Russlandabenteuer ein jähes Ende, als die politischen Spannungen zwischen Russland und Frankreich Zar Alexander I. veranlassten, die Einfuhr französischer Produkte in sein Land zu verbieten. Ein symbolischer Verkaufspreis markierte das Ende dieser angespannten Zeit für Breguet. Doch als Frankreich unter Napoleon im März 1814 kapitulierte, empfing das Atelier Breguet am Quai de l'Horloge in Paris einen geheimnisvollen Kunden, der inkognito und in Begleitung eines Dieners kam: der Zar von ganz Russland in Person!

Die Bücher bestätigen, dass er an diesem Tag zwei Uhren kaufte, darunter eine Repetieruhr. Es ist durchaus vorstellbar, dass Breguet dem Zaren anlässlich dieses denkwürdigen Besuchs seinen Schrittzähler vorstellte, den er fortan «Compteur militaire» nannte. Der Zar, ein grosser Liebhaber von tadellosen Militärparaden, war begeistert von diesem Instrument. Der von 60 bis 125 Schläge pro Minute einstellbare Takt lässt sich über die Bewegung des Zeigers auf dem Zifferblatt ablesen und ist perfekt hörbar, wenn das Instrument an das Ohr gehalten wird. Zwischen 1820 und 1822 lieferte Breguet dem Zaren acht Exemplare.

Durch diesen Impuls des Zaren stiegen die 1813 auf null zurückgegangenen Verkäufe sehr schnell wieder an und Breguet erfreute sich in Russland bald beispielloser Bekanntheit.



Harry Winston und der Hope-Diamant

Von den grössten Diamanten, die je entdeckt wurden, zog wohl keiner die Welt so sehr in seinen Bann wie der Hope-Diamant. Sein perfekter Schliff, seine 45,52 Karat und seine intensive blaue Farbe machen ihn zu einem seltenen Naturwunder, aber seinen weltweiten Ruhm verdankt er vor allem seiner aussergewöhnlichen Geschichte.

Die Legende besagt, dass der geheimnisvolle blaue Diamant aus einem heiligen Tempel gestohlen wurde und seither auf allen, die ihn besaßen, ein Fluch liegt. In Wirklichkeit beginnt die Geschichte des Hope-Diamanten in den Golkonda-Minen in Indien.

In der Mitte des 17. Jahrhunderts wurde er vom berühmten französischen Edelsteinhändler Jean-Baptiste Tavernier erworben, der ihn als blau-violetten, herzförmigen Stein mit 112 ³/₁₆ Karat beschrieb.

Im Jahr 1668 kaufte König Ludwig XIV. von Frankreich den Diamanten und ordnete dessen Neuschliff an. Er hiess nun «Bleu de France», hatte ein Gewicht von nunmehr 67,50 Karat und blieb über ein Jahrhundert lang eines der Meisterwerke der französischen Kronjuwelen. Er wurde an den Zeremonien über mehrere königliche Generationen hinweg getragen, von Ludwig XIV. über Ludwig XV. bis hin zu Ludwig XVI. und dessen Gemahlin, Königin Marie-Antoinette. Als ihre Herrschaft im Laufe der französischen Revolution zu Ende ging, fand auch die Ära des «Bleu de France» ein abruptes Ende. Der Diamant wurde aus dem französischen Kronschatz gestohlen und verschwand für rund 40 Jahre aus der Zeitgeschichte.

Erst 1830 tauchte der Hope-Diamant wieder auf. In London erwarb Lord Henry Philip Hope den aussergewöhnlichen Edelstein, der fortan seinen Familiennamen trug. Im Jahr 1910 wurde der



Hope-Diamant an Evalyn Walsh McLean, eine prominente Persönlichkeit aus Washington, weiterverkauft. Als diese 1947 starb, wurde der Hope-Diamant zusammen mit der beeindruckenden Schmucksammlung der McLean-Erben zum Verkauf angeboten, was umgehend das Interesse von Harry Winston weckte. Das Geschäft wurde 1949 abgeschlossen und Harry Winston wurde der Besitzer des gesamten Schmucks der McLeans, einschliesslich des Hope-Diamanten, der seinen Platz neben den liebsten Edelsteinen von Harry Winston einnahm.

Harry Winston erkannte bald, dass ein Diamant, dessen Geschichte durch Jahrhunderte und Kontinente führte, es verdiente, von allen bestaunt zu werden. So beschloss er 1958, den Hope-Diamanten der Smithsonian Institution in Washington zu schenken – eine Gabe, die Geschichte schrieb.

Am 8. November 1958 fuhr ein ehemaliger Polizist und Mitarbeiter von Harry Winston mit der U-Bahn zum Postamt in New York, um ein kleines, unscheinbar aussehendes und in Packpapier verpacktes Paket aufzugeben. Niemand vermutete, dass das Paket den Hope-Diamanten, einer der berühmtesten Diamanten der Welt, enthielt. Nachdem der Mitarbeiter USD 145.29 (USD 2.44 für die Frankierung und den Rest für die Versicherung) bezahlt hatte, kümmerte sich die amerikanische Post um den Transport des mysteriösen blauen Edelsteins nach Washington.

Dort wurde der Hope-Diamant von einem Briefträger in das berühmte Smithsonian Museum gebracht, wo er von Edna Winston, Harrys Ehefrau, und Leonard Carmichael, dem Sekretär der Smithsonian Institution, in Empfang genommen wurde. Vor zahlreichen Journalisten und Fotografen packte Edna Winston den Hope-Diamanten aus, um ihn dem Smithsonian und damit der Öffentlichkeit zu spenden. Bis heute ist der Hope-Diamant dort in der Harry Winston Gallery ausgestellt.

Die Fifty Fathoms von Blancpain oder der Inbegriff der Taucheruhren

In den frühen Fünfzigerjahren war Jean-Jacques Fiechter, damals CEO von Blancpain, ein Pionier im Sporttauchen. Durch seine Unterwasser-Erfahrungen erkannte er, dass das Leben des Tauchers von der Zuverlässigkeit seiner Uhr abhängt, wusste aber auch, dass es keine geeignete Uhr auf dem Markt gab. In der Folge beauftragte er seine Uhrmacher, die Herausforderungen zu meistern, die sich bei der Zeitmessung unter Wasser stellten.

Das erste zu lösende Problem lag auf der Hand: die Wasserdichtigkeit. Er kam auf die Idee, eine Krone mit doppelter Dichtung zu entwickeln. Da die Krone nicht verschraubt war, musste die



Uhr vor eindringendem Wasser geschützt werden, falls die Krone beim Tauchen versehentlich herausgezogen wurde. Die zweite innere Dichtung gewährleistete die Wasserdichtigkeit des Zeitmessers.

Jean-Jacques Fiechter meldete seine Erfindung zum Patent an. Eine zweite Patentanmeldung betraf die Gewindesteigung beim Gehäuseboden. Ein immer wiederkehrendes Problem bei früheren Gehäusekonstruktionen war nämlich, dass die O-Ring-Dichtung, die zur Abdichtung des Bodens verwendet wurde, sich beim Verschliessen des Gehäuses verdrehen konnte und somit nicht mehr korrekt positioniert war. Um dieses Risiko auszuschliessen, erfand Fiechter eine Vorrichtung, bei der der O-Ring mit einer zusätzlichen Metallscheibe in die Nut eingelegt wurde, um die Dichtung in Position zu halten.

Der CEO von Blancpain wandte sich dann der Entwicklung einer sicheren Drehlunette zu, die die Zeitmessung beim Tauchen erleichtern sollte. Seine Idee bestand darin, die Lunette vor dem Eintauchen zu drehen und den Minutenzeiger auf die Nullmarkierung einzustellen. So konnte die unter Wasser verbrachte Zeit über den Minutenzeiger und die Graduierung auf der Lunette abgelesen werden. Auch hier stand die Sicherheit im Mittelpunkt seiner Überlegungen. Da jede unbeabsichtigte Drehung der Lunette dramatische Folgen für den Taucher haben kann, entwickelte Fiechter einen Verriegelungsmechanismus, der ein versehentliches Verstellen verhinderte, und meldete auch diesen zum Patent an. Später führte Blancpain die einseitig drehbare Lunette ein.

Ein weiterer entscheidender Faktor stellte die Lesbarkeit dar, insbesondere beim Tauchen in trübem Wasser. Jean-Jacques Fiechter hatte daher die Idee, der Fifty Fathoms einen grossen Durchmesser, einen scharfen Kontrast von Weiss auf Schwarz sowie leuchtende Zeiger und Indizes zu verleihen. Da Fiechter

wusste, dass magnetische Elemente zur Tauchumgebung gehören, stattete er seinen Zeitmesser mit einem inneren Weicheisengehäuse aus, das den Mechanismus vor den negativen Auswirkungen des Restmagnetismus schützte.

Zur gleichen Zeit machten sich einige hundert Kilometer entfernt Robert «Bob» Maloubier und Leutnant Claude Riffaud, die Gründer der Kampfschwimmereinheit der französischen Marine, auf die Suche nach einem für ihre Unterwassereinsätze geeigneten Zeitmessinstrument. Gemeinsam erstellten sie eine Liste mit spezifischen Kriterien, die der Zeitmesser erfüllen musste. Die ersten Tests mit «wasserdichten» Uhren französischer Marken überzeugten nicht. Die Uhren waren viel zu klein, die Zifferblätter unleserlich und die Gehäuse nicht wasserdicht. Dann erfuhr sie, dass der Geschäftsführer einer Schweizer Uhrenfirma bei seinen Tauchgängen in Südfrankreich ein neues Uhrenmodell testete, und traten mit Jean-Jacques Fiechter in Kontakt. Anfang 1953 lieferte Blancpain den Franzosen ein Instrument, das alle ihre Kriterien erfüllte, um es zu testen. Die Uhr bestand alle Prüfungen mit Bravour und wurde zu einem wesentlichen Bestandteil der Kampfschwimmerausrüstung der französischen Armee und in der Folge auch anderer Seestreitkräfte rund um die Welt. So wurde der einzigartige Zeitmesser mit dem Namen «Fifty Fathoms» zur ersten modernen Taucheruhr.

Aufbauend auf diesem aussergewöhnlichen Erbe und auf Initiative ihres Präsidenten und CEO Marc A. Hayek feierte Blancpain 2003 den 50. Geburtstag der Fifty Fathoms. Im Rahmen eines spektakulären Events in Thailand enthüllte Blancpain die in limitierter Auflage herausgegebene 50th Anniversary Fifty Fathoms. Im Jahr 2007 lancierte Blancpain ihre moderne Kollektion Fifty Fathoms mit drei Modellen: eine Automatikversion mit einem neuen Uhrwerk mit fünf Tagen Gangreserve, einen Flyback-Chronographen und eine Version mit Tourbillon. Die neue Modellreihe Fifty Fathoms verbindet die technischen und ästhetischen Merkmale des ursprünglichen Modells von 1953 mit den technologischen Innovationen, die die Manufaktur bei der Entwicklung ihrer Uhrwerke hervorgebracht hat.

Der Schreiber von Jaquet Droz

Im Zeitalter der Aufklärung entstanden hölzerne Kreaturen mit metallischen Eingeweiden aus Nocken und Hebeln. Sie imitierten menschliche Verhaltensweisen mit beeindruckender Präzision und schienen ihre eigene Fantasie zu nutzen, wurden aber durch zufallsbedingte Bewegungen belebt. Pierre Jaquet-Droz war Uhrmacher und stellte Uhren mit Komplikationen her. Der hochbegabte Mechaniker war ein kluger Kopf, ein Freund der Philosophen seiner Zeit und ein Globetrotter.

Der erste von Pierre Jaquet-Droz gebaute Automat ist ein Androide: der Schreiber. Automat, weil er über das Prinzip der Bewegung verfügt, Androide, weil er eine menschliche Form hat, und Schreiber, weil er jeden Text schreiben kann, der nicht mehr als 40 Zeichen des lateinischen Alphabets umfasst. Er wird oft als Vorläufer des heutigen Computers bezeichnet, da er programmierbar ist. Pierre Jaquet-Droz gab ihm die Form eines Kindes, das auf einem Hocker vor einem kleinen Mahagonischreibtisch sitzt, seine Gänsefeder in ein Tintenfass taucht und den gewählten Text schreibt. Seine Augen bewegen sich und folgen Wort für Wort dem von ihm verfassten Text.

Unter den 4000 Bestandteilen bestimmen drei Sätze an je vierzig Nocken die Höhe des Arms, die Bewegung der Hand von rechts nach links sowie das Eintauchen der Feder in das Tintenfass. Der Mechanismus des Automaten ist äusserst kompliziert, ja sogar der komplizierteste der drei von Pierre Jaquet-Droz geschaffenen Androiden, weshalb dessen Bewegungen langsam und ruckartig sind.

Der Uhrmacher hatte dieses Projekt in Angriff genommen, weil er genau wusste, dass solche Maschinen in Mode waren und ihrem Hersteller zu einer gewissen Berühmtheit verhelfen. Seine Rechnung ging auf!

Im 18. Jahrhundert versetzte der Schreiber – neben dem Zeichner und der Musikerin, den zwei weiteren von Pierre Jaquet-Droz geschaffenen Androiden – bei Vorführungen des mechanischen Schauspiels die Höfe in ganz Europa ins Staunen. Der Schreiber soll unter Diktat schreiben können, aber wie übermittelt der in einer gewissen Distanz stehende Vorführer den zu schreibenden Text an die Maschine? Zahlreiche Theorien wurden dazu aufgestellt: Magnetkraft, Übertragung durch ein Kabel, ja sogar Magie. Die aufsehenerregenden Darbietungen zogen das Publikum immer wieder in ihren Bann. Sicher ist auch, dass das Innenleben dieses Automaten, wie auch der anderen Androiden, nur ganz wenigen Personen offenbart wurde. Heute sind die drei Meisterwerke der Mechanik im kunsthistorischen Museum in Neuenburg ausgestellt, wo öffentliche Vorführungen immer wieder Gross und Klein verzaubern.

Diese Kunst der Verzauberung wird nach wie vor in den Werkstätten der Ateliers de Haute Horlogerie von Jaquet Droz gepflegt. Die Marke setzt ihr exzellentes Savoir-faire für die Entwicklung von Zeitmessern mit einzigartigem Charakter unermüdlich ein und sorgt mit Modellen wie den limitierten Auflagen der *Ateliers d'Art* oder den Automatenmodellen immer wieder für Begeisterung. Seit über 280 Jahren pflegt die Marke ihre Philosophie des hohen Anspruchs und der Innovation, vermittelt Werte wie Emotion und Poesie und sichert sich Tag für Tag eine erfolgreiche Zukunft.





Omega und die Uhr, die die Zukunft vorausgesagt hat

Ende 1962 hielt John Fitzgerald Kennedy, der damalige Präsident der Vereinigten Staaten, eine berühmte Rede, in der er versprach, dass ein Amerikaner in den Sechzigerjahren einen Fuss auf den Mond setzen werde. Vor dem begeisterten texanischen Publikum erklärte er: «Wir haben uns entschlossen, in diesem Jahrzehnt zum Mond zu fliegen und noch andere Dinge zu unternehmen, nicht weil es einfach ist, sondern weil es schwer ist.»

Wie wir heute wissen, wurde dieses Versprechen 1969 eingelöst, als Neil Armstrong und Buzz Aldrin zum ersten Mal aus der Eagle, der Landefähre der Apollo-11-Mission, ausstiegen, um den Fuss auf die Mondoberfläche zu setzen. An diesem magischen Moment hatte auch Omega mit ihrer Speedmaster teil: Die Uhr war am Raumanzug der NASA-Astronauten befestigt. Die Weltforschung war jedoch nicht die einzige Verbindung zwischen dem Präsidenten und der Marke. Kennedys Beziehung zu Omega hatte schon fast ein Jahrzehnt zuvor begonnen.

Im Vorfeld der Wahlen von 1960, also noch vor dem Wahlsieg von Senator Kennedy, hatte dieser von seinem Freund Grant Stockdale, einem demokratischen Politiker und Geschäftsmann, eine aussergewöhnliche Armbanduhr Omega Slimline erhalten. Grant hatte auf der Rückseite des rechteckigen Gehäuses aus 18 Karat Gold den Schriftzug «President of the United States John F. Kennedy from his friend Grant» eingravieren lassen.

Grant Stockdale war sich sicher, dass Kennedy die Präsidentschaftswahlen gewinnen würde. Einige Monate später erfüllte sich seine kühne Vorhersage und die auf der Rückseite des einzigartigen Omega-Zeitmessers eingravierte Prophezeiung wurde ans Tageslicht gebracht.



Es handelte sich dabei um eine extraflache, lediglich zwei Millimeter dicke Uhr, in deren Innern das Kaliber 540 9 tickte. Über das silberne Zifferblatt mit aufgedruckten Indizes strichen goldene Stabzeiger. Diese Uhr mit extraflacher, polierter Lünette, Saphirglas und klassischem Lederband, das sich perfekt an John F. Kennedys Handgelenk schmiegte, verlieh dem Präsidenten zusätzliche Eleganz.

Omega hatte dieses Modell 1957 auf den Markt gebracht. Doch erst am 20. Januar 1961, als John F. Kennedy sie zu seiner Amtseinführung trug, erlangte die Uhr ihren legendären Status. An diesem denkwürdigen Tag wurden unzählige Fotos gemacht, aber das bedeutendste für Omega ist das im *Life magazine* veröffentlichte Bild, auf dem John F. Kennedy vor der Menge steht, seine Frau Jackie zu ihm aufschaut und die Uhr am Handgelenk deutlich sichtbar ist.

Auch Jackie spielt eine wichtige Rolle in dieser Anekdote. Denn als das Omega-Museum 2005 diesen historischen Zeitmesser erwarb, enthielt das Auktionslos auch zwei handgeschriebene Briefe: einen von Jackie Kennedy aus dem Jahr 1960 und einen vom amerikanischen Präsidenten aus dem Jahr 1962. Beide bedankten sich in diesen Briefen bei Grant Stockdale für sein grosszügiges Geschenk.

Jackie Kennedy schrieb: «Ich wünschte, du könntest unsere grosse Freude in unseren Gesichtern sehen. Dies ist die feinste und eleganteste Armbanduhr. Jack nahm sofort die kleine, eher rundliche Uhr ab, die ich ihm früher einmal geschenkt hatte. Dies störte mich aber keineswegs, da diese im Vergleich zur neuen Uhr eher wie eine Mickey-Mouse-Uhr aussieht. Er ist begeistert.»

Heute ist die Slimline von John F. Kennedy, dieser Zeitmesser, der die Zukunft vorhersagte, im Omega-Museum in Biel (Schweiz) zu sehen, wo er für immer ein eleganter Zeuge dieses wichtigen Moments in der politischen Geschichte der Vereinigten Staaten von Amerika bleiben wird.

.....

Longines: Die Uhren von Albert Einstein

Der Mann, der unser Verständnis von Raum und Zeit mit seinem Werk revolutionierte, setzte in der alltäglichen Zeitmessung vor allem auf einen Hersteller: Longines war die bevorzugte Marke von Albert Einstein.

Der Nobelpreisträger von 1921, der mit seiner Relativitätstheorie die Grundlage für die moderne Quantenphysik schuf, reiste 1931 in die USA. Einstein forschte damals im Wintersemester am California Institute of Technology (Caltech). Am 16. Februar 1931 wurde er von Rabbi Edgar Magnin zu einem Gala-Dinner in Los Angeles eingeladen, an dem die Vertreter von fast allen jüdischen Organisationen teilnahmen. Einstein galt als Hoffnung für eine neue Gesellschaft, in welcher der Mensch nicht aufgrund seiner Religion, seiner Herkunft oder seines Akzents eingestuft wurde, sondern aufgrund seiner Leistungen. Denn dem Universum war es egal, ob seine Gesetze von einem Katholiken, Protestanten, Muslim oder einem ungläubigen Juden entschlüsselt wurden. Am feierlichen Bankett in Los Angeles überreichte Rabbi Edgar Magnin dem Physik-Genie eine goldene Longines-Armbanduhr mit einer persönlichen Gravur.

Die «Person des Jahrhunderts» (*Time magazine*) trug ihre elegante Longines mit ihrem Tonneau-förmigen Gehäuse aus 14-Karat Gold oft auch in ihrer Freizeit beim Segeln, wie auf Fotos dokumentiert ist. In einer Epoche, in der die Männer traditionell noch Taschenuhren trugen, wies Einstein mit der Armbanduhr in die Moderne. Das helle Zifferblatt im Art-déco-Stil ist mit einer kleinen Sekunden-Anzeige versehen, welche in ihren Umrissen die Form des Gehäuses wiedergibt. Das mechanische Uhrwerk mit Handaufzug (cal. 10.86N) wurde 1929 in Saint-Imier hergestellt und in den USA bei Longines-Wittnauer, der damaligen US-Niederlassung, unter Lizenz eingeschaltet.

Über 50 Jahre nach seinem Ableben im April 1955 in Princeton (USA) tauchte Einsteins Uhr in New York wieder auf. Am 17. Oktober 2008 versteigerte das Auktionshaus Antiquorum Einsteins Longines für 596'000 US-Dollar (rund 687'000 CHF). Den Zuschlag für den voll funktionsfähigen Zeitmesser erhielt ein russischer Privatkäufer.

Einstein liess sich die Zeit durch eine weitere Longines-Uhr anzeigen: eine Taschenuhr aus verchromtem Stahl (Serie-Nr. 66726615), die mit einem puristischen Zifferblatt und einer kleinen Sekunde bei Sechs aufwartete. Diese Uhr mit Handaufzug-Werk (cal. 37.93) wurde am 6. September 1943 in Saint-Imier hergestellt und am 29. Januar 1946 dem Uhrengeschäft Stahel in Zürich verkauft.



Einstein erhielt diese Uhr möglicherweise von einem Verwandten aus der Schweiz, denn er kehrte nach 1933 – nach der Machtergreifung Hitlers – nie mehr nach Europa zurück. Propagandaminister Joseph Goebbels liess damals bei der öffentlichen Verbrennung «undeutschen Schrifttums» auch Werke von Einstein verbrennen. «Es ist einfacher, Plutonium zu denaturieren als den bösen Geist der Menschen», formulierte Einstein später.

Seine Longines-Taschenuhr vermachte Einstein seinem Sohn Hans Albert. Elizabeth Einstein Roboz, die Witwe von Hans Albert, übergab die Uhr dem Schweizer Diplomaten Henry Bovay als Dank für seine Bemühungen, das Andenken an ihren Schwiegervater zu bewahren. Bovay vermachte Einsteins Taschenuhr später dem Historischen Museum in Bern, wo sie sich heute noch befindet – und präzise funktioniert.

Damit kehrte diese Uhr wieder an den Ort von Einsteins kreativem Impuls zurück: Der in Ulm (D) geborene Wissenschaftler lebte von 1895 bis 1914 in der Schweiz und erhielt 1901 in Bern die Schweizer Staatsbürgerschaft. Nach seinem Studium an der ETH Zürich nahm Einstein eine Anstellung beim Schweizer Patentamt in Bern an, als Technischer Experte 3. Klasse. In der beschaulichen Hauptstadt der Schweiz entwickelte er seine bahnbrechenden Ideen: 1905 publizierte er die spezielle Relativitätstheorie mit der weltberühmten Formel $E = mc^2$ (Energie ist gleich Masse mal Lichtgeschwindigkeit im Quadrat). Dieser Satz besagt, dass Masse und Energie äquivalente Grössen sind, die ineinander umgewandelt werden können. Im gleichen Jahr formulierte «das Gehirn des Jahrhunderts» (*Der Spiegel*) auch die Lichtquantenhypothese sowie Erklärungen zum molekularen Aufbau der Materie.

Auch die Fortsetzung zur allgemeinen Relativitätstheorie begann in Bern: 1907 hatte Einstein den Geistesblitz, dass die Lichtgeschwindigkeit unter dem Einfluss der Gravitation keine Konstante sei und die spezielle Relativitätstheorie nur im schwerelossten Raum gültig sein könne. Zeit ist nicht eine universelle Grösse, denn sie vergeht langsamer, wenn sich ein Beobachter extrem schnell bewegt. Einstein stellte fest, dass Bewegung durch den Raum auch als Bewegung durch die Zeit gedacht werden kann. Raum und Zeit beeinflussen sich gegenseitig, so seine bis heute gültige Erkenntnis.

.....



Tissot-Uhren – die Wahl der Rennfahrer

Im Motorsport hängen Sieg und Niederlage nicht nur vom Talent des Fahrers ab, sondern auch von der Leistung des Boliden. In dieser Welt spielen Leidenschaft, Präzision und technische Innovation eine entscheidende Rolle – genau wie bei Tissot. Das Motto der Marke, *Innovation durch Tradition*, ist ein fester Bestandteil ihrer DNA.

Der Beginn der langen Geschichte zwischen Tissot und dem Motorsport geht auf das Jahr 1958 zurück. Harry Zweifel, der damals beliebteste Rennfahrer der Schweiz und Meister im Bergrennen, schickte Tissot ein Foto mit Autogramm, auf dem zu lesen war: «Meine Tissot ist an jedem Rennen dabei.»

Um ihre Verbundenheit mit dem Motorsport zu unterstreichen, lancierte Tissot 1965 die Tissot PR 516, eine besonders widerstandsfähige Uhr (PR steht für *Particularly Robust*) mit einem durchbrochenen Armband, das von den Lenkrädern der damaligen Rennautos inspiriert war. Dieses weltweit neuartige Design, das Tissot zum Patent angemeldet hatte, wurde sehr geschätzt und in der Folge von vielen anderen Marken nachgeahmt. Nicht zuletzt auch dank des Erfolges der preisgekrönten Werbekampagne wurde die Tissot PR 516 zu einem der beliebtesten Modelle der gesamten Kollektion der Marke.

Mit dem Sponsoring von Alpine bei der Rallye Monte-Carlo begann Tissot, sich direkt in der Welt des Autorennsports zu engagieren, was sich als eine ausgezeichnete Wahl entpuppte, denn Alpine dominierte das Rennen und gewann die erste Rallye-Weltmeisterschaft überhaupt.

Im Jahr 1976 trat Tissot auch in die Welt der Formel 1 ein und setzte ihre Hoffnungen auf Loris Kessel, einen jungen Tessiner Rennfahrer und engen Freund von Clay Regazzoni. Nachdem sich Kessel in der Formel 3 und der Formel 2 bewährt hatte, bewies er auf der Rennstrecke Brands Hatch erstmals seine Fähigkeit, in der Königsklasse zu fahren.

Neben vielen anderen Partnerschaften mit namhaften Teams wie Porsche, Ensign und Lotus sponserte Tissot in dieser Zeit das Renault Alpine Team nicht nur in der Formel 1, bei der Tissot dank Loris Kessel bereits vertreten war, sondern auch am 24-Stunden-Rennen in Le Mans.

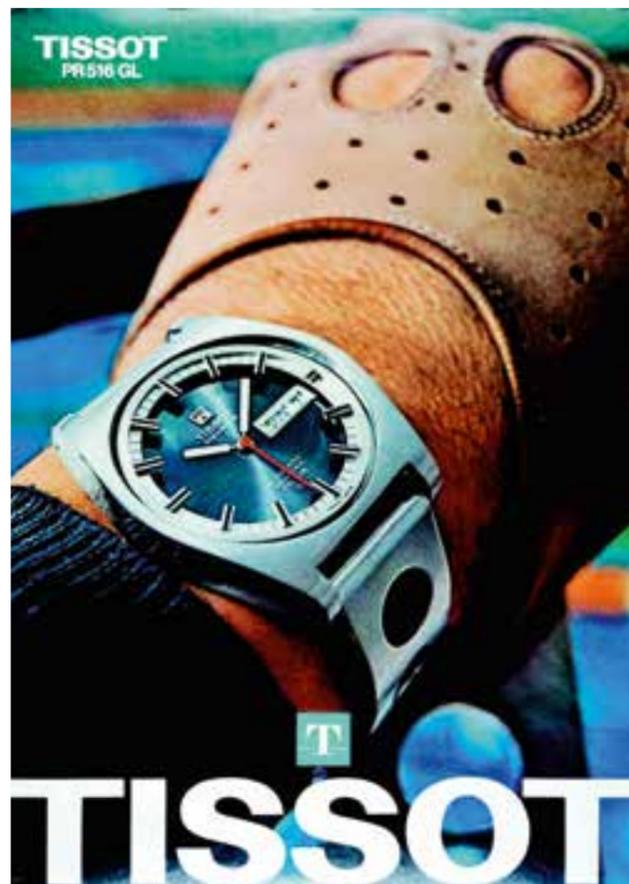
Im Jahr 2015 erneuert Tissot die Partnerschaft mit Alpine für die Langstrecken-Weltmeisterschaften (Kategorie LMP2).

In den Neunzigerjahren folgte die Unterstützung der Sauber-Mercedes- und Porsche-Teams mit Rennfahrern wie Heinz-Harald Frentzen, Karl Wendlinger, Lilian Bryner, Enzo Calderari und Andrea Fuchs.

Wie viele Rennfahrer war auch Loris Kessel in erster Linie ein Motorfreak. Er hatte im Tessin Autohäuser mit Renn- und Oldtimerabteilung gegründet, die von seinem Sohn Ronnie übernommen wurden. Im Jahr 2018 liess Tissot die Partnerschaft mit der Familie Kessel wiederaufleben und wurde offizielle Partnerin von Kessel Classics, dem Eigentümer des Tissot-Formel-1-Rennwagens aus den Siebzigerjahren, an dessen Steuer damals Clay Regazzoni und Jacky Ickx für Ensign sassen. Seither ist der schwarz-gelbe Bolide bei Rennen wie dem Grand Prix de Monaco Historique, bei dem er 2016 als Sieger hervorging, zu bewundern.

Als Hommage an ihre langjährige Verbindung mit der Welt des Motorsports legte Tissot im Rahmen ihrer Heritage-Kollektion einen Chronographen aus den Siebzigerjahren neu auf. Die Tissot Heritage 1973 steht ganz im Zeichen des historischen Rennstalls von Tissot und zelebriert die enge Verbindung zwischen Tissot und dem Rennstall Kessel Classics.

Im Einklang mit dem Rennsportgeist der Siebzigerjahre präsentiert sich die Tissot Heritage 1973 als Chronograph in ovaler Kissenform mit geschwungener Linienführung. Der zentrale Sekundenzeiger und die kleinen Chronographenzeiger sind in Orange farblich abgesetzt und ziehen ihre Runden unter dem Saphir-Boxglas. Die Stunden- und Minutenzeiger in Stabform laufen rechteckig zu und weisen einen mit Leuchtmasse ausgelegten Bereich auf. Das silberfarbene Zifferblatt verfügt über schwarze Zähler und einen schwarzen Höhenring mit Tachymeterskala, was für den typischen Pandalook sorgt, der damals sehr beliebt war und heute wieder im Trend liegt. Das schwarze Kalbslederband mit Steppnähten ist eine Reproduktion des von Tissot in den Sechzigerjahren erfundenen und patentierten, durchbrochenen Armbandes.



Ikone und Superstar: Blue Hawaii und Hamilton Ventura

Als Elvis Presley zu Beginn des Films *Blue Hawaii* aus dem Jahr 1961 auf der Landebahn des internationalen Flughafens Honolulu in Militäruniform aus einem Flugzeug steigt, passt ein Element seiner Ausrüstung nicht wirklich in das streng reglementierte Umfeld des US-Militärs. Wie viele amerikanische Armeemangehörige ihrer Zeit trägt der von Elvis gespielte Chad Gates eine Hamilton-Armbanduhr an seinem Handgelenk. Es handelt sich dabei aber nicht etwa um das robuste Modell für Soldaten, das die moderne Kollektion Khaki Field inspirierte. Nein, der «King of Rock 'n' Roll» trägt eine dem Weltstar ebenbürtige Uhr: die Hamilton Ventura, die erste elektrische Armbanduhr der Welt, die mit ihrer dreieckigen Form wie ein futuristischer Pfeil aufblitzt. Als Hightech-Aushängeschild mit visionärem Design strahlt die aus Weissgold gefertigte Ventura für sich allein schon die Aura eines Stars aus.

Seit 1932, als der schneidige Clive Brook im Film *Shanghai Express*, der grössten Filmproduktion des Jahres, eine Hamilton Flintridge trug, sind Hamilton-Uhren Hunderte Male auf der Leinwand erschienen. Ob am Handgelenk von Robert Wagner in *Froschmänner*, von Will Smith als Agent J in *Men in Black*, von Astronauten in *2001: Odyssee im Weltraum* oder des von Robert Downey Jr. gespielten Helden Tony Stark in *Iron Man*, seit rund neun Jahrzehnten sind Hamilton-Uhren ein fast unumgängliches Accessoire der Hauptfiguren in der amerikanischen Kinowelt.

Das Hollywood eine besondere Affinität zum grössten Namen in der Geschichte der amerikanischen Uhrmacherei hat, mag vielleicht nicht weiter überraschen. Dennoch nimmt *Blue Hawaii* einen besonderen Platz in der langen Liste der Filmauftritte Hamiltons ein, denn die Ventura war eine einzigartige Uhr, die von einem ebenso einzigartigen Star getragen wurde. Die asymmetrischen Facetten dieses Zeitmessers lassen Elvis' Handgelenk den ganzen Film über aufstrahlen, was uns daran erinnert, dass Elvis der absolute König des Rock 'n' Roll bleibt, auch wenn der amerikanische Superstar die Rolle des bescheidenen Inseljungen Chad Gates auf der Suche nach einem besseren Leben spielte.

Die Ventura war aus einem Jahrzehnt der Forschung und Entwicklung hervorgegangen und eine der grossen Errungenschaften der aufstrebenden US-amerikanischen Nachkriegszeit. Hamilton schrieb im Januar 1957 Geschichte mit der Präsentation des weltweit ersten elektrischen Uhrwerks, das von einer winzigen Batterie im Inneren des Uhrwerks angetrieben wurde. In einem Jahrzehnt, das durch den Beginn des Weltraumzeitalters und die Entwicklung von Düsenflugzeugen gekennzeichnet war, auf die bald die ersten Mikrochips, Computerfestplatten, Fotokopierer und Farbfernseher folgten, war dieses Uhrwerk ein technologisches Spitzenprodukt. In der Folge machte sich Hamilton auf die Suche nach einem Design, das diesem gewaltigen technologischen Fortschritt Amerikas gewachsen war.

Das Design des Gehäuses stammt vom Designer Richard Arbib. Die von ihm entworfenen avantgardistischen Haushaltsgegenstände und Automobile mit markant geformtem Kühlergrill und kinetischen Formen spiegeln diesen ausgesprochen futuristischen Geist wider. Es war jene Zeit, in der die Science-Fiction-Welt über den Alltag der amerikanischen Gesellschaft einbrach. Richard Arbib begann, diesen Trend im unvergesslichen Stil der Ventura auf die Uhrmacherei zu übertragen. Mit der asymmetrischen, abgerundeten Pfeilspitze, den Kühlergrill-Elementen im Art-déco-Stil und der Zickzacklinie mit elektrifizierender Wirkung auf dem Zifferblatt erregte die Ventura grosses Aufsehen.

Sie war schlicht die aufregendste Armbanduhr ihrer Zeit. Nichts lag also näher, als dass der damals grösste amerikanische Star, nachdem sein Militärdienst gerade rechtzeitig zu den Dreharbeiten des Films *Blue Hawaii* zu Ende war, sich 1960 für dieses Modell entschied. Man sagt sogar, dass Elvis so sehr ein Fan der Ventura war, dass er nicht nur selbst eine trug, sondern weitere Exemplare auch seinen Familienangehörigen und Freunden schenkte.



Und natürlich war es nach dem – nicht zuletzt dank *Blue Hawaii* – kometenhaften Aufstieg der Hamilton Ventura zu einer amerikanischen Ikone des 20. Jahrhunderts nicht das letzte Mal, dass ein Superstar und eine Ventura gemeinsam auf der Leinwand zu sehen waren. Tatsächlich war dies erst der Anfang einer langen Geschichte. Aufgrund ihrer aussergewöhnlichen futuristischen Form fiel die Wahl 1997 wiederum auf die Ventura, als es galt, die Handgelenke von Will Smith und Tommy Lee Jones, die stets eleganten *Men in Black*, gebührend zu zieren. Die moderne Ventura verkörpert heute weit mehr als einfach eine Uhr für Alien-Jäger in Filmen. Sie ist bei zahlreichen Uhrentliebhabern aufgrund ihres faszinierenden, avantgardistischen Designs sehr beliebt.

ART & PHILANTHROPY

Die Swatch Group kommt ihrer sozialen Verantwortung mit Leidenschaft und vollem Einsatz nach. Das Unternehmen engagiert sich ebenso wie seine Marken für eine Vielzahl von Anliegen in der ganzen Welt. Dabei bevorzugt es proaktive, konkrete Taten statt blosser Worte. Im Einklang mit diesem Bestreben stellt die Kunst ein philanthropischer Ausdruck für die Swatch Group dar. Nachstehend folgt eine nicht abschliessende Auswahl an konkreten Beispielen.

Die Prestige- und Luxusmarken engagierten sich 2019 stark für das karitative Projekt *Only Watch*. **Breguet**, **Blancpain** und **Jaquet Droz** beteiligten sich erneut an der internationalen Auktion der Monegassischen Vereinigung gegen Muskeldystrophien. Die alle zwei Jahre stattfindende Veranstaltung wurde seit ihrer ersten Auflage im Jahr 2005 stets von mehreren Marken der Swatch Group sowie von Seiner Durchlaucht Fürst Albert II. von Monaco unterstützt.

Zudem setzte **Breguet** 2019 ihre Odyssee mit *Race for Water* fort. Als stolze Hauptpartnerin unterstützte die Marke die Stiftung, die sich gegen die Verschmutzung der Meere mit Plastikmüll engagiert und an innovativen Lösungen zur Umwandlung und Wiederverwertung von Plastikmüll durch Hochtemperatur-Pyrolysetechnologie arbeitet.

In den USA förderte **Harry Winston** mit ihrem Wohltätigkeitsprogramm *The Harry Winston Brilliant Futures™* weiterhin die wichtigsten lokal ansässigen Gemeindeorganisationen. Die Marke weitete ihr Engagement für die unabhängige New Yorker Privatschule *Harlem Academy* aus, die begabten Schülern aus einkommensschwachen Familien zu Berufsausbildungen auf höchstem akademischen Niveau verhilft. Neben der Beteiligung am Frühjahrs-Fundraiser des *New Yorker American Ballet Theatre* unterstützte die Marke das Tanzensemble zudem in seinen Bemühungen zur Förderung von Diversität und Inklusion.

Als Partnerin des Programms *Project Plié* engagierte sich die Marke für begabte Kinder und Lehrer aus einkommensschwachen und unterrepräsentierten Kreisen. Ausserdem förderte **Harry Winston** das *Wallis Annenberg Center for the Performing Arts* in Los Angeles, das lehrreiche Theater-, Tanz- und Musikprogramme und -produktionen entwickelt und zeigt. Die Marke setzte im Berichtsjahr auch ihr Engagement für die Internationale Stiftung für Forschung in Paraplegie (IFP) in der Schweiz fort, die sich für die Verbesserung der Lebensbedingungen von Querschnittsgelähmten einsetzt.

Blancpain führte ihre Partnerschaft mit dem Forschungstaucher *Laurent Ballesta* fort und unterstützte die fünfte *Gombessa-Expedition*, die im Juli an der französischen Mittelmeerküste erfolgte. Angesichts des unleugbaren Klimawandels und Artensterbens tönt die Entdeckung unberührter und artenreicher Gebiete wie eine verheissungsvolle Botschaft.

Zum achten Mal in Folge und zum dritten Mal als Hauptpartnerin unterstützte **Glashütte Original** die Berlinale. Die Uhrenmanufaktur vergab erneut den *Glashütte Original – Dokumentarfilmpreis*. Zum 16. Jubiläum der *Dresdner Musikfestspiele* ehrte die Marke zudem den Violinist *Joshua Bell*. Die Förderung der Künste war seit jeher ein wichtiges Anliegen von **Jaquet Droz**. Im Berichtsjahr unterstützte die Marke das Künstlerduo *Muga & Ghost* aus *La Chaux-de-Fonds*, das über drei Jahre kulturelle und symbolträchtige Stätten der Welt mit ihren Wandbemalungen verzierte.



Seit 2011 unterstützt **Omega** mit Stolz die Organisation Orbis International in ihrem weltweiten Kampf gegen vermeidbare Erblindungen. Die Marke setzte ihr Engagement für die Organisation auch 2019 fort. Mit ihrem fliegenden *Flying Eye Hospital* erreicht Orbis einige der entlegensten Regionen der Welt und setzt sich äusserst effizient für dieses wichtige Anliegen ein.

Longines arbeitete 2019 erneut eng mit der Nichtregierungsorganisation JustWorld im Rahmen mehrerer Projekte zusammen. Seit Beginn der Partnerschaft beteiligte sich die Marke an der Finanzierung der JustWorld-Programme und spendete weltweit mehr als 300000 Mahlzeiten an Kinder. Mit ihrem Ansatz schliesst die Organisation zudem Lücken bei Bildung, Ernährung und Gesundheit, da hungrige oder kranke Kinder nicht in der Lage sind, angemessen zu lernen.

Certina unterstützte erneut die Sea Turtle Conservancy zum Schutz der Meeresschildkröten und deren Forschungs- und Bildungsprogramme sowie konkrete Fördermassnahmen. Seit 1959 – und somit seit Certina ihr DS-Konzept mit dem Schildkrötenpanzer-Logo einführte – setzt sich die Organisation für die faszinierenden Tiere ein. Gemeinsam mit der China Youth Development Foundation in Chongqing organisierte **Mido** eine Wohltätigkeitsveranstaltung in der Stadt. Im Rahmen ihres Projekts *Mido Library* unterstützt die Marke die Einrichtung von Schulbibliotheken in benachteiligten Vierteln. Im Berichtsjahr richtete Mido eine neue Bibliothek in der Gaotangchong-Primarschule ein und spendete zahlreiche Bücher.

Als leidenschaftliche Kunstliebhaberin war **Swatch** zum fünften Mal in Folge Hauptpartnerin der ältesten und renommiertesten internationalen Kunstausstellung Biennale di Venezia. Die Marke bekräftigte zudem ihre besondere Beziehung zu China und lud 2019 vier ehemalige Residenzkünstler des Schanghaier Swatch Art Peace Hotels ein, um ihre Werke im Swatch-Pavillon der historischen Schiffswerft Arsenal der ehemaligen Republik Venedig auszustellen. Nach den erfolgreichen Kollaborationen im Jahr 2018 mit dem Amsterdamer Rijksmuseum und dem Thyssen-Bornemisza in Madrid setzte Swatch ihre kreative Zusammenarbeit mit einem faszinierenden Treffen im Pariser Louvre fort.



BIG BRANDS

UHREN UND SCHMUCK

DISTRIBUTION UND PRÄSENZ



swatch⁺

EIN JAHR IM ZEICHEN VON BIG (&) BOLD

Trends

Swatch verzeichnete ein lautstarkes Jahr 2019. Ganz im Einklang mit dem allgemeinen Streetwear-Trend, der überall im Lifestyle Einzug hielt, war die Kommunikation von Swatch stets von einer ausdrucksstarken, überzeugenden und gefühlvollen Sprache geprägt. Zudem brachte die Marke die Leidenschaft, ihre Kunden mit neuen Ideen zu überraschen, und ihre typisch positiv provokative Haltung erfolgreich zum Ausdruck. *Big-and-Bold*-Botschaften weckten weltweit das Interesse der Kunden und machten neue Produkte zu absoluten Must-haves.

Die Vorliebe für Individuelles war erneut Bedürfnis und Anspruch und stärkte die Sichtbarkeit und Kommunikation der Marke in den vielen Communities, die tagtäglich im Internet entstehen. Mit den Swatch X You Designs bietet Swatch ihren Kunden als einzige Marke weltweit die Möglichkeit, eine personalisierte Uhr «in Echtzeit» zu kreieren. Das einzigartige System ist flexibel und gewährleistet eine schnelle Ausführung. Je provokativer das Motiv ist, umso attraktiver wird es für all diejenigen, die den Swatch-Spirit wirklich verstehen.

Mit geballter Kraft nahm Swatch auch die digitale Herausforderung an und sorgte im Internet für Emotionen, Spass und Authentizität. Gleichzeitig stellte die Marke sicher, dass ihre Stores echte Anziehungspunkte blieben, indem sie ihre Kollektionen und Erfahrungen vor Ort erlebbar machte und mit Events und Kundenbegegnungen für frischen Wind sorgte. Die Marke zählte zudem durch einzigartige Verkaufsstellen zu den aktivsten Marktteilnehmern.

Kreation

Die tägliche Umsetzung von Neuheiten stand bei Swatch seit ihrer Gründung stets im Mittelpunkt: Die Entwicklung neuer Techniken und Designsprachen in jeder Saison ist entscheidend für den Erfolg der Marke. Im Berichtsjahr sorgte die Einführung diverser neuer Bearbeitungsformen für Aufsehen. Bei den bestehenden und neuen Herrenuhrenlinien von Swatch waren dies insbesondere der Anodamazing-Effekt und das Solar-Spektrum-Uhrglas.

Die Lancierung der neuen Kollektion Swatch Big Bold setzte neue Maßstäbe und die in Kollaboration mit der japanischen Marke Bape® (A Bathing Ape®) kreierte Kapselkollektion erzielte weltweit Erfolge. Die sechs limitierten Modelle in einer speziell gestalteten Box waren bei Bape®- und Swatch-Fans gleichermaßen begehrt.

Die bereits sehr erfolgreiche Kollektion SKIN Irony wurde um ein neues 42-Millimeter-Gehäuse erweitert, das für einen betont männlichen, schlanken Stil sorgt.

Swatch arbeitete erstmals mit einer der renommiertesten Designschulen der Welt zusammen, der Ecole cantonale d'art de Lausanne (ECAL), um die unendlichen Gestaltungsmöglichkeiten auszuloten, die die Swatch X You Designs bieten. Die fünf Arbeiten, die eine Jury aus den mehr als 100 eingereichten Kunstwerken von Studierenden aus dem ersten Studienjahr auswählte, verzeichneten enorme Erfolge. Unerwartet erfreute sich das provokative Design *La fête du slip* besonders grosser Beliebtheit.

Der weltberühmte Louvre in Paris und die renommierte Kunstausstellung Biennale von Venedig waren ideale Partner und Inspirationsquellen der Marke. Die Kollektion Swatch X Louvre bietet vier Designs, darunter drei Meisterwerke des Museums und eine Hommage an seine legendäre Glaspypamide. Zum französischen Nationalfeiertag lancierte die Marke ein Design, das an den Sturm auf die Bastille erinnert und Freiheit, Gleichheit und Pünktlichkeit zelebriert. Im Herbst folgten Motive mit Mona Lisa sowie einem König, einer Königin und einem Amor, die verspielt und ehrfurchtslos berühmte Kunstwerke aufgreifen. An der Kunstbiennale 2019 in Venedig feierte Swatch die Pop Art und präsentierte das Modell *The Joe Tilson Venetian* in limitierter Edition.



Präsenz

EINZELHANDEL UND VERKAUF

Innovativ und verspielt bot Swatch über ihre Verkaufsstellen erneut hochwertige Einkaufserlebnisse. Das Highlight des Berichtsjahres war die Flymagic. Die limitierte Edition wurde weltweit an exklusivsten Adressen angeboten, wie zum Beispiel im renommierten Einkaufszentrum GUM am Roten Platz in Moskau, im Einkaufszentrum Siam Paragon in Bangkok sowie im erstklassigen Pekinger Einkaufszentrum SKP. Im Berichtsjahr startete die Marke ausserdem ihren ersten Drive-Thru-Store in Biel und feierte die Wiedereröffnung ihres Stores in der weltberühmten Londoner Einkaufsmeile Oxford Street. In Tokio liessen Künstler der Stadt ihrer Kreativität im renovierten Store in Shibuya freien Lauf. Mit der Lancierung der Kollektion Big Bold wurde die legendäre positive Haltung der Marke erneut bereichert. Die Kollaboration mit Bape® war ein phänomenaler Erfolg und führte weltweit zu langen Schlangen vor den Geschäften. Weitere Neueröffnungen und Standortverlegungen folgten das ganze Jahr über. In Hongkong wurde in der Kai Chiu Road im beliebten Einkaufsquartier Causeway Bay ein neuer Store eröffnet. In Interlaken zog die Marke an einen neuen Standort, an dem das Personalisierungserlebnis der Swatch X You Designs erstmalig in einer dauerhaften Verkaufsstelle präsentiert wird. Darüber hinaus wurden Boutiquen im Einkaufsviertel Myeongdong in Seoul, im belebten Viertel Shibuya in Tokio, in Genf und im neuen Grossflughafen von Istanbul eröffnet. Die Kapselkollektion Vintage bietet eine Neuinterpretation der Harajuku-Originalmodelle von 1989 und wurde im Shibuya-Store in Tokio und im Einkaufszentrum Siam Discovery in Bangkok lanciert.

Die Online-Verkäufe wurden auf verschiedene Vertriebsplattformen ausgeweitet und stärkten das Wachstum. Swatch steigerte ihre digitale Präsenz durch vertiefte Partnerschaften mit Marktplätzen wie Amazon US und Online-Modeeinzelhändlern wie Myntra, Momoshop und La Moda. Die Marke stärkte ihre strategische Verbindung zu führenden Marktakteuren wie Tmall und JD in China und Zalando in Europa und weitete ihre Zusammenarbeit auf fünf weitere Märkte aus.

Mit der erfolgreichen kanalübergreifenden Lancierung der Kollektionen Swatch X Bape® und Big Bold sowie der Einführung von Click & Collect und weiteren Omnichannel-Diensten in Frankreich, Grossbritannien, Italien und der Schweiz wurde die effektive Umsetzung des neuen Einkaufserlebniskonzepts bestätigt.

In den E-Commerce-Märkten setzte die Marke ihre Expansion mit Neueröffnungen in Argentinien, Thailand und Irland fort und steigerte die Umsätze durch die Einführung ihrer Kollektion Swatch X You in weiteren Märkten wie den USA, China und Japan.

Zur Stärkung des künftigen Online-Geschäfts startete die Marke im Berichtsjahr ein Projekt zur Neugestaltung ihrer digitalen Plattformen.

SWATCH & ART

Swatch Faces bei der Biennale Arte 2019

Als leidenschaftliche Kunstliebhaberin war Swatch 2019 bereits zum fünften Mal in Folge stolze Hauptpartnerin der weltberühmten internationalen Kunstaussstellung Biennale von Venedig. Der englische Künstler Joe Tilson schuf die Installation *The Flags* in den Giardini, einem der beiden Hauptveranstaltungsorte der Biennale Arte. Wie immer stellte Swatch ihre stetige Verbindung zu China heraus: Im Berichtsjahr präsentierte die Marke die Arbeiten von vier ehemaligen Gästen der Schanghai Künstlerresidenz Swatch Art Peace Hotel im Swatch-Pavillon des Arsenale.



Festival del film Locarno

Swatch unterstützte beim 72. Filmfestival Locarno erneut angehende Filmemacher und verlieh dem Senegalesen Mamadou Dia den mit CHF 15000 dotierten *Swatch First Feature Award* für Baamou Nafi (Nafis Vater). Der *Swatch Art Peace Hotel Award*, der einen Aufenthalt in der renommierten Künstlerresidenz in Schanghai beinhaltet, ging an den mexikanischen Regisseur Carlos Lenin für *La Paloma Y El Lobo* (*Die Taube und der Wolf*).

Ecole cantonale d'art de Lausanne (ECAL)

Eine Fortsetzung der Liebesgeschichte von Swatch mit der Kunst bot die Kollektion Swatch X ECAL: Auf der Personalisierungsplattform konnten Kunden ihre ganz persönliche Swatch kreieren, indem sie einen Ausschnitt ihres Lieblingsdesigns wählten.

Der Louvre

Nach der sehr erfolgreichen Zusammenarbeit im Vorjahr mit dem Rijksmuseum in Amsterdam sowie dem Madrider Museum Thyssen-Bornemisza setzte Swatch ihre kreative Reise 2019 mit einem aufregenden Rendezvous im Pariser Louvre fort. Die Marke brachte die Mona Lisa und andere Meisterwerke mit einem typischen Swatch-Touch ans Handgelenk.

Art Week

Mit Swatch X You entstand das neue Konzept *Art Week*, das ab November 2019 die Zusammenarbeit der Marke mit Künstlern ins Rampenlicht stellt. Kunden können in der ersten Woche jedes Monats die auf der Plattform präsentierten Arbeiten der Künstler zur Gestaltung ihrer ganz persönlichen Swatch-Uhr verwenden.

Flymagic

Swatch wählte ihre neue Uhrenlinie Flymagic für die Premiere der innovativen Nivachron™-Spiralfeder aus. Sie besteht aus einer neu entwickelten Titanlegierung und besitzt aussergewöhnliche antimagnetische Merkmale. Die neue Unruh-Spiralfeder, die fein verarbeiteten Module und das skelettierte Räderwerk prägen das Erscheinungsbild des Zifferblatts und sind durch den transparenten Rotor des automatischen Uhrwerks gut zu sehen. Es ist das erste Mal, dass Swatch einen solchen Paradigmenwechsel vornimmt. Im typisch provokativen Swatch-Stil läuft der Sekundenzeiger rückwärts!

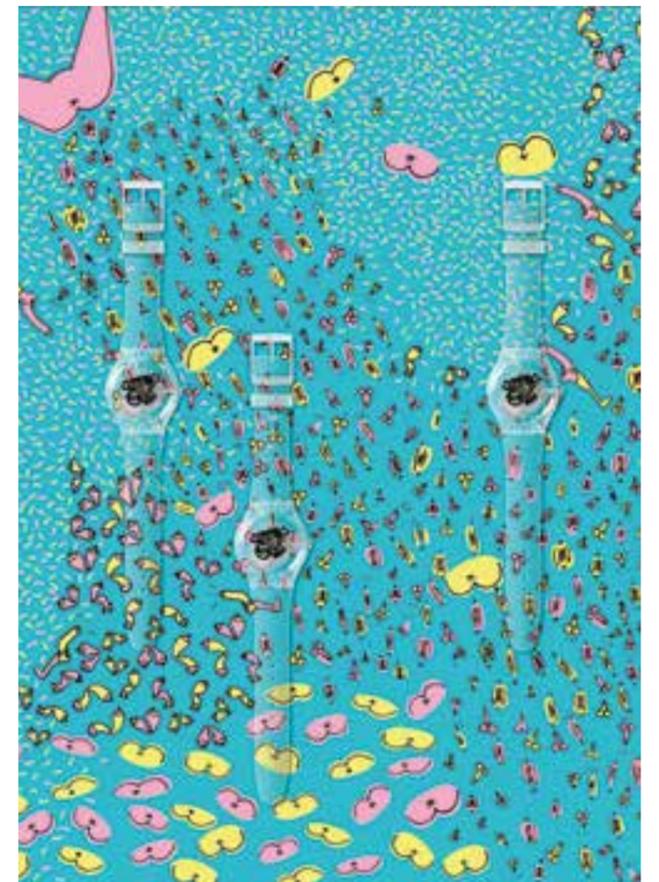
Swatch Big Bold und Bape®

Mit ihrer neuen Produktlinie Big Bold lancierte Swatch in Kollaboration mit der legendären Streetwear-Marke A Bathing Ape® die erfolgreiche Kapselkollektion Swatch X Bape®. Strassenkultur traf für die limitierte Edition auf innovative Schweizer Uhrmacherskunst. Die sechs Modelle zeichnen sich durch ein neu interpretiertes Bape®-Camouflage-Muster, das Affenkopf-Logo und ein überarbeitetes Swatch-Logo aus, das an die Anfangszeiten der Marke in den Achtzigerjahren erinnert. In Anspielung auf den urbanen Streetwear-Stil ist die Uhr mit einem markanten 47-Millimeter-Gehäuse ausgestattet.

WERBUNG

SwatchPAY!

Im Berichtsjahr lancierte die Marke ihre SwatchPAY!-Uhren in der Schweiz, gefolgt von weiteren Märkten, darunter Russland, die Niederlande und Deutschland. Farbenreiche Videos und spassige Mini-Spots zum Teilen in den sozialen Medien unterstützten die Bewerbung des Bezahlendienstes.





Flymagic

Swatch setzte die faszinierendsten Neuheiten des Jahres 2019 mit wirkungsvollen 360°-Kampagnen in Szene. Die beeindruckenden und überraschenden Innovationen der Flymagic lösten einen Hype in der gesamten Swatch-Welt aus.

Pigcasso

In der witzigen Pigcasso-Kampagne malte ein gut 200 Kilogramm schweres Schwein als erstes Tier überhaupt mit einem Pinsel in seiner Schnauze die Motive für die Swatch-Uhr Flying Pig By Ms. Pigcasso!

SKIN Irony

Für die Herbst-/Winterkampagne ergänzte Swatch die Kollektion SKIN Irony um weitere Modelle in neuem Design. Das 42-Millimeter-Gehäuse zeichnet sich durch neue Proportionen und eine schlanke, aber markantere Form aus, die vor allem eine männliche Kundschaft ansprechen dürfte.

Swatch X Bape®

Kreative Videos und Visuals unterstützten die Lancierung der ausserordentlichen und sehr erfolgreichen Kollaboration zwischen Swatch Big Bold und dem modischen Streetwear-Label Bape®.

Big Bold

Swatch feierte die Big Bold mit einer einzigartigen grossen Party und sorgte mit der eigens dafür kreierten Welt für ihre typisch ausgelassene Stimmung. In ihrer Kampagne zur Präsentation der Kollektion säumen bonbonfarbene Häuser ein beschwingtes Strassenfest mit fröhlichen Partygängern. Die Aktion wurde unterstützt durch Key-Visuals für jede Uhr, Videos und Bildmaterial in den Verkaufspunkten. Die Kampagne der Herbst-/Winterkollektion zeigte die Uhren vor dem Big-Bold-Schriftzug in knalligen Farben.

SWATCH CLUB

Zu den Höhepunkten der internationalen Events des Swatch Clubs gehörten 2019 das Treffen von Gold- und Pioneer-Mitgliedern in Bern, die Lancierung einer limitierten und nummerierten Edition der Club-Uhr in Luzern sowie ein Club-Holiday-Event in Budapest. Zudem fanden im Berichtsjahr weltweit Sport-, Kunst- und Lifestyle-Veranstaltungen für Club-Mitglieder statt.

SPORT

Eines der wichtigsten Events der Marke war ihr Comeback bei den Laax Open 2019, Europas wichtigstem Snowboarding-Weltcup. Im Berichtsjahr fand zudem das zehnjährige Jubiläum des legendären Indoor-Events Swatch Rocket Air mit Dirt Jump und Slopestyle (Freeride Mountain Bike) in der Eishalle Thun statt. Mit starker Präsenz zeigte sich Swatch im Sommer in Gstaad bei der 20-jährigen Jubiläumsausgabe der grossartigen Swatch Beach Volleyball Major Series. Die Swatch-Proteam-Athletinnen Joana Heidrich und Anouk Vergé-Dépré präsentierten ihre neue Swatch X You. Darüber hinaus trug die Drone Racing League (DRL) 2019 erstmalig ein E-Sportturnier in Las Vegas aus und sicherte der Marke in der HyperX Esports Arena bei den Swatch DRL Tryouts 2019 eine hohe Sichtbarkeit.



Porträt von Lisa Gherardini, Mona Lisa
© Foto Rmn-GP [Musée du Louvre]/M. Urtado

Swatch arbeitete mit Profi-Sportlern zusammen und koproduzierte actionreiche Videos: mit dem professionellen Freestyle-Skifahrer und Filmemacher Nico Vuignier für das innovative Nachtski-Video *Heatseeker*, mit Freeskier Sam Anthamatten, dessen Videoserie *Secret Spots* weniger bekannte Schweizer Skigebiete zeigt, und mit dem Freeskier Cody Townsend zur Unterstützung des Projekts *The Fifty*, das die Zuschauer auf die 50 berühmtesten Gipfel Nordamerikas führte.



SWATCH X PIGCASSO

swatch
MADE IN SWITZERLAND



EIN WEGWEISENDES JAHR

Trends

Das hohe Renommee von Omega beruht auf ihrem Pioniergeist, der die Marke bis heute antreibt und 2019 mit Feiern zum legendären Erbe der Marke und innovativen Uhrenkreationen deutlich zum Ausdruck kam.

Das Berichtsjahr begann mit einer Hommage an das revolutionäre 19-Linien-Kaliber «Omega» des Jahres 1894, das der Marke ihren berühmten Namen gab. Zudem feierte das legendäre Kaliber 321 sein Comeback und die Landung der Apollo 11 auf dem Mond jährte sich zum 50. Mal. Die Speedmaster war die erste Uhr, die jemals auf dem Erdtrabanten getragen wurde.

Natürlich ging es im Jahr 2019 nicht nur um die reiche Vergangenheit der Marke. So zeigte sich der moderne Pioniergeist von Omega, als ihre einzigartige Taucheruhr Ultra Deep beim weltweit tiefsten Tauchgang der Geschichte im Pazifischen Ozean zum Einsatz kam. Das Berichtsjahr war zudem geprägt von der neuen wegweisenden Sportuhr Ultra Light, die durch innovative Materialien und Eigenschaften überzeugt.

Darüber hinaus durchquerte Omega mit Alinghi neue Gewässer, war Zeitmesserin des ersten Tag-Nacht-Golfturniers, lancierte die neue Legierung Moonshine™-Gold und stellte ihre Uhrmacherkunst für eine neue Mission mit James Bond unter Beweis. Pioniergeist der Extraklasse!

Kreation

125. Jubiläum

Anlässlich des 125-jährigen Jubiläums des Firmennamens Omega präsentierte die Marke zwei einzigartige Kreationen, darunter die De Ville Trésor 125th Anniversary Edition aus 18 Karat Gelbgold mit einem roten Email-Zifferblatt. Ausserdem wurde das berühmte 19-Linien-Kaliber «Omega» in einer überarbeiteten Ausführung für das 21. Jahrhundert zu neuem Leben erweckt. Die Uhrmacher des Ateliers Tourbillon von Omega verwendeten Originaluhrwerkteile aus den Tresoren der Marke und bildeten neunzehn der berühmten Uhrwerke für eine neue Halbsavonnette nach.

Kaliber 321

Das legendäre Kaliber 321 war das erste Uhrwerk, das je in der Omega Speedmaster verwendet wurde, und ist vor allem für seine Reisen zum Mond berühmt. Im Jahr 2019 erweckte Omega das einzigartige Uhrwerk wieder zum Leben. Nach umfangreichen Nachforschungen rekonstruierte die Marke das Kaliber 321 so originalgetreu wie möglich. Das überarbeitete Uhrwerk wurde erstmalig in der neuen Speedmaster Moonwatch 321 Platinum eingesetzt. Der Zeitmesser beeindruckt durch seine spezielle Platin-Gold-Legierung, ein Onyx-Zifferblatt und drei Hilfszifferblätter aus Gestein von Mondmeteoriten.

Jubiläum der Apollo 11

Zur Feier des 50. Jubiläums der Mondlandung der Apollo 11 im Jahr 1969 fertigte Omega zwei einzigartige Speedmaster-Modelle in limitierter Auflage an. Das auf 1014 Exemplare limitierte Modell aus dem neuen 18 Karat Moonshine™-Gold wurde von den geschichtsträchtigen Zeitmessern der Marke inspiriert. Das zweite Modell aus Edelstahl und 18 Karat Moonshine™-Gold zeichnet sich durch zahlreiche Apollo-11-Details wie das Bild von Buzz Aldrin in Gold auf dem Hilfszifferblatt bei 9 Uhr aus. Im Inneren beider Zeitmesser tickt mit dem Kaliber 3861, das den hohen Standard eines Master Chronometers erfüllt, eine modernisierte Version des berühmten Moonwatch-Kalibers.

Ultra Deep

Als der Abenteurer Victor Vescovo 2019 aufbrach, um den bestehenden Tauch-Weltrekord zu brechen, waren drei neue Zeitmesser der Kollektion Seamaster Planet Ocean Ultra Deep an der Aussenseite des Tauchboots befestigt. Dank der unübertroffenen Tiefsee-Tauchtechnologie und -Expertise hielten die bahnbrechenden Taucheruhren aus Grade-5-Titan den enormen Druckbelastungen der Tiefsee stand und zeugen von der herausragenden Uhrmacherkunst von Omega.





Ultra Light

Für den vollendeten Komfort beim Sport lancierte Omega 2019 die Seamaster Aqua Terra Ultra Light. Der ergonomische Zeitmesser aus Grade-5-Titan ist leicht, dezent und dennoch unübersehbar und wiegt an seinem sportlichen Textilarmband nur 55 Gramm. Mit seiner teleskopischen Krone und dem ersten Titanuhrwerk von Omega erweist sich das Modell als bahnbrechende Innovation für Sportler, die ihre Uhr auch beim Training und bei Wettkämpfen tragen möchten.

James Bond

Mit Blick auf den nächsten James-Bond-Film lancierte Omega mehrere stilvolle Zeitmesser. Für den Geheimagenten selbst (sowie den ein oder anderen Kunden) kreierte die Marke gemeinsam mit Daniel Craig die neue Seamaster Diver 300M James Bond. Die Uhr aus Grade-2-Titan zeichnet sich durch ihre Vintage-Farben, das spezielle Milanaise-Armband und militärische Gravuren aus. Neben diversen anderen Jubiläumsprodukten können Fans zudem den Zeitmesser Seamaster Diver 300M James Bond Limited Edition erwerben, der eine Hommage an das 50-jährige Jubiläum des Films *Im Geheimdienst Ihrer Majestät* ist. Er ist auf 7007 Exemplare limitiert und mit zahlreichen geheimen Überraschungen ausgestattet. Alternativ können Fans der Marke ein Set mit zwei gleichen Uhren – eine aus Edelstahl und eine aus 18 Karat Gelbgold – in einem einzigartigen Globe-Trotter™-Koffer erwerben.



Präsenz

SPORT

Omega European Masters

Seit 2001 war die Marke im Berichtsjahr bereits zum 19. Mal Titelsponsorin der Omega European Masters in Crans-Montana. Rory McIlroy, Sergio Garcia und Tommy Fleetwood nahmen zudem am Pro-Am mit prominenten Gästen von Omega teil. Die fünf Ehrengäste Justin Timberlake, Niall Horan, Dennis Quaid, Anthony Mackie und Michael Pena betraten ebenfalls die Bühne, als bei einem stimmungsvollen Abendanlass vor Bergkulisse die neue Seamaster Aqua Terra Ultra Light präsentiert wurde.

Ein-Jahres-Countdown für Tokio 2020

Zum Start des Ein-Jahres-Countdowns bis zu den nächsten Olympischen Spielen wurde die offizielle Countdown-Uhr von Omega auf dem Marunouchi Central Square in der Innenstadt Tokios enthüllt. Bei dieser Gelegenheit präsentierte die Marke zudem zwei Erinnerungsstücke für das bevorstehende Sportevent. Die Seamaster Aqua Terra ist vom Symbol der Olympischen Spiele in Tokio inspiriert. Die Seamaster Planet Ocean ist eine Hommage an die japanische Flagge. Beide Uhren sind auf 2020 Exemplare limitiert.

Partnerschaft mit Alinghi

Omega und Alinghi haben sich offiziell in einer brandneuen Segel-Partnerschaft zusammengeschlossen. Der CEO und Präsident von Omega Raynald Aeschlimann unterzeichnete den Vertrag zusammen mit Ernesto Bertarelli, Gründer und Skipper des zweimaligen Gewinnerteams des America's Cup. Die Ankündigung dieser Partnerschaft der beiden stolzen Schweizer Marken kam genau rechtzeitig zum Start der GC32 Racing Tour im italienischen Villasimius.

Internationales Golf

Das Berichtsjahr begann im Golfsport mit der Omega Dubai Desert Classic im Januar, gefolgt vom neuen Frauengolfturnier Omega Dubai Moonlight Classic im Mai, dem weltweit ersten Tag-Nacht-Profingolfturnier. Omega war zudem als offizielle Zeitnehmerin bei der PGA Championship im Bethpage Black Course in New York im Einsatz.

WEITERE SPORTARTEN

Der volle Sportkalender der Marke sah Omega ausserdem als offizielle Zeitnehmerin bei der IAAF Diamond League, der FINA Champions Swim Series, den 18. Schwimmweltmeisterschaften der FINA und dem FINA Swimming World Cup vor. Im Bob und Skeleton war Omega erneut Zeitnehmerin beim IBSF. Die Marke bot einer Gruppe von Prominenten die Gelegenheit, den Nervenzettel einer echten Bobfahrt auf der 1722 Meter langen Rennstrecke in St. Moritz zu erleben.



LIFESTYLE

125 Jahre Omega

Zur Feier des 125-jährigen Jubiläums ihres Firmennamens lud Omega ihre Gäste im Januar mit einem historischen Event im Omega Museum in Biel auf eine Zeitreise ein. Die Gäste erhielten so die Gelegenheit, die legendärsten Momente in der Geschichte der Marke nachzuerleben, das revolutionäre 19-Linien-Kaliber «Omega» von 1894 zu bestaunen und zwei neue Kreationen zu entdecken, die vom Erbe der Marke inspiriert sind.

Goldene Momente

Die Golden Astronaut war 2019 das glänzende Symbol von Omega für den 50. Jahrestag der Apollo-11-Mission. Weltweit war es bei zahlreichen Events, in vielen Boutiquen und in den sozialen Medien bei sehr berühmten Freunden der Marke zu sehen. Im Mai setzte Omega ihre Feierlichkeiten gemeinsam mit George Clooney und NASA-Veteranen wie Charlie Duke und Tom Stafford im Kennedy Space Center mit einer galaktischen Abendgala fort. Omega lud ihre Gäste zudem zu mehreren Gesprächsrunden mit Legenden aus Raumfahrt und Weltraumforschung ein, wie Nicole Stott, Terry Virts, Jean-François Clervoy, Sam Cossman und dem ehemaligen NASA-Ingenieur Jim Ragan.

Speedy Tuesday

Omega organisierte 2019 einmalige Speedy-Tuesday-Events für Moonwatch-Fans weltweit und präsentierte einem internationalen Publikum die Geschichte der legendären Speedmaster. Gastredner und ehemalige Astronauten wie Charlie Duke berichteten bei den Anlässen, die gemeinsam mit Fratello Watches durchgeführt wurden, von ihren persönlichen Erinnerungen an ihre Reisen ins All sowie die Moonwatch an ihrem Handgelenk.

Planet Omega

Eddie Redmayne eröffnete das weltweite Debüt der neuen Ausstellung Planet Omega im Schanghai Museum Power Station of Art. Die Gäste erkundeten gemeinsam mit dem charmanten englischen Schauspieler zahlreiche Zeitmesser sowie die Leidenschaften, durch die sich Omega von anderen Marken unterscheidet. Die sieben Themenbereiche der Ausstellung waren Olympische Spiele und Sport, der Weltraum, Glanz und Glamour, Präzision, der Ozean, James Bond und das Vermächtnis der Marke.

Five Deeps Expedition

Als Teil der Five Deeps Expedition, die zum Ziel hat, die tiefsten Punkte der fünf Weltmeere zu erforschen, brach Victor Vescovo im Mai mit einer Tauchtiefe von 10928 Metern den Weltrekord und liess sich weiter als jeder andere Mensch zuvor in die Tiefen des Pazifischen Ozeans hinab. Mit Omega als Partnerin steuerte er sein Tauchboot, an dem aussen drei Ultra-Deep-Uhren befestigt waren, erfolgreich ins Challengertief. Bei einer Pressekonferenz im Londoner British Museum im Juni teilte Vescovo seine Erfahrungen mit Gästen und gab einzigartige Einblicke in die Besonderheiten der bahnbrechenden Taucheruhr.



Neues Omega Museum

Das Omega Museum zog 2019 in das markante neue Gebäude des Architekten Shigeru Ban auf der gegenüberliegenden Strassenseite. In den komplett neu gestalteten Innenräumen bringt das Museum die Geschichte von Omega durch immersive Filme, faszinierende Exponate und interaktive Installationen zum Leben. Während ihrer Besichtigung können Besucher auf einer 9 Meter langen Laufstrecke den Olympioniken in sich entdecken, über die Mondoberfläche gehen und in einem 50 Meter langen Edelstahlarmband mit 64 Fenstern Einblicke in die Schätze der Marke erhalten.

James Bond

Omega bereitete sich im Berichtsjahr mit Grossevents und einigen brandneuen Zeitmessern für die kommende 007-Mission im Jahr 2020 vor. Zur Präsentation der neuen Seamaster im Military-Look für den James-Bond-Film *Keine Zeit zu sterben* richtete die Marke ein Spionage-Abendevent im Boom Boom Room in New York mit Daniel Craig, Michael G. Wilson und Barbara Broccoli aus. Im Oktober blickten geladene Medienvertreter hinter die Kulissen der Pinewood Studios in England, wo einige Agentengeheimnisse gelüftet wurden.

WEITERE MARKETING-AKTIVITÄTEN

Omega Online

Das Berichtsjahr war das bislang erfolgreichste Jahr der Marke in Sachen Online-Verkehr. Besonders die Aktivitäten zum 50-jährigen Jubiläum der Mondlandung von Apollo 11 trugen dazu bei. Die Marke verzeichnete zudem eine weiter erhöhte Markensichtbarkeit in China und anderen asiatischen Ländern und einen deutlichen Umsatzzuwachs in den USA und in Grossbritannien. Im April schaltete Omega ihre zweite E-Commerce-Plattform auf, dieses Mal für Grossbritannien, und erzielt dort bereits erfreuliche Absätze. Der bestehende E-Commerce-Markt in den USA ist erfolgreicher denn je. Zur weiteren Umsatzförderung bietet Omega ihre NATO-Armbänder in nunmehr 16 europäischen Ländern online zum Verkauf an. Darüber hinaus wurde der Online-Auftritt der Marke um die neue Rubrik *Chronicle* ergänzt, die die reiche Geschichte und die wichtigsten Meilensteine der Marke seit 1848 aufzeigt.

In den sozialen Medien steigerte Omega ihre Präsenz ebenfalls weiter. Dazu trugen unter anderem hochwertige Lifestyle-Inhalte, Liveberichterstattungen und wichtige internationale Kampagnen bei. Zudem sorgten mehr gesponserte Kampagnen und die Einbeziehung einer grösseren Zahl von Meinungsführern für erhöhte Aufmerksamkeit. Omega erreichte 2,8 Millionen Instagram-Follower: Am erfolgreichsten waren dabei die Beiträge der Apollo-11-Kampagne. Mit Newslettern informierte die Marke ihre Fans regelmässig über ihre Aktivitäten.

Werbung

Die Marke startete das Berichtsjahr mit der weltweiten Werbung ihrer neuen Damenuhrenkollektion Constellation. Die gross angelegte Kampagne zeigt Cindy Crawford, Nicole Kidman, Alessandra Ambrosio und Liu Shishi im Fernsehen, Kino, in Print- und Onlinemedien, auf Aussenwerbung und in Boutiquen. Eine ähnlich bedeutende Kampagne, bei der intime, bei Mondlicht aufgenommene Porträts von Buzz Aldrin, George Clooney und Charlie Duke zum Einsatz kamen, begleitete die Feiern zum 50-jährigen Jubiläum der Apollo-11-Mission. In einem Kurzdokumentarfilm, der im Kennedy Space Center gedreht wurde, tauschten Clooney und Duke ihre Erinnerungen an das Jahr 1969 aus. Zum Jahresende lancierte Omega die Kampagne *Essentially*



mit Schwerpunkt auf den schönsten und beliebtesten Zeitmessern der Marke. Darüber hinaus setzte Omega auf strategische Werbung für die Five Deeps Expedition, das Emirates Team New Zealand, Alinghi und die PGA Championship.

FINE JEWELLERY

Wie immer liess sich Omega bei der Kreation der Fine Jewellery von der Welt ihrer legendären Uhrendesigns inspirieren. Im Berichtsjahr lancierte die Marke neue Ringe, Armbänder und Halsketten der Kollektion Flower, darunter das lange Collier aus 18 Karat Rotgold mit Karneol-Cabochon und das passende Armband mit zusätzlichen Perlmutt-Cabochons. Beide Schmuckstücke waren zudem in 18 Karat Weissgold mit Türkis-Cabochon erhältlich. Omega bot 2019 zudem Herrenschmuck wie Ringe, Armbänder, Manschettenknöpfe und Schlüsselanhänger an, die aus so charakterstarken Materialien wie Edelstahl, Gummi, Keramik, Titan und Carbon gefertigt sind.



BREGUET, UHRMACHER SEIT 1775

Trends

Ein unermüdlicher Innovationsgeist prägt Breguet seit Gründung der Uhrenmarke vor 244 Jahren. Im Bestreben, fortwährend an der Spitze der Technologie zu bleiben, entwickelte Breguet auch 2019 einzigartige Modelle. Die Manufaktur nutzte ihre Teilnahme an der ersten Ausgabe der *Time to Move*, um ihre Neuheiten zusammen mit den anderen Prestigemarken der Swatch Group in einem vollständig neu überdachten Rahmen vorzustellen. An der Vorpremiere in Zürich erhielten die geladenen Händler eine exklusive Vorschau auf die neuen Kreationen. Danach hatten die Medienleute die Gelegenheit, in der Manufaktur in L'Orient in das Universum der Marke einzutauchen – eine ideale Kulisse, um das Paradestück des Jahres zu präsentieren: die Classique Tourbillon Extra-Plat Squelette, die von der Leserschaft des italienischen Magazins *L'Orologio* zur Uhr des Jahres in der Kategorie *Tourbillon* gewählt wurde.

Die Welt der Meere prägte auch 2019 zahlreiche Events von Breguet rund um den Globus. Im Einklang mit der eingeleiteten Neuinterpretation der ästhetischen Merkmale der Kollektion Marine kreierte die Marke vor allem auch Damenmodelle, die den modernen und dynamischen Zeitgeist der Kollektion ausstrahlen. Breguet setzte ausserdem ihre 2018 eingegangene Zusammenarbeit mit Race for Water als Hauptpartnerin fort. Die Marke unterstützt diese Stiftung, die sich der Erhaltung der Weltmeere verschrieben hat, und segelt bis 2021 mit der Race-for-Water-Odyssee rund um die Welt mit.

Mit der Eröffnung von vier neuen Boutiquen baute Breguet ihr Vertriebsnetz weiter aus. Nach dem neuen Standort im Stadtviertel Ginza wurden zwei weitere Boutiquen in der japanischen Hauptstadt in den namhaften Einkaufszentren Isetan Shinjuku

und Nihonbashi Mitsukoshi eingeweiht. In der Einkaufspassage des Hyundai Trade Center von Seoul öffnete die vierte Boutique der Stadt ihre Türen. Zum Ausklang des Jahres fand die Eröffnung der ersten Breguet-Boutique Deutschlands in Düsseldorf statt.

Kreation

Classique 5177

Im Berichtsjahr präsentierte die Manufaktur erstmals das Breguet-Blau in der Form eines Grand-Feu-Emailzifferblatts, das die Classique 5177 ziert. Der einzigartige Farbton unterstreicht die schlichte Eleganz der Zeitmesser aus dem Hause Breguet und hebt die zeitlosen Breguet-Zeiger und -Ziffern stilvoll hervor. Nebst der Uhrzeit zeigt dieses aus Weissgold gearbeitete Modell auch das Datum an.

Classique Tourbillon Extra-Plat Squelette 5395

Nach den Guilloché- und Feuere-mail-Versionen skelettierte Breguet nun das Modell Classique Tourbillon Extra-Plat. Die Manufaktur entfernte fast 50 Prozent des Materials des lediglich 3 Millimeter hohen Goldkalibers und bewegte sich damit im wahrsten Sinne des Wortes am Rande des physikalisch Möglichen. Diese ebenso technische wie ästhetische Meisterleistung stellt zudem feinste Handwerkskunst in der Form von Gravuren, Guillochierungen und Anglierungen ins Rampenlicht. Trotz seiner umfassenden Überarbeitung bietet das Kaliber dank des hochenergetischen Federhauses nach wie vor eine beträchtliche Gangreserve von 80 Stunden. Dieser Zeitmesser ist in zwei Ausführungen erhältlich: mit einem graugoldenen Uhrwerk in einem Roségoldgehäuse und mit einem roségoldenen Uhrwerk in einem Platingehäuse.

Classique 9068

Die erstmals mit einem Zifferblatt aus weissem Naturperlmutter präsentierte Classique 9068 zeigt die Uhrzeit und das Datum in einer feinen, raffinierten Gesamtästhetik an. Der Glanz des Gehäuses aus Weiss- oder Roségold wird zusätzlich betont durch das Glitzern der mit Brillanten besetzten Lünette und Bandanstösse. Die mit einem blauen Saphircabochon bei der Weissgoldversion und mit einem Rubincabochon bei der Roségoldversion verzierte Krone rundet das Erscheinungsbild subtil ab.





Marine 5517, 5527 und 5547 mit Titanarmband

Im Jahr 2019 unterstrich die Marine ihre Eleganz auch in Verbindung mit sportlicher Leistung. Vom Gehäuse bis zum Armband wurden die Modelle Marine 5517, Marine Chronographe 5527 und Marine Alarme Musicale 5547 neu aus Titan gearbeitet. Ein schiefergraues Goldzifferblatt mit Sonnenschliff ergänzt dieses äußerst beständige und leichte Metall und betont mit seinen grauen Farbnuancen die schlicht-moderne Ästhetik der Modellreihe.

Marine Dame 9517 und 9518

Die Kollektion Marine wurde um verschiedene Damenmodelle bereichert, die von der Welt der Meere inspiriert sind. Als Spezialistin der Kunst des Guillochierens entwarf Breguet ein besonderes Muster, das den Wellengang nachahmt, und gab ihm den Namen Marea. Das elegante, wogenförmige Dekor ziert die Zifferblätter der Ausführungen aus Weiss- und Roségold mit brillantbesetzter Lünette. Je nach Modell ist auch die gefasste Schwungmasse mit dem guillochierten Perlmutter verziert. Ebenfalls erhältlich ist eine Edelstahlvariante mit oder ohne Edelsteinbesatz, die über ein Zifferblatt aus weissem Naturperlmutter oder – ein Novum in dieser Kollektion – ein blau lackiertes Zifferblatt verfügt.

Reine de Naples 8918

Breguet präsentierte 2019 eine neue Reine de Naples, die durch ihre bezaubernde rote Farbe besticht. Die arabischen Ziffern glänzen in Granatrot auf dem Stundenkranz aus weissem Perlmutter. Über das guillochierte Goldzifferblatt streichen die unverkennbaren Breguet-Zeiger mit durchbrochener «Pomme»-Spitze. Die femininen Akzente werden zusätzlich betont durch den Edelsteinbesatz der Lünette und des Höhenrings mit rund hundert Diamanten sowie den prominent platzierten Diamanten im Birnenschliff bei 6 Uhr.

Reine de Naples 8967

Ein weiteres Modell stiess im Berichtsjahr zur legendären Kollektion Reine de Naples, das sich durch ein tiefblau lackiertes und mit türkisfarbenen Wogen durchzogenes Zifferblatt auszeichnet. Die arabischen Breguet-Ziffern 6 und 12 sind im oberen und unteren Zifferblattbereich reliefartig aufgemalt. Das Edelstahlmodell zeugt von einem ausgesprochen originellen Design und wird an einem Armband aus blauem Jeansstoff getragen.



Reine de Naples 8905 - limitierte Auflage zum Valentinstag

Exklusiv für das Fest der Liebe kreierte Breguet eine kostbare Reine de Naples in rosa- und malvenfarbenen Tönen. Das Zifferblatt aus hellrosa schillerndem Perlmutter wird einzig durch die Mondphasenanzeige durchbrochen, auf deren dunkelrosa Hintergrund sich der Mond und die Sterne in Weissgold abheben. Ein rosa Saphircabochon auf der Krone sowie der Diamantbesatz auf der Lünette und dem Höhenring verleihen dem Zeitmesser zusätzlichen Glanz. Der kreisförmig satinierte Stunden- und Minutenkranz mit römischen Ziffern rahmt die Clous-de-Paris-Guillochierung in der Mitte ein. Die dezentral angeordnete kleine Sekunde streicht über einen guillochierten Hintergrund mit Flamendekor. Diese auf 28 Exemplare limitierte Auflage wird mit einem malvenfarbenen Alligatorlederband herausgegeben.



Classique 7145 Jahr des Schweins - limitierte Auflage zum chinesischen Neujahrsfest

Zur Feier des chinesischen Neujahrs lancierte Breguet einen Zeitmesser als Hommage an das aktuelle Tierkreiszeichen. Auf dem Zifferblatt ist der Kopf eines Schweins – eines der zwölf Tiere des chinesischen Tierkreises – abgebildet. Für die Darstellung des Tieres hat sich Breguet für eine Kombination aus drei Techniken entschieden, die der Manufaktur besonders am Herzen liegen: Gravur, Feueremail und Guillochierung. Die feine Silhouette umfasst ein Uhrwerk von lediglich 2,4 Millimetern Höhe. Getragen wird die auf acht Exemplare limitierte Uhr an einem blauen Lederarmband.

.....



Präsenz

Breguet, Leidenschaft für die Weltmeere

Verschiedene Veranstaltungen zur Einführung der neuen Marine-Modellreihe prägten das Jahr 2019 von Breguet. In London und Barcelona wurden die neuesten Kreationen ganz im Zeichen der marinen Welt sowie in Anwesenheit eines Mitglieds der Race-for-Water-Crew gefeiert. Die Weltmeere standen auch im Zentrum an den Veranstaltungen in Kuala Lumpur, Seoul, Singapur, Malibu und zuletzt in Dubai, wo Race for Water 2020 im Rahmen der Weltausstellung anwesend sein wird.

Mit Ausstellungen gelangte das Thema auch nach Europa und China. Die Boutique an der Place Vendôme zeigte die Retrospektive *Breguet, Uhrmacher der königlichen Marine* in Verbindung mit verschiedenen historischen Modellen. Danach zog die Wanderausstellung weiter ins Internationale Maritime Museum Hamburg – in eine Stadt, mit der die Uhrenmarke ihre enge Beziehung zu den Meeren teilt. In den chinesischen Städten Hangzhou und Chongqing fand eine Sonderausstellung zu dieser umfassenden Thematik statt. In der Küstenstadt Lerici organisierte Breguet für ihre italienischen Kunden eine Regatta und stellte ihnen im Anschluss die neuen Modelle der Marine-Kollektion vor.

Breguet, Liebe zur Kunst und Kultur

Die Marke setzte ihr Engagement 2019 im künstlerischen und kulturellen Bereich mit ihrer Präsenz am Glyndebourne Opera Festival fort. Als Hauptpartnerin der englischen Musikveranstaltung lud sie ihre Gäste ein, vor der Aufführung des Hauptstücks *Aschenputtel* einen Blick hinter die Kulissen zu werfen. Bereits seit einigen Jahren ist Breguet eine der Hauptsponsorinnen des Teatro Real in Madrid. Dieses Jahr unterstützte die Marke zur grossen Freude aller anwesenden Musikliebhaber ein gemeinsames Konzert des Tenorsängers José Bros und der Sopranistin Ruth Iniesta. Ausserdem blieb Breguet Partnerin der Carnegie Hall, Hochburg der Musikkultur von New York, und des *Concours de Genève*, einem Wettbewerb zur Nachwuchsförderung in der klassischen Musik. Etwas weniger bekannt ist die enge Verbindung von Breguet zur Automobilwelt. In den Dreissigerjahren hatte die Manufaktur eine Serie an Bordchronographen für die Marke Bugatti entwickelt. Eines dieser Modelle, das Breguet 2016 erwarb, wurde an der Ausstellung *Incomparables Bugatti* in der Cité de l'Automobile in Mülhausen ausgestellt. Breguet trat zudem am London City Concours, dem unverzichtbaren Automobilevent im Herzen Londons, als Hauptsponsorin auf.

Im Berichtsjahr nahm die Manufaktur wieder an der Wohltätigkeitsveranstaltung *Only Watch* teil. Für den Anlass präsentierte sie eine Neuauflage ihres Fliererchronographen Type 20 aus den Fünfzigerjahren in einer Version, die dem Original sowohl ästhetisch als auch mechanisch treu bleibt. An der von Christie's organisierten Auktion erzielte der einzigartige Zeitmesser einen Preis, der deutlich über der ursprünglichen Schätzung lag.

Breguet, unschätzbare Kulturvermächtnis

Als bedeutende Akteurin der Uhrenwelt liegt es der Manufaktur sehr am Herzen, ihr reiches Erbe mit der Öffentlichkeit zu teilen.

So gab sie in Schanghai im Rahmen der in ihrer Boutique im Langham Hotel gezeigten Ausstellung *Breguet World* einen Einblick in ihre faszinierende Manufakturwelt. Die Besucher erhielten die Gelegenheit, Breguets vielfältige Handwerkskunst und zahlreiche Erfindungen, unter anderem das Tourbillon, näher kennenzulernen. Ebenfalls im Rampenlicht stand das Tourbillon am *Tourbillon Day*, der erneut am 26. Juni stattfand, um den Jahrestag dessen Patentanmeldung durch Abraham-Louis Breguet im Jahr 1801 zu feiern. Die Feierlichkeiten rund um die berühmte Komplikation wurden in verschiedenen Boutiquen weltweit begangen, insbesondere in Genf, London, Hongkong, New York und Schanghai. In der chinesischen Stadt fand ausserdem ein Event zur Einführung der chinesischen Ausgabe des Buches *Breguet, Horloger depuis 1775* statt. Der Autor Emmanuel Breguet beleuchtet in seinem Werk die grandiose Geschichte der Marke und die Meilensteine, auf denen ihr Ruf bis heute aufbaut. Als Hommage an die einflussreichsten Medienvertreter der USA nahm Breguet an dem von *The Hollywood Reporter* organisierten Jahresevent *NY Power* teil. In New York stand die Marke zudem an der Uhrenaussstellung *WatchTime* im Rampenlicht. Breguet war auch an verschiedenen Messen vertreten, beispielsweise an der *Passion des Montres* in Luxemburg, *Watch Out* in Oslo und *SWE* in Prag.





HARRY WINSTON®

DER DIAMANTENKÖNIG SETZT SEINE FUNKELNDE REGENTSCHAFT FORT



Rosette ist ein Symbol, das in den Eingangsbereichen der Salons von Harry Winston zu finden ist und seiner Trägerin Zuversicht und Glück bringen soll. Mit der Kollektion Berry Cluster variierte die Marke zudem ihr klassisches Cluster-Motiv. Die unvergleichliche, aus sechs einzigartigen Diamantringen bestehende Capsule Collection Bridal Couture präsentierte der Welt die hohe Juwelierkunst und Individualität der Verlobungsringe von Harry Winston.

Im Bereich Uhren lancierte die Marke Neuheiten wie die elegante Emerald Cluster in einer grösseren Gehäuseausführung, die unglaubliche *Métiers-d'Art*-Uhr Micromosaic sowie die einzigartige Histoire de Tourbillon 10 mit vier separaten Tourbillons, mit der die Marke diese gefeierte Kollektion zu einem monumentalen Abschluss brachte.

Das Jahr 2019 stand ausserdem im Zeichen des 20-jährigen Jubiläums der Kollektion Avenue von Harry Winston. Zur Feier dieses besonderen Anlasses stellte die Marke vier neue Avenue-Modelle vor, unter anderem eine limitierte Jubiläumsedition mit Mondphasen-Anzeige.

Als legendärer «Juwelier der Stars» stellte Harry Winston seine spektakulärsten Juwelen auch im Berichtsjahr wieder für hochkarätig besetzte Events rund um die Welt zur Verfügung. Bei der mit Spannung erwarteten MET-Gala trug die Schauspielerinnen Jennifer Lopez zum Beispiel das Purple Dragon Necklace. Ein Collier mit einem von Diamanten umgebenen lilafarbenen 65,32 Karat Saphir im Kissenschliff als Anhänger, und sorgte damit im Berichtsjahr für einen der meistbeachteten Auftritte auf dem roten Teppich.

Die Marke unterstrich ihre Leidenschaft für die seltensten Juwelen dieser Welt ausserdem mit einer Reihe exklusiver High Jewelry-Events in wichtigen Märkten wie China oder New York. Zugleich präsentierte sie den Rockefeller-Winston-Smaragd in einer neu kreierten Fassung. Dieser fantastische 18,03 Karat Edelstein gehörte einst der berühmten Familie Rockefeller.

Harry Winston stärkte seine globale Präsenz zudem durch eine neue Marketingkampagne, in der die wertvollen Schmuck- und Uhrenkollektionen vor dunkelblauem Hintergrund präsentiert wurden, hinterlegt mit dem charakteristischen schwarz-weissen Strahlenmotiv der Marke. Die neue Visualisierung ist eine Hommage an das reiche Erbe des Hauses. Das funkelnde Design kam als Erstes in der Flagship-Boutique von Harry Winston an der Fifth Avenue in New York City zum Einsatz. Die Marke erweiterte zudem ihre Online-Präsenz und lancierte in Japan die Social-Networking-Plattform LINE, die eine neue Möglichkeit zur Kommunikation mit ihrer Kundschaft in der gesamten Region bietet.

Mit der Eröffnung von drei neuen Salons, darunter der neunte Standort der Marke in Japan, sowie der Renovierung zweier bereits bestehender Verkaufspunkte baute Harry Winston sein globales Einzelhandelsnetz aus und stärkte seine weltweite Präsenz bei Premiumkunden.

Trends

Im Berichtsjahr setzte Harry Winston unter der Leitung von Präsidentin Nayla Hayek auf die Themen Glück und Liebe, Kunst und Innovation sowie Kreativität und Einzigartigkeit, um die bewährte Ästhetik der Marke neu zu beleben. Harry Winston sah die Schnittstellen zwischen diesen Themen als Chance und – noch wichtiger – als wertvolle narrative Quelle, auf deren Grundlage die Marke ihre Botschaft verbreiten, ihre Zukunft gestalten und ihre lange Tradition als «Diamantenkönig» untermauern konnte.

Während des gesamten Jahres investierte die Marke in ihre zentralen Tätigkeitsfelder und die Bereiche, die die Geschäftsentwicklung auch künftig vorantreiben werden. Als eine der renommiertesten und hochwertigsten Schmuck- und Uhrenmarken lancierte das Haus auch im Berichtsjahr einzigartige Designs und neue Kollektionen, die die unverkennbare Designsprache von Harry Winston kreativ variierten. Gleichzeitig verstärkte die Marke ihre Investitionen in grosse und prächtige Juwelen. Weitere Schwerpunkte des Jahres 2019 waren die Erweiterung des Vertriebsnetzes um neue Verkaufspunkte an den prestigeträchtigsten Standorten der Welt und der Start einer globalen Marketingkampagne, die wirkungsvoll die Botschaften der Marke einem internationalen Publikum vermittelten.

Harry Winston erweiterte auch 2019 seine Haute-Joaille-Kollektionen Winston Candy und New York. Anlässlich passender Themenevents präsentierte die Marke die Schmuckstücke den Kunden ihrer Salons und widmete sich auch weiterhin ihrer Leidenschaft für einzigartige und seltene Juwelen. Das Haus lancierte ausserdem die moderne und zeitgemässe Schmuckkollektion Winston Gates, die als zentrales Motiv die Rosette feiert. Die



Mit Blick auf die Zukunft wird das Haus weiterhin jede Gelegenheit wahrnehmen, um das reiche Erbe der Marke und ihre unvergleichlichen Qualitäten ins Zentrum der Aufmerksamkeit zu rücken.

Kreation

Winston Gates

Die Schmuckstücke der modernen Kollektion Winston Gates vermitteln Zuversicht und Glanz. Das aparte Rosettenmotiv wurde von Firmengründer Harry Winston ursprünglich ausgewählt, um als Symbol für Optimismus, aussergewöhnliche Gelegenheiten, aussichtsreiche Perspektiven sowie Glück den Eingang zu seinem Salon auf der Fifth Avenue Nummer 718 zu schmücken. Die Kollektion mit einer perfekt gearbeiteten zehnbältrigen Rosette als Motiv umfasst einen Kettenanhänger, Ohringe, ein Armband sowie einen Ring, die jeweils in Platin, 18 Karat Gelb- oder Roségold gearbeitet sind und in ihrem Zentrum einen funkelnden runden Diamanten tragen. Die Rosette ist umgeben von ringförmig angeordneten Pavé-Diamanten. Jeder einzelne Stein entspricht der überragenden Qualität und Handwerkskunst, für die Harry Winston seit beinahe einem Jahrhundert steht.

Bridal Couture

Unter dem Namen Bridal Couture präsentierte das Haus eine neue Capsule Collection. Die diamantbesetzten Verlobungsringe sind inspiriert von den meisterhaften Feinheiten und besonderen Elementen eines massgefertigten Hochzeitskleides und zelebrieren die eindrucksvolle Kunstfertigkeit der grossen Designer von Brautmoden weltweit. Die Ringe der neuen Kollektion Bridal Couture sind eine Hommage an dieses exquisite Kunsthandwerk und zeichnen sich durch unterschiedlich geschliffene Diamanten aus, die sich zu einzigartigen und fantasievollen Kreationen zusammenfügen und das Brautkleid perfekt ergänzen.

New York – Fifth Avenue

New York City war für Harry Winston schon immer eine unerschöpfliche Inspirations- und Energiequelle, sowohl in kultureller als auch in kreativer Hinsicht. Hier eröffnete Firmengründer Harry Winston seinen ersten Salon und schlug mit seinem Team an berühmten Designern völlig neue Wege des Schmuckdesigns ein. Seither schöpft jede neue Designergeneration des Winston-Ateliers ihre Ideen aus dieser bemerkenswerten Stadt – einer Stadt, in der unterschiedliche Kulturen und Weltanschauungen nicht nur aufeinandertreffen, sondern auch aktiv gefördert und gefeiert werden.

Die Marke lancierte 2018 die New York Collection, einen mit Juwelen bestückten Liebesbrief an die unterschiedlichen Viertel sowie die vielfältigen Nuancen und Wahrzeichen der Stadt, die das Leben von Harry Winston prägten. Mit der Präsentation der Fifth Avenue Collection wurde diese nostalgische Geschichte im Jahr 2019 fortgesetzt.



Winston Candy

Auch 2019 erweiterte das Haus seine aparte Kollektion Winston Candy um neue einzigartige Cocktail-Ringe. Die Schmuckstücke beeindrucken mit ihren prachtvollen, funkelnden Edelsteinen und unterstreichen das langjährige Engagement der Marke für die seltensten und aussergewöhnlichsten Juwelen der Welt.

Harry Winston Emerald Collection

Harry Winston knüpfte 2019 an den Erfolg des Vorjahres an und erweiterte seine elegante Uhrenkollektion Emerald um neue Modelle in einer grösseren 33-Millimeter-Gehäuseausführung. Das unverwechselbare Oktagon des Uhrengehäuses und das einzigartige Zifferblatt erinnern in ihrer Form an die von Firmengründer Harry Winston bevorzugte Art des Diamantschliffs: den Smaragdschliff. Modern und dennoch klassisch präsentiert sich die stilvolle Neuheit wahlweise mit Automatik- oder Quarzwerk und markantem achteckigem Gehäuse, das durch facettierte Kanten und strahlenden Glanz besticht. Die abgeschrägten Seiten sind einem geschliffenen Edelstein nachempfunden und verleihen dem Zifferblatt eine besondere Tiefenwirkung. In Fortführung des Smaragdmotivs wird dem klassischen Harry-Winston-Logo in Gold bei 12 Uhr ein achteckiges Datumsfenster bei 6 Uhr gegenübergestellt.

Histoire de Tourbillon 10

Nachdem bei Harry Winston bisher ein-, zwei- oder dreiachsig gelagerte Tourbillons zum Einsatz kamen – gegebenenfalls in Kombination mit einem einzelnen Tourbillon, einem Doppeltourbillon oder einem Karussell – erregte die jüngste Kreation der Marke aufgrund einer neuen Errungenschaft der Uhrmacherkunst grosses Aufsehen. Zum allerersten Mal ist eine in Serie ge-

fertigte Armbanduhr standardmässig mit vier Tourbillons ausgestattet. Dieses spektakuläre Novum, das sich in einem beeindruckenden Design widerspiegelt, ist ein Meilenstein in der Geschichte der Kollektion Histoire de Tourbillon.

Mit der Histoire de Tourbillon 10 feierte Harry Winston das 10-jährige Jubiläum der Kollektion, die als Hommage an die wichtigste Komplikation der modernen Uhrmacherkunst zu verstehen ist. Die ein Jahrzehnt anhaltende Ausdauer und Innovationskraft setzte neue Massstäbe beim Tourbillon. Im Berichtsjahr fand die Kollektion mit zwei jeweils auf zehn Exemplare limitierten Zeitmessern und dem exklusiven Einzelstück aus «Winstonium» ihren krönenden Abschluss.

Haute-Joallerie-Uhren

Dass Harry Winston als «König der Diamanten» eine Reihe erlesener Haute-Joallerie-Uhren lancieren würde, ist kaum verwunderlich. Zu den Neuzugängen des Jahres 2019 zählten unter anderem die Modelle Premier Hypnotic Opal Mosaic und Precious Emerald.

Die Premier Hypnotic Opal Mosaic aus luxuriösem 18 Karat Weissgold verspricht mit einer Fülle von Diamanten im Baguette-schliff und strahlend blauen Saphiren auf dem hypnotisierend changierenden Opalzifferblatt intensive Farbigkeit und pure Energie.

Die Precious Emerald nimmt bekannte Motive des Hauses auf und sorgt mit ihrem atemberaubenden Platinarmband, das vollständig mit Diamanten im Marquiseschliff besetzt ist, für glamouröse Eleganz.





Präsenz

Neue Salons

Im Berichtsjahr erweiterte Harry Winston sein Vertriebsnetz mit der Eröffnung neuer Salons unter anderem in Monaco, im italienischen Porto Cervo und im japanischen Shinjuku. Ausserdem renovierte die Marke ihre Salons in South Coast Plaza in Kalifornien und in Peking.

Red Carpet Events

Zu den Hollywood-Stars, die bei den wichtigsten Veranstaltungen des Jahres wieder mit den exquisiten Schmuck- und Uhrenkollektionen von Harry Winston glänzten, zählten dieses Jahr unter anderem Nicole Kidman, Naomi Watts und Gemma Chan. Von den *Golden Globe Awards* über die Oscarverleihung und das *Beijing International Film Festival* bis hin zu den *Hongkong Film Awards* waren die Kreationen der Marke auch 2019 weltweit wieder prominent auf den roten Teppichen vertreten.

Philanthropie

Die Marke verfolgte ihr gemeinnütziges Projekt Harry Winston Brilliant Futures™ auch im Berichtsjahr weiter und unterstützte führende Organisationen bei ihren karitativen Einsätzen vor Ort.

So weitete Harry Winston beispielsweise sein Engagement für die Harlem Academy aus, eine unabhängige Schule in New York City, die begabten Schülern die Chance bietet, einen Abschluss auf höchstem akademischem Niveau zu erreichen und somit eines Tages einen wesentlichen gesellschaftlichen Beitrag zu leisten. Neben dem anspruchsvollen Mittelstufenprogramm unterstützt Harry Winston auch den Bau des neuen Schulgebäudes der Harlem Academy, das zukünftig als permanente und moderne Bildungseinrichtung einer grösseren Zahl von Kindern eine Ausbildungsmöglichkeit bietet.

Die Ballettkompanie American Ballet Theatre (ABT) engagiert sich im Rahmen von Performances und Informationsprogrammen auf höchstem Niveau für die Neukreation, Erhaltung und Verbreitung des klassischen Balletttanzes. Zusätzlich zu seiner Rolle als führender Unterstützer der berühmten Frühjahrs-Benefizveranstaltung von ABT in New York City förderte Harry Winston auch das Project Plié der Tanzkompanie. Mit dieser Initiative zur verstärkten Inklusion und Diversität soll Kindern und Lehrern aus einkommensschwachen und unterrepräsentierten Bevölkerungsschichten durch Stipendien und Ausbildungsprogramme der Zugang zur Welt des Tanzes eröffnet werden.



Harry Winston engagierte sich ausserdem für das Wallis Annenberg Center for the Performing Arts in Los Angeles, das einzigartige Bühnenkunst kreiert und präsentiert. Die Events und Bildungsangebote des Zentrums umfassen Theater, Tanz und Musik. *GRoW @ The Wallis*, das renommierte Kunstpädagogikprogramm des Zentrums, bietet Performances und Workshops für Tausende von Schülern und Erwachsenen aus benachteiligten Gemeinschaften an.

Auch im Berichtsjahr unterstützte Harry Winston wieder die Internationale Stiftung für Forschung in Paraplegie. Ziel der Schweizer Stiftung ist es, die Lebensbedingungen von Menschen mit Rückenmarkverletzungen oder -erkrankungen massgeblich zu verbessern. Zur Arbeit der Stiftung gehören unter anderem das Mentoring junger Wissenschaftler und die Förderung des Informationsaustausches zwischen Forschenden in der Schweiz und weltweit.



JB
BLANCPAIN
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

AUTHENTIZITÄT ALS ERBE

Trends

Unter der Leitung ihres Präsidenten und CEO Marc A. Hayek verzeichnete Blancpain 2019 ein Rekordjahr. Einmal mehr wusste sich die Marke durch ihre authentische Vermittlung des diskreten Luxus abzuheben, der vielmehr gelebt als zur Schau gestellt wird. Abseits des geschäftigen Treibens an der Baselworld enthüllte Blancpain Händlern ihre Neuheiten im exklusiven Privatsalon. Die internationalen Pressevertreter erhielten die Gelegenheit, in die einzigartige Welt der Manufaktur Blancpain an den Produktionsstandorten in Le Sentier und Le Brassus, im Vallée de Joux einzutauchen.

Blancpain gehört zu den wenigen Manufakturen, die den gesamten Herstellungsprozess beherrschen und ihre Werke von A bis Z selbst herstellen. Die ebenfalls in der Manufaktur integrierten Veredelungs- und Kunsthandwerkstätten zeichnen sich durch denselben unabhängigen Charakter aus. Das historische Gebäude *La Ferme* in Le Brassus, in dem sie untergebracht sind, wurde 2019 renoviert. Die Einrichtung eines Showrooms, die Neugestaltung der Empfangsbereiche und eine optimierte Beleuchtung tragen dazu bei, den Besuchern ein unvergessliches Erlebnis zu bieten.

Unter diesen idealen Bedingungen bringt Blancpain ihr *Savoir-faire* zum Ausdruck. Im Berichtsjahr erweiterte die Marke ihre Kollektion mit einem raffinierten und authentischen Stil. Die neuen Kreationen der Modellreihe Villeret bewahren die unverkennbaren Merkmale der Kollektion. Den Damen widmete die Manufaktur vielfältige Möglichkeiten mit individuell konfigurierbaren Modellen, die sich an einem farblich passenden Armband tragen. Die Fifty Fathoms stand 2019 ganz im Zeichen der Vintage-Optik. Die neuen Modelle heben sich durch eine starke ästhetische Identität ab, die von den ersten Taucheruhren von Blancpain inspiriert ist.

Der Name Fifty Fathoms ist untrennbar mit Jean-Jacques Fiechter, CEO von Blancpain von 1950 bis 1980, verbunden. In einem 2019 von Blancpain produzierten Dokumentarfilm führt der Neunzigjährige den Ursprung und die Entwicklung dieses einzigartigen Zeitmessinstruments vor Augen. Der Film erzählt auch, wie die legendäre Uhr unter der Leitung von Marc A. Hayek in den 2000er-Jahren ihr Comeback erlebte. Der hervorragende Taucher und Präsident von Blancpain spricht über das Engagement der Marke zum Schutz der Weltmeere und deren Programm *Blancpain Ocean Commitment (BOC)*. Der umfassende Dokumentarfilm wurde im Rahmen von BOC-Veranstaltungen in den USA, Südkorea, Japan und Grossbritannien gezeigt.

Blancpain prägte neben der wegweisenden Entwicklung von Taucheruhren auch entscheidend jene von Militäruhren mit. Diese weniger bekannte Seite ihrer Geschichte erweckte die Marke zu



neuem Leben mit der Einführung einer limitierten Neuauflage des legendären Fliegerchronographen Air Command aus dem Jahr 1950.

Kreation

Villeret Ultraplate

Das Design der Villeret Ultraplate ist eine Rückkehr zum Wesentlichen. Sie konzentriert sich auf die Anzeige der Stunden und Minuten und bleibt trotz ihrem modernen Design der ursprünglichen Ästhetik dieser Kollektion treu. In diesem neuen Modell ist das Manufakturwerk 11A4B mit neu überarbeiteter Brückenform verbaut. Die Handaufzugsuhr verfügt über eine Gangreserve von vier Tagen, die sich – um die Schlichtheit des Zifferblatts zu bewahren – über den werkseitig eingravierten Gangreserveranzeiger ablesen lässt.





Villeret GMT Date

Ein neues GMT-Modell erweiterte 2019 die Kollektion Villeret. Dieser ebenso raffinierte wie schlichte Zeitmesser beeindruckt durch seine einfache Ablesbarkeit. Der Zahlenkranz besteht aus traditionellen Appliken in der Form von römischen Ziffern, die für die Modelle Villeret typisch sind. Die zweite Zeitzone wird über eine 24-Stunden-Skala angezeigt. Im Innern der neuen Villeret GMT Date tickt das Automatikwerk 5A50, das wie alle Kaliber von Blancpain vollständig in den Werkstätten der Manufaktur entwickelt und gefertigt wird.

Villeret Women Date

Blancpain ergänzte ihre bereits umfassende Auswahl an Damenuhren um ein Modell mit Datumsanzeige. Das Datum erscheint in einem ovalen Fenster, das subtil in den Stundenkranz



eingegliedert ist. Die Datumscheibe präsentiert die Ziffern in neuer, abgerundeter Form. Das 33,2-Millimeter-Gehäuse ist aus Edelstahl oder Rotgold mit oder ohne Edelsteinbesatz erhältlich. Getragen werden die vier Modelle an einem Alligatorleder- oder Mille-Mailles-Metallarmband. Die Uhr ist auch mit einem Set von fünf Armbändern verfügbar, die sich nach Lust und Laune austauschen lassen.

Fifty Fathoms Automatique mit Keramikzifferblatt

Im Berichtsjahr interpretierte Blancpain ihre legendäre Taucheruhr Fifty Fathoms neu. Die neue Ausführung bleibt dem sportlich-elegantem Stil der Vorgängermodelle treu, verleiht ihm aber mit dem Rotgoldgehäuse und Keramikzifferblatt zusätzlich eine elegante Hightech-Note, was für diese Kollektion eine Premiere darstellt. Keramik ist sechsmal härter als Stahl und garantiert eine sehr hohe Beständigkeit und aussergewöhnliche Langlebigkeit.

Fifty Fathoms Automatique mit Titangehäuse

Die Fifty Fathoms Automatique ist neu in einem bestechenden satinierten Titangehäuse verfügbar. Der für seine hohe Stossfestigkeit und Korrosionsbeständigkeit bekannte Werkstoff weist ausserdem eine geringe Dichte auf, was das Material sehr leicht macht. Das Ergebnis ist eine robuste Uhr mit den für eine Taucheruhr unabdingbaren technischen Merkmalen, ohne das Handgelenk zusätzlich zu belasten.

Fifty Fathoms Nageurs de combat

Als Hommage an die historische Zusammenarbeit mit den Gründern der französischen Kampfschwimmereinheit präsentierte Blancpain 2019 eine limitierte Auflage von 300 Uhren, die



mit Symbolen dieser Tauchertruppe versehen sind. Auf dem Boden der Fifty Fathoms Nageurs de combat ist das Abzeichen der französischen Kampfschwimmer geprägt. Es zeigt einen zentralen Anker, flankiert von zwei geflügelten Seepferden, die sowohl die Unterwasserwelt als auch die Fallschirmspringer repräsentieren. Ein zweites Symbol stellt die Ziffer 7 auf dem Zifferblatt dar. Da Sauerstoff bei einem Partialdruck von 1,7 bar toxisch wird, beträgt die maximale Tauchtiefe für Militärtäucher, die reinen Sauerstoff atmen, sieben Meter. Die Sieben ist somit in diesem Milieu mit einer besonderen Bedeutung behaftet.

Fifty Fathoms Automatique Barakuda

Blancpain interpretierte 2019 eine ihrer Taucheruhren aus den späten Sechzigerjahren neu. Die Barakuda ist auf 500 Exemplare limitiert und entspricht in ihren Grundzügen der Originalversion. Gleichzeitig profitiert sie aber von den technischen Neuerungen, die aus der langjährigen Erfahrung von Blancpain im Bereich des Flaschentauchens hervorgegangen sind. Die prägenden Merkmale dieses Modells sind rechteckige, zweifarbige Indexe, die mit Super-LumiNova® Old Radium beschichtet sind, ebenfalls im Dunkeln leuchtende, weiss lackierte Bleistiftzeiger sowie ein markantes Datumsfenster bei 3 Uhr.

Air Command

Das Modell Blancpain Air Command, einer der begehrtesten Militärchronographen der ausgehenden Fünfzigerjahre, feierte 2019 sein Comeback. Stilistisch blieb die auf 500 Exemplare limitierte Ausgabe dem Original in hohem Masse treu. Wie bereits sein Vorgänger, der damals für die Piloten modernster Flugzeuge entwickelt wurde, verfügt der neue Zeitmesser Blancpain Air Command über eine gezahnte Countdown-Drehlunette. Die Zeitskala, Indexe und Zeiger sind mit Super-LumiNova® Old Ra-





dium beschichtet, das den gleichen orangefarbenen Ton wie die Chronographenanzeigen des Originals hat. Das Zifferblatt wird durch ein Glas geschützt, das in der für Uhren der damaligen Zeit charakteristischen Weise gewölbt ist. Der ebenfalls aus Saphir gearbeitete Sichtboden weist dieselbe spezielle Wölbung auf – eine Premiere für Blancpain.

Präsenz

Blancpain Ocean Commitment

Blancpain unterstützte 2019 die Expedition *Gombessa V Planet Mittelmeer* und setzte damit die 2012 eingegangene Partnerschaft mit Laurent Ballesta fort. Die neue Forschungsmission fand vor der französischen Küste mit dem Ziel statt, die noch immer gut gehüteten Geheimnisse des Mittelmeers zu lüften. Um im Auftrag von Forschungszentren genügend Zeit für die Durchführung einer ganzen Reihe wissenschaftlicher Protokolle zu haben und diese Tiefsee-Ökosysteme zu illustrieren, kombinierte das *Gombessa*-Team erstmals das Sättigungstauchen und das autonome Tauchen mit geschlossenen Kreislaufatmergeräten.

Beim Sättigungstauchen sind die Profitaucher über eine Leitung zur Tauchstation mit der Oberfläche verbunden, werden mit Atemgas versorgt und können kommunizieren. Bei dieser Tauchtechnik ist die Aufenthaltsdauer unter Wasser theoretisch unbegrenzt, die Taucher können sich jedoch nur im Umkreis von einigen Metern rund um ihre Tauchstation bewegen. Beim autonomen Tauchen hingegen können sich die Taucher frei bewegen, sind aber durch strenge Zeitvorgaben eingeschränkt. Bereits nach wenigen Minuten in grosser Tiefe sind mehrere Stunden Dekompressionszeit erforderlich, um jegliches Unfallrisiko zu vermeiden. Durch die Kombination der beiden Techniken konnten Laurent Ballesta und sein Team während der Tauchexpedition auf jede Dekompression verzichten und diese erst nach Abschluss der Mission zwei Tage lang durchführen.

Wie die früheren Expeditionen wird *Gombessa V* Gegenstand eines Dokumentarfilms, einer Ausstellung und eines Bildbandes sein, um die Entdeckungen und Erfahrungen des Teams von Laurent Ballesta mit der Unterstützung von Blancpain 2020 der internationalen Öffentlichkeit näherzubringen.

Art de Vivre

Im Bereich Lebenskunst war das Jahr 2019 von zwei neuen Partnerschaften geprägt.

Die junge Schweizer Chefköchin Marie Robert und der französische Chefkoch Julien Royer traten dem Blancpain-Freundeskreis bei, mit dem sie die Werte des Strebens nach Vorzüglichkeit, der Leidenschaft, Expertise und Präzisionsarbeit teilen.

Die erst 31-jährige Chefköchin des Café Suisse in Bex ist eine wahre Entdeckung. Marie Robert ist nicht nur Sterneköchin, sondern wurde vom Gastronomieführer Gault&Millau auch zur *Köchin des Jahres 2019* gewählt. Umgeben von einer rein weiblichen Küchenbrigade verwandelt sie nach Lust und Laune saisonale Produkte in kulinarische Kreationen und verleiht ihnen das gewisse Etwas. Ihre frischen Gerichte sind ebenso einfallsreich wie optisch ansprechend und sorgen für echte Gaumenfreude mit einer farbenfrohen Präsentation, die sich mit jeder Menükarte weiterentwickelt.

Julien Royer – mit zwei Michelin-Sternen ausgezeichnete Chefkoch – ist Inhaber des Restaurants Odette in Singapur, das 2019 zur Nummer eins der 50 besten Restaurants Asiens gekürt wurde. Im Juni 2019 eröffnete er in Hongkong ein zweites Restaurant: Louise. Chefkoch Julien Royer bietet eine raffinierte Küche mit französischen Einflüssen, die den Zeitgeist trifft und hochwertige Lebensmittel von Kleinbetrieben aus der ganzen Welt verwendet.

Mit grossem Respekt gegenüber dem Terroir und den verschiedenen Jahreszeiten sowie grosser Detailverliebtheit entfaltet er den delikaten Geschmack jeder einzelnen Zutat.

Blancpain und Marilyn Monroe, Timeless Elegance

Im Oktober 2019 enthüllte Blancpain in ihrer berühmten Boutique an der Fifth Avenue in New York eine legendäre Schmuckuhr aus den Dreissigerjahren, die dem Hollywoodstar Marilyn Monroe gehörte. Das prächtige Cocktailmodell gab der Ausstellung *Timeless Elegance* ihren Namen. Die von Blancpain ersteigerte Uhr im Art-déco-Stil ist Teil der Ausstellung, die eine Auswahl an Fotografien und persönlichen Besitztümern zeigt und einen Einblick in das ausserordentliche Leben und die komplexe Persönlichkeit der vergötterten amerikanischen Schauspielerin gibt. Diese Objekte wurden raffiniert in eine Retrospektive über Damenuhren von Blancpain von gestern und heute eingegliedert.

Die Eröffnung der Ausstellung fand in Anwesenheit der berühmten Schauspielerin Naomi Watts und des talentierten Fotografen Lawrence Schiller statt, der regelmässig mit Marilyn Monroe zusammengearbeitete.

Boutique China World Mall in Peking

Blancpain verstärkte ihre Präsenz in China durch die Eröffnung einer Boutique mit einer beeindruckenden Verkaufsfläche von 380 Quadratmetern in der luxuriösen China World Mall, eines der grössten und erfolgreichsten Einkaufszentren des Landes. Die Boutique grenzt an das Hauptgeschäftsviertel Pekings an und hebt sich durch eine einzigartige Architektur hervor: Der Haupteingang ist vollständig aus Glas realisiert und direkt von der Strasse her zugänglich. Im Inneren der Mall besitzt die Boutique einen zweiten Eingang mit einem Design, das von der historischen Manufaktur in Le Brassus inspiriert ist. Nebst den ausserordentlichen Kreationen bietet Blancpain in der Boutique auch ein Kundendienstzentrum an, wo die Kunden ihre Uhren warten lassen können und auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Empfehlungen erhalten. Damit bringt die Marke ihr Bestreben zum Ausdruck, ihren Kunden ein persönliches Erlebnis zu bieten, das den höchsten Empfangs- und Serviceerwartungen entspricht.



Glashütte
ORIGINAL

EINTAUCHEN IN DAS ORIGINAL

Trends

Das Geschäftsjahr 2019 stand ganz im Zeichen einer neuen Kollektion, die Glashütte Original ins Leben rief: die Spezialist. Auftakt war die Taucheruhr SeaQ, die Historie und Moderne vortrefflich vereint. Unter dem Motto *Eintauchen in das Original* lancierte die Marke eine Kommunikationskampagne, die nicht nur zum Entdecken des neuen Zeitmessers, sondern auch der Marke und ihres hohen Qualitätsanspruchs einlädt.

Ebendiesem Qualitätsanspruch stellte Glashütte Original anlässlich der *Time To Move* in Genf zur Schau, wo ausgewählten Medienvertretern unter anderem die aufwendige Zifferblattfertigung und das Testverfahren nach deutschen und internationalen Standards für Taucheruhren demonstriert wurden.

Mit verschiedenen Events und Roadshows wurde zudem die Handwerkskunst von Glashütte Original besonders in China und im Mittleren Osten live vorgestellt und so die Bekanntheit der Marke weiter gestärkt.

Kreation

Senator Chronometer Tourbillon

Glashütte Original präsentierte das Fliegende Tourbillon in einer weiterentwickelten Variante. Erstmals gelang es, ein fliegendes Tourbillon mit Sekundenstopp, Nullstellung und Minutenrastung zur exakten Zeiteinstellung zu kombinieren. Diese Weltneuheit aus Platin ist auf 25 Stück limitiert und als Chronometer offiziell zertifiziert.

PanoInverse

Mit dem auf 25 Stück limitierten und handgravierten Zeitmesser aus Platin schreibt Glashütte Original die Erfolgsgeschichte ihrer PanoInverse-Linie fort. Freigestellt und scheinbar schwebend präsentiert sich die kunstvoll veredelte Schmetterlingsbrücke dem Betrachter.



SeaQ

Mit der SeaQ greift die Marke die Tradition der Glashütter Taucheruhr auf und belebt sie neu. Als Vorbild diente hier ein speziell für Sport- und Kampftaucher entwickelter Zeitmesser aus dem Jahr 1969. Die SeaQ ist in zwei Modellvarianten erhältlich: als SeaQ in einer limitierten und in einer Serienversion sowie als SeaQ Panoramadatum. Alle Modelle sind nach DIN und ISO getestet.

Jahresedition Sixties

Die Sechzigerjahre haben gleich zwei Neuzugänge der Kollektion Glashütte Original Sixties inspiriert: die Sixties und die Sixties Panoramadatum mit Dégradé-Zifferblättern in flammendem Orange aus der hauseigenen Zifferblattmanufaktur. Diese beiden Modelle waren nur für den begrenzten Zeitraum von einem Jahr erhältlich.

Präsenz

Erlebbares Handwerk im Deutschen Uhrenmuseum Glashütte

Um die traditionelle Uhrmacherkunst und die Pflege kostbarer Glashütter Zeitmesser erlebbar zu machen, wurde die Restaurierungswerkstatt von Glashütte Original in einen begehbaren Raum mit historischer Anmutung verwandelt. Die neu gestaltete Werkstatt befindet sich im Deutschen Uhrenmuseum Glashütte, das jährlich mehr als 35.000 Besucher aus aller Welt zählt.

Internationale Filmfestspiele in Berlin

Im achten Jahr der Partnerschaft mit der Berlinale war die Manufaktur zum dritten Mal als Hauptpartnerin dabei und stiftete erneut den *Glashütte Original – Dokumentarfilmpreis*. Der sudanische Filmemacher Suhaib Gasmelbari wurde für seine herausragende Dokumentation über die Geschichte des Kinos seines Heimatlandes ausgezeichnet.

Dresdner Musikfestspiele

Im Rahmen der 16. Verleihung des *Glashütte Original Musikfestspielpreises* wurde der Violinist Joshua Bell aus den USA geehrt. Die Auszeichnung erhielt der Ausnahmekünstler nach seinem Gastspiel in der Dresdner Frauenkirche. Mit dem von zwei Uhrmacherlehrlingen gefertigten und mit 25.000 Euro dotierten Preis wurde Bell für seine Talentförderung und transkulturelle Verständigung geehrt.



J*D
JAQUET DROZ
 SWISS WATCHMAKER SINCE 1738

SOME WATCHES TELL TIME, SOME TELL A STORY

Trends

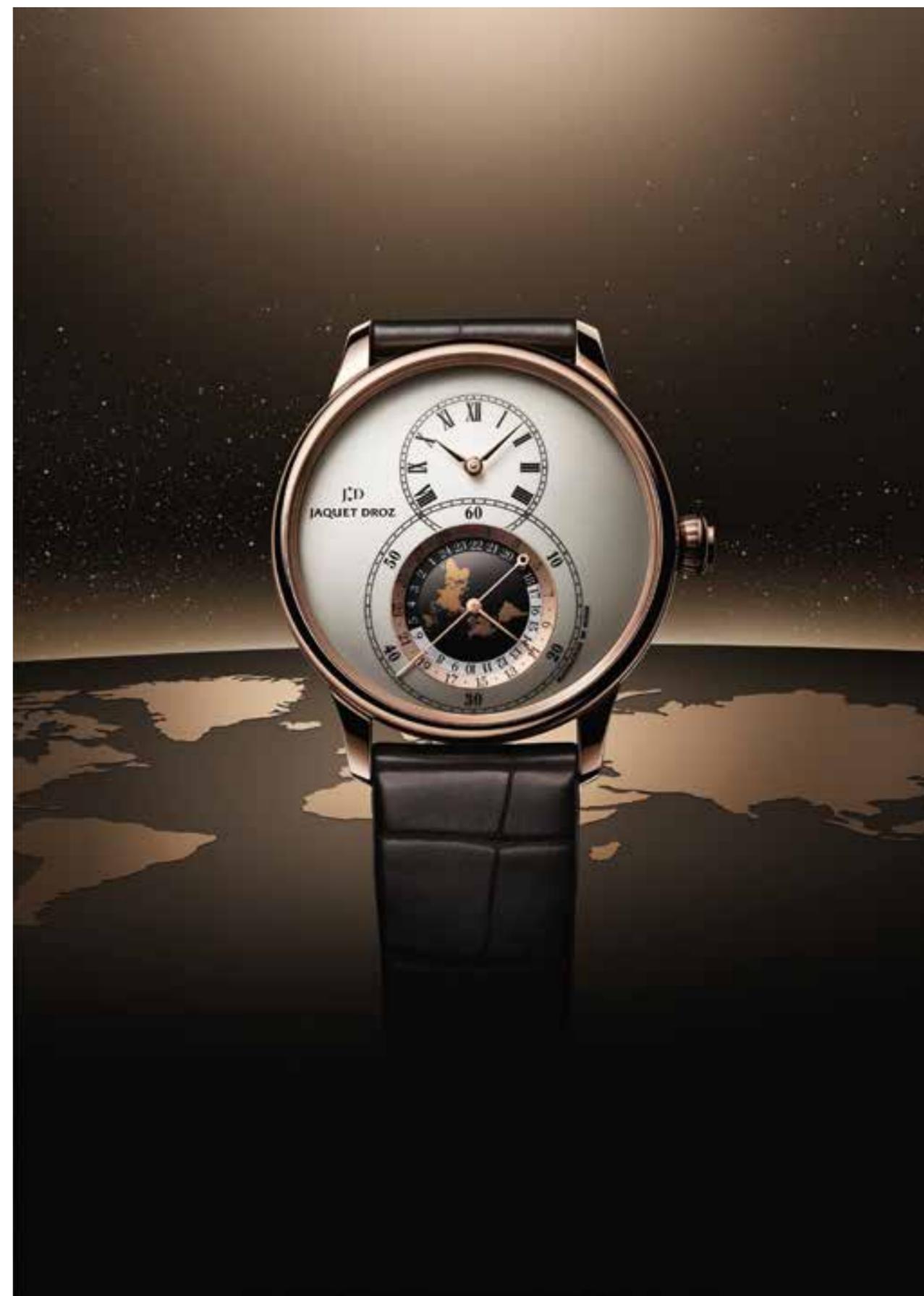
Auch im Jahr 2019 setzte Jaquet Droz ihr exzellentes Savoir-faire für die Entwicklung von Zeitmessern mit einzigartigem Charakter unermüdlich ein. Die unverkennbaren Modelle der Kollektion Grande Seconde, die limitierten Auflagen der Ateliers d'Art oder auch Automatenmodelle sorgten für Begeisterung. Die Erweiterung der Kollektion an Automaten lag für die Marke auf der Hand und nimmt im luxuriösen Magic Lotus Automaten Gestalt an, der von einem Zen-Garten inspiriert ist. Flora und Fauna entfalten sich auf dem Zifferblatt auf wunderbare Weise durch die edlen Handwerkskünste, mit denen auch feinste Details herausgearbeitet wurden. Das als bewegliche Scheibe konstruierte Zifferblatt setzt zwei absolut ausserordentliche Animationen in Szene. Auf der einen Seite vermitteln die Schwanzschläge eines Kois den Eindruck, er bewege sich durch die Wasserströmung, auf der anderen Seite

schwimmt eine ebenfalls animierte Lotusblume. In ihrem Innern offenbart sich ein aussergewöhnliches Schauspiel: In einem unsichtbar ablaufenden Wechselspiel aus Rubin, blauem und gelbem Saphir zielt den Lotus immer wieder ein neuer Edelstein. Diese neue Automatenuhr erforderte vier Patentanmeldungen und verfügt über das raffinierteste Zifferblatt, das Jaquet Droz je realisierte.

Kreation

Grande Seconde Chronograph

Die Chronographenfunktion ist eine der letzten Komplikationen, die die Grande Seconde bislang noch nicht aufwies. Der Monodrücker-Chronograph bereichert die Kollektion Grande Seconde um eine neue Funktion, die in einem exklusiven und im Einklang mit dieser traditionsreichen Komplikation rund um ein Säulenrad





konstruierten Uhrwerk untergebracht ist. Die Siliziumspirale garantiert dessen Unempfindlichkeit gegenüber Magnetfeldern und Temperaturschwankungen.

Grande Seconde Dual Time

Die Grande Seconde Dual Time gibt sich reiselustiger denn je und erfindet sich noch einmal neu. Modern und elegant entwickelt sie ganz behutsam die jahrhundertealte Ästhetik der Grande Seconde weiter und macht sich auf zu neuen Horizonten. Jaquet Droz bietet eine Neuausführung ihrer Reisekomplika­tion, die sich nun in die untere Partie des berühmten Zifferblatts in Form einer «8» einfügt. Das Herzstück bildet eine zweidimensionale Darstellung der Kontinente aus der Sicht des Nordpols.

Grande Seconde Skelet-One Ceramic

Die Grande Seconde Skelet-One Ceramic in schwarzer Keramik fasst ein Zifferblatt mit Schrauben aus gebläutem Edelstahl und Indizes aus Weissgold ein. Das blaue Textilarmband betont ihre moderne, maskuline Identität.

Petite Heure Minute Smalta Clara

Die Petite Heure Minute zeichnet sich durch ihre dezentral angeordnete Zeitanzeige aus und zeugt von der freien Entfaltung der *Ateliers d'Art*. Das Zifferblatt zelebriert die Kunst des *Plique-à-jour*-Emails in zwei Kolibri-Ausführungen von nur je acht Exemplaren.

Tropical Bird Repeater Unique Piece

Diese ausserordentliche Kreation verkörpert die Philosophie des Einzigartigen, die Jaquet Droz so am Herzen liegt, aufs Schönste. Mit der neuen Tropical Bird Repeater liess die Marke den *Ateliers d'Art* und den Uhrmachern absolut freie Hand. Das Ergebnis ist ein neuer animierter Zeitmesser voller Prestige, der das naturalistische Erbe des Hauses in den Mittelpunkt rückt, ohne an zeitgenössischer Kreativität einzubüssen.

Präsenz

Boutique-Eröffnung in Hongkong

Die Marke feierte die Eröffnung ihrer neuen Boutique im luxuriösen Einkaufszentrum Harbour City in der Hongkonger Bucht. Die Boutique präsentiert sich in einem absolut neuartigen Design, das schwarze, beige und graue Farbtöne kombiniert. Sie ist ein bedeutender Treffpunkt für Sammler und Liebhaber der Haute Horlogerie, die nun die Welt von Jaquet Droz in einer ebenso modernen wie eleganten Atmosphäre bewundern können – ganz im Einklang mit den Kreationen des Hauses.

Treasures of Time

Die Geschichte von Jaquet Droz sorgt immer wieder für Begeisterung. Die im Hong Kong Science Museum gezeigte Ausstellung *The Hong Kong Jockey Club Series: Treasures of Time* präsentierte der Öffentlichkeit insbesondere Uhren und Automaten von Jaquet Droz, die direkt aus den Privatsammlungen des Nationalen Palastmuseums der Verbotenen Stadt stammen – eine äusserst seltene Geste dieser Institution, deren Werke von so grosser Bedeutung sind, dass sie so gut wie nie das Gelände verlassen.

Neuer Rekordpreis für eine antike Automatenpendeluhr von Jaquet Droz

Das Auktionshaus Antiquorum versteigerte im Mai eine von Jaquet-Droz & Leschot signierte Originalpendeluhr für eine Summe von CHF 1025000.–. Dieser spektakuläre Verkauf bestätigt den aussergewöhnlich hohen Wert der Kreationen des Hauses.





STRAHLENDE ZUKUNFT DANK GROSSARTIGER VERGANGENHEIT

Trends

Longines ist eine traditionsreiche Marke, die schon immer auf ihrer reichhaltigen Geschichte aufbaute, um Neues zu schaffen. Bei den 2019 präsentierten Neuheiten legte Longines ein besonderes Augenmerk auf die Heritage-Modelle, die das reiche und mit viel Liebe gepflegte Erbe der Marke verkörpern und vermitteln. Longines setzte ausserdem die seit 2015 vertieften Beziehungen mit leidenschaftlichen Sammlern fort und organisierte exklusive Veranstaltungen für einen lebhaften Austausch zwischen Gleichgesinnten. Das *Collectors' Meeting* fand im Berichtsjahr an zwei Tagen in Saint-Imier und Genf statt und versammelte 50 Liebhaber der Marke.

Das Jahr 2019 war für Longines auch ein Jahr der Diversifizierung, die in der Einführung einer Damen- und Herrenkollektion von Korrektur- und Sonnenbrillen umgesetzt wurde. Wie die Uhrenkollektionen verkörpern auch die Brillen das ästhetische und technische Können der Marke, das in ebenso leistungsfähigen wie eleganten Produkten zum Ausdruck kommt. Mit dieser neuen Ausdrucksform kann Longines ihre Werte über die Grenzen der Uhrmacherkunst hinaus neu interpretieren.

Kreation

Conquest Classic

Longines erweiterte ihre Kollektion Conquest Classic um neue Quarzmodelle, die mit der Verbindung von Perlmutter, Diamanten und Rosatönen entschieden weiblich und zeitgemäss auftreten.



The Longines Master Collection

Longines ergänzte die The Longines Master Collection um neue Modelle, deren Mondphasenanzeige von einem Datumsring umrahmt wird, auf dem ein Zeiger den jeweiligen Tag ausweist. Ebenfalls neu in dieser Kollektion sind Modelle mit Jahreskalender. Alle Modelle sind mit neuen, exklusiv für Longines entwickelten Automatikwerken ausgestattet.

Conquest V.H.P.

Die Conquest V.H.P., die sich durch eine höchst innovative Quarztechnologie auszeichnet, öffnete sich der Damenwelt. Diamanten, Perlmutter und Keramik vereinen sich und nehmen in sportlich-eleganten Uhren Gestalt an.

HydroConquest

Longines verlieh ihrer Taucheruhrlinie HydroConquest neuen Glanz mit einem vollständig aus schwarzer Keramik gearbeiteten Modell.

The Longines Heritage Classic

The Longines Heritage Classic ist eine Neuinterpretation eines unverkennbaren Modells aus den Dreissigerjahren, das sich durch sein Sektor-Zifferblatt auszeichnet. Das schlichte Design erinnert ebenfalls an das Originalmodell. Im Innern der Uhr tickt jedoch ein neues Kaliber mit Siliziumspirale, das speziell für die Modellreihe Heritage entworfen wurde.

The Longines Legend Diver Watch

Die Neuinterpretation einer Taucheruhr aus den Sechzigerjahren wurde 2019 um Ausführungen mit 36 Millimetern Durchmesser ergänzt, die getreu dem Original oder in zusätzlichen Farbversionen erhältlich sind.

Präsenz

Boutiquen

Longines baute 2019 ihr Monomarken-Boutiquennetz auf internationaler Ebene weiter aus. Zudem setzte die Marke mit der Aufschaltung neuer E-Commerce-Plattformen in Australien, Deutschland und Italien die Entwicklung ihrer *Online-Shops* fort.





Longines Family

Longines zählt die indische Schauspielerin Aishwarya Rai Bachchan seit 1999 zum Kreis ihrer Botschafter der Eleganz. Die Marke feierte diese lange und fruchtbare Zusammenarbeit im Rahmen einer in Rom organisierten Veranstaltung, an der sie zwei neue Modelle der Kollektion Longines DolceVita, darunter eine auf fünf Exemplare limitierte Auflage, präsentierte.

Am Rande des Pferderennens Prix de Diane Longines trafen sich die berühmten Botschafter der Eleganz Kate Winslet und Simon Baker erstmals, um für Fotos zu posieren und die Kollektion Record in Szene zu setzen.

Die Longines Family begrüßte den aufstrebenden Dressurreiter Sönke Rothenberger und die südafrikanische Schauspielerin, Produzentin und Geschäftsfrau Terry Pheto als neue Mitglieder. Longines erfreute sich auch der Aufnahme der jungen Schweizer Skitalente Mélanie Meillard, Loïc Meillard und Marco Odermatt.

Die Märkte luden ausserdem gezielt Influencer zu den verschiedenen Sportveranstaltungen und markenspezifischen Events ein.

Reitsport

Seit rund 150 Jahren pflegt Longines sehr enge Beziehungen zum Reitsport.

Im Springreiten gastierten die Longines Masters nebst den in New York, Hongkong und Paris ausgetragenen Etappen erstmals in Lausanne. Die Städte New York und Stockholm wurden neu auf die Agenda der hochkarätigen Longines Global Champions Tour aufgenommen. Im Rahmen ihrer langjährigen Partnerschaft mit der FEI erneuerte Longines ergänzend zu den europäischen und chinesischen Springreitserien ihre Zusammenarbeit mit dem Longines FEI Jumping World Cup™ North American League.

Als Toppartner der FEI war die Marke zudem Titelpartnerin, Offizielle Zeitnehmerin und Offizielle Uhr der Longines FEI European Championships 2019, die in Rotterdam die besten Reiter und Pferde Europas im Springreiten, in der Dressur und Para-Dressur vereinten. Longines trat erstmals als Titelpartnerin der Longines FEI Eventing European Championships auf, die in Luhmühlen stattfanden. Den Longines FEI Rising Star Award verlieh die Marke der deutschen Dressurreitern Semmieke Rothenberger.

Longines bekräftigte ihre grosse Leidenschaft im Flachrennen mit der Verlängerung ihrer Partnerschaft mit der New York Racing Association, Inc. und fungiert weiterhin als Offizielle Zeitnehmerin und Offizielle Uhr der Pferderennbahnen Belmont Park und Saratoga. Die Schweizer Uhrenmarke verlängerte auch ihre Zusammenarbeit mit dem Breeders' Cup, einem der grössten Vollblüter-Galopprennen der Welt, und wurde Titelpartnerin des Longines Breeders' Cup Classic. In Zusammenarbeit mit der International Federation of Horseracing Authorities (IFHA) vergab Longines den Preis Longines World's Best Horse Race zum dritten Mal an das Rennen Qatar Prix de l'Arc de Triomphe, den Preis Longines World's Best Racehorse an die berühmte australische Stute Winx und an den britischen Hengst Cracksman, den Longines and IFHA International Award of Merit an den Australier John Messara und den Preis Longines World's Best Jockey an den Italiener Lanfranco Dettori.

Alpiner Skisport

Als Offizielle Zeitnehmerin des alpinen Skiweltcups und der Alpinen Skiweltmeisterschaften des FIS fördert Longines auch die jungen Talente des Wintersports. Am Ende der Saison 2018/2019 übergab die Marke in Soldau den Preis Longines Rising Ski Stars an die Slowenin Meta Hrovat und an den Franzosen Clément Noël. Die Preisverleihung fand im Rahmen der Siegerehrung des Gesamtweltcups im alpinen Skisport der FIS 2018/2019 statt. Die grosse Kristallkugel ging zum dritten Jahr in Folge an die Longines-Botschafterin der Eleganz Mikaela Shiffrin.

Zum ersten Mal wurde das vom Kitzbüheler Ski Club im Rahmen des alpinen FIS-Skiweltcups organisierte Rennen Longines Future Hahnenkamm Champions unter dem Namen von Longines ausgetragen. Dieser Teamevent in zwei Läufen richtet sich an junge Skitalente unter 16 Jahren.

Turnen

Als Partnerin und Offizielle Zeitnehmerin des Internationalen Turnerbundes (FIG) vergab Longines im Jahr 2019 bei den Weltmeisterschaften in Stuttgart und Baku den Longines Prize for Elegance. Mélanie de Jesus dos Santos (Frankreich) und Samuel Mikulak (USA) wurden im Kunstturnen ausgezeichnet. Laura Zeng (USA) überzeugte mit ihrer Leistung in Rhythmischer Gymnastik. Auch die russischen Zwillinge und Botschafterinnen der Eleganz Dina und Arina Averina glänzten in dieser Disziplin mit insgesamt 7 Medaillen, davon 4 Goldmedaillen.

Bogenschiessen

Als Offizielle Partnerin der Weltmeisterschaften im Bogenschiessen überreichte Longines den US-amerikanischen Bogenschützen Alexis Ruiz und Braden Gellenthien den Longines Prize for Precision beim Finale in Moskau.



RADO
SWITZERLAND

DIE ZUKUNFT GESTALTEN

Kreation

Captain Cook

Im Jahr 2017 landete Rado mit einer Neuausführung ihrer Captain Cook aus dem Jahr 1962 einen vollen Erfolg. Im Berichtsjahr erweiterte die Marke die Kollektion und führte neben Modellen in verschiedenen Größen, Farben und mit unterschiedlichen Uhrwerken eine Reihe an Wechselarmbändern für personalisierte Trageoptionen ein. Besonders beliebt bei den Kunden war das 42-Millimeter-Automatikmodell mit grünem Zifferblatt und grüner Hightech-Keramikkünette. Dank des an das Originalmodell von 1962 angelehnten Designs mit Vintage-Details war das Modell in vielen Ländern der Welt mehrfach ausverkauft. Auch das Edelstahlarmband in Reiskorn-Optik gehört zu den ursprünglichen Design-Elementen und lässt sich dank des Easy-Clip-Systems schnell und einfach ohne Werkzeug austauschen. Für einen

Trends

Das Jahr 2019 stand für Rado ganz im Zeichen ihrer Ausrichtung und Konsolidierung. Mit zwei weltweiten Verkaufsschlagern setzte die Marke beim Uhrendesign erneut Maßstäbe und führte als Master der Materialien die Branche beim Einsatz farbiger Hightech-Keramik an.

Mit mehr als 30 Jahren Erfahrung und Know-how im Einsatz von Hightech-Keramik und einem beispiellosen Fokus auf Design erreichte Rado ein neues und breiteres Spektrum an Kunden und Fans. Gleichzeitig stellte die Marke sicher, ihre treue Kundschaft, die Rado zur heutigen globalen Präsenz verhalf, weiterhin anzusprechen.

Während Rado mit ihrer Linie Tradition die Langlebigkeit ihrer Uhren herausstellte, unterstrich sie mit den neuen Modellen der Kollektion True Thinline ihre zukunftsorientierte Ausrichtung.

Rado zeigte sich der Welt erneut als zukunftsweisende Marke und legte das Hauptaugenmerk ihrer Kommunikation auf Design, Tennis, Innovation, Technologie und Materialien. Sie erweiterte ihr bestehendes Corporate- und E-Commerce-Angebot in Deutschland, Grossbritannien und den USA auf Österreich und die Schweiz aus.





sportlichen, vielseitigen Look sind die NATO-Armbänder aus Leder oder Gewebe eine beliebte Option. Die Kollektion wurde weltweit im Mai lanciert und zog sogleich moderne Abenteurer in ihren Bann.

Kollektion True Thinline Les Couleurs™ Le Corbusier

Die Kollektion True Thinline Les Couleurs™ Le Corbusier war 2019 ein echtes Highlight und zeugte als Hommage an die berühmte Farbtheorie von Le Corbusier vom bahnbrechenden Savoir-faire der Marke, ihr legendäres Hightech-Keramik in lebendigen, leuchtenden Farben herzustellen. Die Kollektion umfasst neun Modelle in je einem der Farbtöne aus den neun Farbgruppen, die der weltbekannte Designer und Architekt Le Corbusier 1931 und 1959 entwickelt hat. Die Kollektion bietet somit eine breite Auswahl für alle Farbliebhaber. Hightech-Keramik ist das ultimative Material für farbigen Luxus: Als leichter, kratzester und hypoallergener Farbträger büsst das Material garantiert nichts von seinem Glanz und seiner Lebendigkeit ein und ist perfekt geeignet für die Herstellung hochwertiger Zeitmesser.

Namhafte Design-Partnerschaften

Neben ihrem Fokus auf Farbe als starkes Designelement setzte Rado ihre Verbindung zur Designwelt mit strategischen Kollaborationen fort. Im Berichtsjahr arbeitete die Marke mit namhaften Designern aus diversen Bereichen zusammen, die den Modellen der Kollektion True Thinline – Rados flachster Hightech-Keramikuhr – ihre eigene Note verliehen. Unter Einsatz innovativer Techniken setzte Rado das herausfordernde Design um und kreierte eindrucksvolle Zifferblätter aus typischen Rado-Materialien wie facettiertem Saphirglas. Dabei schuf die Marke eine für diese schlanke Uhr erstaunliche Tiefenoptik. Durch ihre Zusammenarbeit mit Bethan Gray, Inma Bermudez, Ayako Suwa, Evgenia Miro und Flora Miranda erzielte die Marke bei der Präsentation der Uhren an verschiedensten Designanlässen grosse Aufmerksamkeit.

Präsenz

Mit einer Fotokampagne mit Markenbotschafter Hrithik Roshan vor Schweizer Bergkulisse startete Rado stilvoll ins Berichtsjahr. Der Bollywood-Megastar stellte seine Vielseitigkeit in einer Reihe von Aufnahmen unter Beweis, in denen er sogar mit einem Bernhardinerhund posierte. Nach dem Fotoshooting besuchte Hrithik Roshan den Hauptsitz von Rado in Lengnau und versuchte sich als Uhrmacher. Das Berichtsjahr sah für Roshan mit Rado und als Filmdarsteller einen vollen Kalender vor. In seinem neuen Kinofilm, der als Hindi-Blockbuster am Eröffnungswochenende Rekordbesucherzahlen erzielte, trägt Roshan als Actionheld voller Stolz eine HyperChrome Chronograph. Im Herbst warb er bei einer Reihe von Events in Indien für seinen Film und war für seine Fans hautnah erlebbar.

Auch Markenbotschafterin und Filmstar Tang Wei war unterwegs, um ihren neuen Film *The Whistleblower* vorzustellen. Bei ihrem Kino-Comeback trug sie ein neues Modell der Kollektion DiaMaster. Der Film stiess bei Kritikern und Zuschauern auf ein positives Echo. Wie immer sorgte Tang Wei für Glamour auf dem roten Teppich.

Im Tennissport hiess Rado den neuen YoungStar Ugo Humbert willkommen. Der Nachwuchsstar blickt auf ein erfolgreiches Jahr bei der ATP Tour zurück: Er stieg in der Weltrangliste weiter auf und zeigte sein Potenzial, einer der Weltstars der Zukunft zu werden.

YoungStar Ashleigh Barty erzielte im Berichtsjahr ihre bislang grössten Erfolge. Die aktuelle Nummer eins der Weltrangliste gewann im Juni bei den French Open 2019 mit nur 23 Jahren ihren ersten Grand Slam und erhielt bei den WTA Tour Finals am Ende der Saison das höchste Preisgeld, das jemals im Frauentennis ausgezahlt wurde. Rado ist sehr stolz, Ashleigh Barty zur Markenfamilie zählen zu dürfen.

Rado war zudem mit ihren HyperChrome-Eckuhren als offizielle Zeitnehmerin bei verschiedensten Turnieren unermüdlich im Einsatz: von Brisbane im Januar über Mexiko, Stuttgart, den Londoner Queen's Club, Russland und Wien bis hin zu Basel im Oktober.

Im Mai lancierte Rado in Zürich zusammen mit Ehrengast Yulia Peresild ihre Kollektion True Thinline Les Couleurs™ Le Corbusier. Vor der wunderschönen Kulisse des Zürichsees bot das vielseitige Model Yulia Peresild eine Gesangseinlage und führte beim Abendanlass sämtliche Modelle der neuen farbenfrohen Uhren an ihrem Handgelenk vor.

Die Uhren von Rado standen auch im Berichtsjahr im Zeichen des Designs. Die Marke setzte ihre Partnerschaft mit den wichtigsten Designanlässen der Welt fort und ging neue Kollaborationen ein. An Design Weeks in so unterschiedlichen Ländern wie Spanien, Taiwan, Italien, Kanada, Indien, Frankreich, Grossbritannien, den Vereinigten Arabischen Emiraten, der Schweiz und Österreich unterstützte Rado die Einführung ihrer neuesten Produkte mit Sonderausstellungen, unterstrich ihre langjährige Verbindung zur Designwelt und kündigte den *Rado Star Prize* an. Der Wettbewerb fördert junge Nachwuchsdesigner und bietet ihnen eine Plattform, um ihre Arbeiten einer Jury aus Branchenexperten sowie der breiten Öffentlichkeit zu präsentieren.

UNION
GLASHÜTTE/SA.

ZEITGEMÄSS AUS TRADITION

Trends

Das Qualitätssiegel *Made in Germany* wird heute auch bei Armbanduhren sehr geschätzt, und die deutsche Uhrmacherei findet nicht nur im deutschsprachigen Raum zunehmend Beachtung. Union Glashütte hat an dieser Entwicklung teil und konnte davon insbesondere in den Kernmärkten profitieren. Hier gewann die Marke deutliche Marktanteile hinzu und realisierte ein solides organisches Wachstum.

Im neuen Schlüsselmarkt China eröffnete Union Glashütte bis zum Jahresende 28 hochwertige Verkaufspunkte mit eindrucksvollen Shop-in-Shops und Möbelintegrationen. Es wurden bereits interessante Durchverkäufe erzielt, die nicht zuletzt auf die hohe Affinität der chinesischen Uhrenkäufer zur feinen Uhrmacherei zurückzuführen sind. Die Investitionen zahlen sich nicht nur lokal aus, sondern haben auch positive Effekte auf heimische Verkaufsstellen mit hoher Touristenfrequenz.

In der Kundenansprache setzt Union Glashütte verstärkt auf digitale Kommunikation, in deren Zentrum die neu gestaltete Website verankert ist. Mit dem frischen Internetauftritt sowie der modernen Kampagne und Corporate Identity, die beide ein Update erhalten haben, werden auch jüngere Konsumenten auf zeitgemässe Weise erreicht.

Kreation

1893 Johannes Dürstein Edition Mondphase

Der Vollkalender verbindet überlieferte Glashütter Uhrmacherei mit höchsten Ansprüchen an ein modernes Handaufzugswerk und einem eleganten Design. Der Zeitmesser ist in einer



limitierten Version in Roségold oder als Variante in Edelstahl erhältlich. Sein fein dekoriertes Werk mit der typischen Dreiviertelplatine wurde weiterentwickelt und mit einem rückerlosen Reguliersystem sowie mit einer Siliziumspirale ausgestattet.

Belisar Datum Sport

Ein Allrounder mit maritimem Charakter: Mit seinen sportlichen Attributen, darunter eine auffallende Drehlunette aus Saphirglas und ein Automatikwerk mit Siliziumspirale, ist dieser Zeitmesser ein ebenso vielseitiger wie stilvoller Begleiter bei allen Aktivitäten.

Belisar Chronograph

Die beiden neuen Varianten verbinden nostalgischen Charme im Stil automobiler Klassiker mit hochwertigen Details und einem Automatikwerk, das sie als Vertreterinnen einer aktuellen Uhrengeneration ausweist. Kontrastreiche Zifferblätter im Panda-Stil und Nubukarmbänder versprühen zeitgemäßes Vintage-Flair.

Belisar Chronograph Mondphase Limitierte Edition Sachsen Classic 2019

Zum zehnten Mal ging Union Glashütte bei der Sachsen Classic an den Start und präsentierte eine limitierte Edition, die im Nu ausverkauft war. Das raffinierte Design des in zwei Ebenen gearbeiteten Zifferblatts erinnert mit seiner feinen Wabenstruktur an den Kühlergrill nostalgischer Fahrzeuge.

Präsenz

Wein- und Uhrenkultur

Ausgewählte deutsche Verkaufspartner unternahmen einen Spaziergang durch die malerischen Weinberge des Rheingaus und lernten die Kollektionen in Verbindung mit korrespondierenden Weinen kennen. Die informative Tour führte in ein renommiertes Weingut. Ein Sternenmenü rundete den Anlass kulinarisch ab.

Zeitlose Faszination: Uhren und Oldtimer

Auch in diesem Jahr war Union Glashütte Partnerin namhafter Oldtimer-Events. Während es bei den klassischen Oldtimer-Rallies, wie der Paul Pietsch Klassik, der Silvretta Classic oder der Sachsen Classic, neben der Freude am Fahren um die sportliche Herausforderung geht, stehen beim Oldtimer-Wandern, wie der ADAC Deutschland Klassik, Genuss und Laisser-Faire an erster Stelle. Doch egal, welche Veranstaltung: Die Liebe zur Mecha-



nik teilen Auto- und Uhrenliebhaber auf der ganzen Welt. Union Glashütte widmet sich dieser Leidenschaft mit aktivem Engagement und limitierten Sondereditionen, die ganz im Zeichen der automobilen Extraklasse stehen.

Im Gespräch mit den Medien

Sei es bei einer typisch deutschen Brotzeit in Hongkong, bei kleinen, aber feinen Präsentationen in Wien oder bei einem hanseatischen Lunch inmitten von Hamburgs Wasserwegen: Im Rahmen massgeschneiderter Presse-Einladungen erlebten Journalisten und Blogger die Uhren in authentischer Atmosphäre und liessen sich die technischen Details von einem Uhrmacher erklären. Auch chinesische Medien erhielten während einer Interview-Serie mit dem Präsidenten der Marke Informationen aus erster Hand.





OFFIZIELLE ZEITNEHMERIN DER EMOTIONEN

Trends

Auch das Jahr 2019 war für Tissot von zahlreichen internationalen Sportveranstaltungen geprägt. Die teils langjährigen Partnerschaften wurden in verschiedenen Boutiquen der Marke von New York bis Schanghai gefeiert. Im Einklang mit den im Trend liegenden Kundenerlebnissen eröffnete Tissot verschiedene Themenboutiquen wie zur NBA, MotoGP™ oder FIBA Basketball-Weltmeisterschaft und bot ihren Kunden die Gelegenheit, vollkommen in die Werte der Marke einzutauchen.

Kreation

Gold Value at Silver Price

Ganz nach ihrem Motto *Goldqualität zum Silberpreis* präsentierte Tissot zum Jahresanfang das moderne Modell Tissot Gentleman Automatic. Der mit einer Lunette aus massivem Roségold versehene Zeitmesser ist mit seinen klassischen Codes ebenso für geschäftliche Anlässe wie für Freizeitaktivitäten am Wochenende bestimmt. Das Powermatic 80-Automatikwerk mit Silizium-Spiralfeder sorgt für eine Gangreserve von 80 Stunden und bietet hohe Widerstandsfähigkeit gegenüber Magnetfeldern.

Im Zeichen femininer Eleganz

Die im Vorjahr lancierte, mit drei Zeigern versehene Linie PR100 Sport Chic war bei Frauen sehr beliebt. Im Berichtsjahr ergänzte die Schweizer Uhrenmarke die Kollektion um einen noch sportlicheren Chronographen. Mit seinem Perlmutterzifferblatt und den Diamantindizes bleibt die Tissot PR100 Sport Chic Chrono ein sehr feminines Modell.

Tradition im Herzen von Tissot

Getreu ihres Leitsatzes *Innovation durch Tradition* entwickelte Tissot mehrere neue Produkte, wie die auf 1973 Exemplare limitierte Tissot Heritage 1973. Der Zeitmesser ist eine Hommage an das grosse Engagement von Tissot im Automobilrennsport in den Siebzigerjahren. Die Tissot Heritage 1973 ist vom Originalmodell des markanten Chronographen inspiriert, der in den Archiven der Marke aufbewahrt wird. Die Tissot Navigator aus dem Jahr 1973 war ein Herzstück der Partnerschaften zwischen Tissot und dem Automobilrennsport, insbesondere der Formel 1.

Präsenz

Carson Automatic in Schanghai

Im März feierte Tissot die Lancierung der neuen Kollektion Tissot Carson Premium Automatic in Schanghai. Unter dem Thema *It's time to live* kreierte die Marke einen faszinierenden urbanen Raum. Im Beisein der Markenbotschafterin Liu Yifei präsentierte der Präsident von Tissot, François Thiébaud, der Öffentlichkeit die neue Werbekampagne rund um die Kollektion Tissot Carson Premium Automatic.

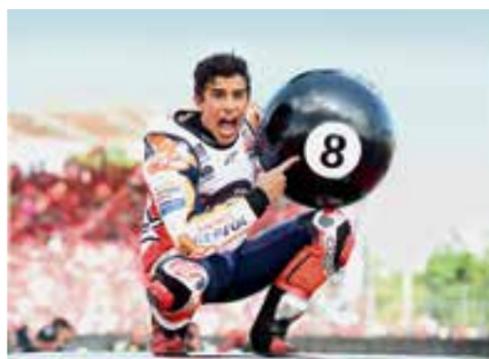
Auf Entdeckungstour in der Schweiz zur Fête des Vignerons

Die Tissot-Botschafter Liu Yifei und Huang Xiaoming verbrachten gesellige Momente in der Schweiz und nahmen an der Medienkonferenz in Le Locle im August 2019 teil. Die Marke organisierte ein Medienevent im Rahmen der Fête des Vignerons mit über 80 Journalisten aus Hongkong und China und kreierte ein Sondermodell zu diesem Anlass. Das ungefähr alle 25 Jahre stattfindende Winzerfest zog die Besucher mit attraktiven Shows und einzigartigen Bühnenbildern in seinen Bann.

FIBA-Weltmeisterschaft

Der langjährige Markenbotschafter Tony Parker teilte bei einem Event im Rahmen des Finales der FIBA-Weltmeisterschaft in Peking mit den anderen Gästen seine Leidenschaft für Basketball. Die grosse Zahl an begeisterten Zuschauern feuerte ihr Lieblingsteam beim Finalspiel 2019 an. Mit einem 20-Punkte-Vorsprung setzte sich Spanien gegen Argentinien durch und holte 13 Jahre nach seinem letzten Sieg den Weltmeistertitel. Tissot-Präsident François Thiébaud überreichte dem «Tissot Most Valuable Player» und den Mitgliedern des «FIBA Team of the Year» als Auszeichnung für ihre Erfolge eine Uhr der Sonderedition Tissot Chrono XL FIBA.





SPORTPARTNERSCHAFTEN

FIBA 3x3-Basketball

Tissot entwickelte sich im Sportbereich weiter und unterstützte mit 3x3-Basketball eine weitere Variante dieses Sports. Bei dem spannenden und aktionsreichen Spiel treten zwei Mannschaften mit je drei Spielern gegeneinander an. Als Hommage an die Symbolkraft des Basketballs für die Streetstyle-Mode kreierte Tissot das Sondermodell Chrono XL 3x3 Street Basketball. Das Design der Uhr ist an die ursprünglich 2017 lancierte Kollektion Tissot Chrono XL angelehnt und greift die Codes dieses faszinierenden Sports auf. Das bedruckte Zifferblatt erinnert an den Drahtzaun, der die städtischen Basketballplätze umrandet. Die Uhr wird mit zwei leicht auswechselbaren Armbändern geliefert: eins mit farbigem Graffiti-Design und eins aus elegantem schwarzen Leder.

Ebenfalls zum Thema Basketball präsentierte Tissot eine Uhr mit einem Armband, das aus demselben Leder wie die offiziellen Spalding-Bälle der berühmten NBA-Liga gefertigt ist. Die im Gehäuseboden sitzende Logo-Medaille aus Mineralglas kann vom Kunden aus den in der Schmuckschatulle mitgelieferten Medaillen aller 30 NBA-Mannschaften ausgewählt und mithilfe eines Werkzeugs in Form eines Basketballs selbst ausgetauscht werden.

Eine Hommage an das Maillot Jaune

Zur Feier des 100-jährigen Jubiläums des Gelben Trikots lancierte Tissot 2019 das Sondermodell Chrono XL Tour de France. Bei der Tour de France, dem wichtigsten Radrennen der Welt, steht die Farbe Gelb für Exzellenz. Am Ende jeder Etappe erhält der Radrennfahrer mit der jeweils besten Gesamtleistung das gelbe Leadertrikot, das er voller Stolz trägt. Es ist daher bei allen Teilnehmenden sehr begehrt, die es so häufig wie möglich tragen möchten. Zu Ehren des 100-jährigen Jubiläums des Maillot Jaune der Tour de France lancierte Tissot einen sportlichen Tri-Compax-Quarz-Chronographen. Die beiden Zähler im leuchtenden Gelb der Tour de France bilden einen stilvollen Kontrast zum schwarzen Zifferblatt. Die Uhr wird mit zwei Lederarmbändern angeboten: ein ganz schwarzes und eins mit den legendären Gelben Trikots des traditionsreichen Radrennens. Das Sondermodell Chrono XL Tour de France ist eine Hommage an die weltbesten Radrennfahrer, die das Gelbe Trikot tragen durften.

EINZELHANDEL

Im Jahr 2009 eröffnete Tissot ihre erste Boutique auf dem Pariser Prachtboulevard Champs-Élysées. Seither setzte die Nummer eins unter den klassischen Schweizer Uhrmachern in Sachen Absatzvolumen ihre hervorragende Expansion fort und eröffnete regelmäßig neue Monomarken-Boutiquen in der ganzen Welt.

Im Berichtsjahr zählte die Schweizer Marke mehr als 360 Markenboutiquen und weihte mehrere innovative Concept Stores ein.

So eröffnete Tissot in New York einen Concept Store zum Thema Basketball.

In Schanghai enthüllte die Marke drei Stores, in denen die Kunden die Schweizer Uhrenmarke in eigens kreierte Themenwelten entdecken können. Die erste Boutique ist dem Basketball gewidmet, die zweite setzt den Schwerpunkt auf die Marke Tissot und Lifestyle und die dritte lässt die Kunden in die einzigartige Welt des Motorsports eintauchen.

Im Herzen von Tokio, im geschichtsträchtigen und zugleich modernen Quartier Daikanyama, entfaltet die Devise von Tissot *Innovation durch Tradition* ihre volle Bedeutung. Die von Schweizer Chalets inspirierte luxuriöse Spezialboutique bietet auf zwei Etagen ein einzigartiges Käuferlebnis in einem einladenden und komfortablen Ambiente.

Tissot verzeichnete 2019 einen ausserordentlich hohen Anstieg des Auftragsvolumens im E-Commerce, sowohl auf der Website der Marke als auch bei den Online-Shops ihrer Einzelhändler und durch die Erschliessung neuer Märkte. Zudem weitete Tissot den Online-Shop ihrer Website auf weitere Länder aus, darunter Kanada, Polen und Russland, womit die Marke mit 15 Ländern nun ihre gesamten Schlüsselmärkte abdeckt.

Tissot unterstützte weiterhin ihr Vertriebsnetz und ermöglichte Reservierungen in den Verkaufsstellen über tissotwatches.com. Ausserdem entwickelte sie für ihre Einzelhändler neue Online-Tools.

Die Marke aus Le Locle ging darüber hinaus starke Partnerschaften mit den weltweit grössten E-Commerce-Plattformen, wie Tmall und JD in China sowie Mynta in Indien, ein.



CALVIN KLEIN

EINFACHHEIT, SINNLICHKEIT, AUTHENTIZITÄT

Trends

Calvin Klein setzte ihre strategische Ausrichtung 2019 mit einer gezielten Kommunikation an die junge Generation fort. Um ihr gebührendes Gewicht zu verleihen und sie angemessen in Szene zu setzen, schoss der Fotograf Lachlan Bailey in Kalifornien die Bilder der neuen Kampagne.

Die Kampagne *NO TIME LIKE THE FIRST* unterstrich die authentischen und unbeschwerten Erfahrungen junger Menschen von heute. Als Hauptelement und universelles Symbol der Freiheit diente dabei die Strasse. Im Fokus standen der Übergang ins Erwachsenenalter und die heftigen Emotionen, die entstehen, wenn man etwas zum ersten Mal im Leben erfährt, wie die erste Liebe oder die erste Spritztour am Steuer.

Mit seinen Bildern, die Cara Taylor (USA), Justin Martin (USA), Kohei Takabatake (Japan), Hyun Ji Shin (Korea) und Roos Van Elk (Niederlande) zeigen, erinnert der Fotograf daran, dass wir unsere ersten Male nie vergessen, egal wie viel Zeit auch vergeht.

Die Kampagne *NO TIME LIKE THE FIRST* illustriert auf warme und äusserst emotionale Weise die starke Sinnlichkeit, die für Calvin Klein typisch ist. Sie ist Teil des Ende 2018 für das junge Publikum eingeführten Programms #MYCALVINS. Das auf den sozialen Medien verbreitete Hashtag #MYCALVINS steigerte die virtuelle Besucheraktivität und verhalf zu einer hervorragenden Sichtbarkeit beim vernetzten Publikum.

Die solide Medienstrategie setzte auf die digitalen Kanäle, insbesondere mit Videoclips und Bildern. Sie erreichte eine umfassende Abdeckung auf den digitalen Plattformen von über 80 Ländern, sorgte aber auch für eine gute Präsenz in den traditionellen Medien.

Kreation

Die Kollektion 2019 präsentierte sich besonders kühn. Mit einer deutlich erkennbaren Markenidentität setzte Calvin Klein ihre neue kreative Ausrichtung fort, blieb dabei jedoch immer praktisch und funktionell.

Die Marke setzte neue Massstäbe mit einer farbigen Modellreihe in einem ausgesprochen grafischen Stil, der das moderne, urbane Leben widerspiegelt. Innovationskraft prägte sowohl das Design als auch das Material.

Zu den Highlights des Berichtsjahres zählt das originelle Modell, das den treffenden Namen Calvin Klein #mycalvins trägt und vom jugendlichen Elan und dem Modetrend *Mix and Match* inspiriert ist. Die Uhr verbindet Eleganz, Energie und individuelle Gestaltung. Die drei zur Uhr gelieferten Armbänder in verschiedenen Farben lassen sich nach Lust und Laune auswechseln. Zwei Plättchen mit der Beschriftung «Love» oder «Calvin Klein» unterstreichen den identitätsstiftenden Charakter der Uhr zusätzlich. Die in drei Ausführungen erhältliche Calvin Klein #mycalvins ist verspielt, anpassbar und erschwinglich – und damit die Uhr der modernen Frau schlechthin.

In einem raffinierten Spiel der Kontraste zeigen sich die Uhrenkollektionen im Retro-Stil, die für die Herren in der Calvin Klein Fraternity und Calvin Klein Squarely und für die Damen in der Calvin Klein Offsite Gestalt annehmen.

Besondere Aufmerksamkeit galt auch der engen Beziehung zwischen Uhr und Schmuck, die sich wie ein roter Faden durch die Kollektion zieht. Calvin Klein Statement und Calvin Klein Wavy sind der perfekte Ausdruck dieses kreativen Ansatzes.





Das unverkennbare Design der Kette Calvin Klein Statement findet sich in der Uhren- und Schmuckreihe in verschiedenen Veredelungen und Abmessungen in einem eleganten, erneuerten Stil wieder. Die Calvin Klein Wavy zeichnet sich durch ein grosszügig dimensioniertes, geschwungenes und dennoch sehr feminines Gliederband aus, das auch als Schmuckarmband erhältlich ist.

Die dynamische und sinnliche Kollektion 2019 steht im Einklang mit der starken und einzigartigen Positionierung der Marke.

Präsenz

Für den ausserordentlich anspruchsvollen asiatischen Markt lud Calvin Klein Medienleute, Influencer und Prominente zu einem exklusiven Event ein.

Die Gäste aus China, Taiwan, Südkorea, Japan, Thailand und Malaysia tauchten im Herzen der aufregenden Stadt Seoul in die einzigartige Erlebniswelt von Calvin Klein ein.

Zum ersten Mal wurde dieses Event gemeinsam mit der Markenmode – Calvin Klein Jeans, Calvin Klein Performance, Calvin Klein Underwear – organisiert, was sich als grosser Erfolg

entpuppte. Nebst der Präsentation ihrer Kollektionen 2019 setzte Calvin Klein ihre vielseitige Marke für die asiatischen *Tastemaker* in Szene und bekräftigte ihre verbindende Botschaft.

Die Kombination einer originellen, auf den amerikanischen Lifestyle fokussierten Produktpräsentation mit musikalischen Darbietungen begeisterte die Gäste.

Nach dem 2018 eingeführten urbanen Konzept wurde das Laufstegdesign für die temporären Retailaktionen der Werbekampagne 2019 angepasst. Ein spielerisches, einladendes Szenario einer typischen amerikanischen Autowaschanlage ermöglichte einzigartige, attraktive Marketingaktivitäten.

Vertrieb

Calvin Klein eröffnete im Berichtsjahr verschiedene Monomarken-Boutiquen in Grosschina und Malaysia.

Ausserdem baute die Marke ihre Online-Präsenz insbesondere in Asien und Europa weiter aus.



BALMAIN
swiss watches

KUNSTHANDWERK UND RAFFINESSE

Kreation

Balmain Flamea II - Eleganz pur

Die Balmain Flamea II ist von einem Kleid von Pierre Balmain mit Arabeskenmotiven inspiriert und vermittelt einen zeitgemässen Blick auf die prachtvolle Ausstrahlung einer Haute-Couture-Modeschau.

Die Zeitmesser sind mit einem Gehäuse aus Edelstahl oder mit Roségold-PVD-Beschichtung sowie in zweifarbigen Varianten erhältlich. Die komplexe Struktur der Metallarmbänder erinnert einerseits an ein filigranes Schmuckstück mit geometrischen Formen, andererseits an ein exotisches Mosaik. Die schwarz oder weiss lackierten Lederarmbänder verleihen dieser Uhr eine ausgesprochen moderne Note.



Balmainia Bijou - im Zeichen moderner Haute Couture

Der unverkennbare mittige Bandanstoss von Balmain rahmt ein perfekt rundes Gehäuse ein, in dessen Lünette die Signatur der Marke eingraviert ist.

Die Uhr mit Edelstahlgehäuse ist auch mit Roségold-PVD-Beschichtung und in zweifarbigen Varianten erhältlich. Die Metallarmbänder knüpfen an die fantasievollen, geometrischen Formen



Trends

Mit dem Ziel der Verstärkung des Markenimages, das Feminität, Stil und Bravour mit Qualität und Swiss Made im mittleren Preissegment paart, reduzierte Balmain 2019 die Anzahl neu präsentierter Modelle.

Die Zeitmesser wurden im April an punktuellen Veranstaltungen in den einzelnen Märkten vorgestellt. Die Kollektionen Balmainia Chrono Lady, Eria Lady Round, Sedirea und Balmainia Bijou eroberten die Damenherzen.

Parallel dazu setzte die Marke ihre Bemühungen fort, um ihren Bekanntheitsgrad zu steigern. Zu diesem Zweck führte sie neue Displays und Möbel ein, die an die Wurzeln der Marke erinnern. Der neue Auftritt, der eine harmonische Brücke zwischen den beiden Welten der *Haute Couture* und der Uhrmacherkunst schlägt, wurde mit Begeisterung aufgenommen.

Dank grosser Bestrebungen in den letzten zwei Jahren blieb der Absatz in allen europäischen Kernmärkten von Balmain sowie im Nahen Osten stabil, was auf ein starkes Wachstumspotenzial hindeutet.



an. Sie sind ein wahrer Blickfang, während die Lederarmbänder mit Alligatormusterung den aktuellen Zeitgeist treffen. Die einfarbigen Zifferblätter in Schwarz, Weiss, Grau oder Nachtblau erbringen den Beweis, dass Schlichtheit und Eleganz einander nicht ausschliessen.

Eria Lady Round - wenn die Fantasie das Meer erobert

Das Motiv der Perlmutterzifferblätter der Kollektion Eria Lady Round ist vom Wellengang der Meere inspiriert. Drei grosse römische Ziffern runden das Erscheinungsbild ab. Das Metallarmband von zwei Modellen ist auf das Gehäuse aus Edelstahl mit oder ohne Roségold-PVD-Beschichtung abgestimmt. Beide Ausführungen werden mit zwei weiteren, gemusterten Kautschukbändern geliefert, die sich einfach auswechseln lassen.

Alle Modelle Eria Lady Round tragen sich ebenso gut zu einem luftigen Pastellkleid wie zu einem Deuxpièces mit geometrischen Linien.

Sedirea - wahrhaftes Juwel der Zeit

Das rund geschwungene Gehäuse und der spezielle dreigliedrige Bandanstoss sind die Schlüsselemente des eleganten Designs der Sedirea. Das gesamte Erscheinungsbild vermittelt Raffinesse mit einem Hauch von Romantik. Jede Sedirea lädt ihre Besitzerin ein, mit dem Glanz aufzutreten, den sie sich wünscht.

Präsenz

Balmain positioniert sich nach wie vor als die unverzichtbare Marke im mittleren Preissegment, die es hervorragend versteht, Uhrmacherkunst, Eleganz, Weiblichkeit und Erschwinglichkeit in Einklang zu bringen.

Im September setzte die Marke ihr neues Display- und Möbelkonzept auf nationaler und internationaler Ebene um. Der neue Auftritt, der im perfekten Einklang mit der Marke steht, fand grossen Anklang und belebte das Markenimage. In verschiedenen Ländern führte Balmain diverse Veranstaltungen und Schulungsprogramme durch, die die Beziehungen zwischen der Marke und ihren Partnern erheblich stärkten. Anfang November lancierte Balmain zur grossen Freude ihrer Fans ihren Auftritt bei Instagram. Schliesslich trugen auch die imagefördernden Massnahmen der Marke zu einer markanten Steigerung ihres Bekanntheitsgrades bei.



INNOVATIV - DAMALS WIE HEUTE

Trends

Im Jahr 2019 feierte Certina ein ganz besonderes Jubiläum: Vor 60 Jahren wurde das DS-Qualitätskonzept lanciert. Seit 1959 strebt die Marke mit diesem Prinzip der Doppelten Sicherheit danach, Zeitmesser zu fertigen, die allen Herausforderungen des Lebens gewachsen sind.

Zum 60. Jubiläum des DS-Konzepts präsentierte Certina eine Uhr, die den zeitlosen Stil von 1959 mit Ansprüchen von heute verknüpft. Die DS-1 Big Date 60th Anniversary präsentiert sich mit dem neuen Powermatic-80-Kaliber mit magnetfeldresistenter Nivachron™-Spirale. Das innovative Material wurde unter Beteiligung der Swatch Group entwickelt, und Certina gehört zu den ersten Marken, bei der diese Technologie zum Einsatz kommt.

Die etablierten Märkte wie Schweiz, Russland, Polen und die nordischen Länder entwickeln sich ausserordentlich stabil. Certina gewinnt auch in Ländern, in denen sie erst seit Kurzem distribuiert ist, zunehmend an Bedeutung und wächst entsprechend stark. Die Vintage-Taucheruhr DS PH200M erregte im vergangenen Jahr erneut grosse Aufmerksamkeit und begeisterte

viele Konsumenten. Der Certina-Botschafter Jeremy Seewer sorgte mit seinem Vizeweltmeister-Titel in der MXGP-Klasse zudem in allen motorradbegeisterten Märkten für Furore.

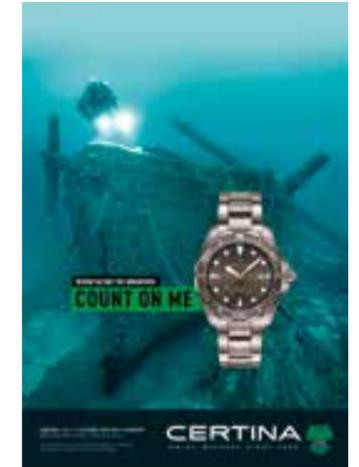
Kreation

DS-1 Big Date 60th Anniversary

Zum 60. Jubiläum des DS-Konzepts lancierte Certina einen Zeitmesser, der Vergangenheit und Gegenwart stilvoll in Einklang bringt. Die DS-1 Big Date 60th Anniversary präsentiert sich mit dunkelgrünem Zifferblatt an einem Milanaise-Edelstahlband – und mit einem automatischen Herzen, das dank seiner innovativen Nivachron™-Spirale Massstäbe in Sachen Antimagnetismus setzt.

DS Action Diver

Die DS Action Diver zeigt sich in ihrer neuen Titanversion gewohnt markant, sportlich und zuverlässig. Mit einem Durchmesser von 43 Millimetern ist sie mit einem verschraubten Boden und



einer verschraubten, geschützten Krone versehen. Der Zeitmesser erfüllt alle Anforderungen der ISO-Norm 6425 für Taucheruhren und ist bis 300 Meter wasserdicht.

DS-1

Das klassisch-zeitlose Modell kommt gleich mit zwei Bändern daher – mit Milanaise-Edelstahlband und mokkabraunem Kalbsleder. Das silberfarbene, gewölbte Zifferblatt und ein Datumsfenster bei 3 Uhr runden das Design der DS-1 Powermatic 80 harmonisch ab.

DS Podium

Mit ihrem anmutigen 29-Millimeter-Gehäuse und dem besonders bequemen Armband ist die DS Podium Lady Automatic auch für das zierliche Damenhandgelenk perfekt geeignet. Beim Kauf dieser Uhr erhält der Kunde zusätzlich ein zweites Armband. Geschliffene Diamanten auf dem Zifferblatt runden das edle Design ab.

Präsenz

Exklusive Premiere der DS-1 Big Date in Hamburg

Am 21. August 2019 feierte die Marke die offizielle Premiere des DS-Jubiläummodells. Medienvertreter aus zehn Ländern erhielten in Hamburg exklusiv die Gelegenheit, alles über das neueste Modell zu erfahren. Mit Alltagsgegenständen wurden die negativen Auswirkungen von Magnetfeldern auf die Ganggenauigkeit

herkömmlicher mechanischer Uhren live demonstriert. Dank der Nivachron™-Technologie liess sich die DS-1 Big Date 60th Anniversary von diesen Magnetfeldern nicht beeindrucken. Das Ambiente stand in Anlehnung an die Herausforderungen des modernen Alltags im Zeichen des Urban Jungle und präsentierte sich in intensivem Grün – perfekt abgestimmt auf das leuchtend grüne Zifferblatt der DS-1 Big Date 60th Anniversary.

Certina Auftaktveranstaltung in Vietnam

Bei einer exklusiven Veranstaltung in Vietnam erhielten verschiedene Retail-Partner und Pressevertreter die Möglichkeit, die Geschichte von Certina, die heutige Positionierung der Marke und ihre Stärken zu entdecken. Im Rahmen eines spektakulären Programms wurde die Marke lanciert, und die Uhren wurden adäquat vorgestellt.

Launch-Event DS Action Diver STC in Schanghai

Die DS Action Diver Sea Turtle Conservancy Special Edition wurde in China offiziell mit einer zweitägigen Veranstaltung in Schanghai lanciert. Händler und Journalisten entdeckten das neue Modell, das zwei Leitmotive der Marke Certina vereint: die aussergewöhnliche Robustheit ihrer Zeitmesser und die Verbindung mit dem Symbol der Schildkröte.



MIDO
SWISS WATCHES SINCE 1918

INSPIRATION AUS DER ARCHITEKTUR, HOHE LEISTUNG UND EXTREME PRÄZISION

Trends

Mit gleich zwei Jubiläen war 2019 für Mido ein ereignisreiches Jahr. Die Marke feierte das 60-jährige Bestehen der Kollektion Commander und den 75. Geburtstag der Kollektion Ocean Star. Zur Feier ihrer 75-jährigen Erfahrung in der Herstellung von Taucheruhren schloss Mido eine Partnerschaft mit der atemberaubenden Wettkampferie im Klippenspringen Red Bull Cliff Diving World Series. Die Frauen erfreuten sich der exklusiv für sie eingeführten Kollektion Rainflower, die von der Architektur inspiriert ist. Die Neuheiten 2019 verkörpern die traditionellen Werte von Mido: zeitloses Design, hochwertige Materialien und technische Innovation.

Kreation

Ocean Star

Die beiden neuen Modelle Ocean Star Tribute sind eine wunderschöne, zeitgenössische Neuinterpretation des in den Sechzigerjahren entwickelten Zeitmessers. Die Gehäusegrösse (40,5 Millimeter Durchmesser), das Saphir-Boxglas und das mehrgliedrige Edelstahlarmband verleihen ihm einen Vintage-Look, auf dem der Erfolg der ursprünglichen Modelle beruht.

Commander

Die Kollektion Commander feierte 2019 ihren 60. Geburtstag. Um dieses Jubiläum gebührend zu begehen, präsentierte Mido vier neue Modelle Big Date, eines davon in einer limitierten Auflage. Die 2018 zum 100-jährigen Jubiläum von Mido eingeführte Modellreihe Big Date zeichnet sich durch ein Grossdatum bei 6 Uhr aus.

Multifort

Die neue Multifort Dual Time ist das erste Modell von Mido, in dem das Kaliber 80 mit GMT-Funktion verbaut wurde. Die breiten Genfer Streifen auf dem Zifferblatt erinnern an die Eisenstruktur der Brücke von Sydney, von deren Architektur die Kollektion Multifort inspiriert ist. Gleich mehrere Elemente der Multifort Patrimony verweisen auf frühere Zeiten und damit auf die Geschichte von Mido. Hinter ihrem Vintage-Look verbirgt sich mit dem Kaliber 80 ein Uhrwerk der neuesten Generation.

Baroncelli

Frei, mutig, elegant und provokativ: Mido verblüffte im Berichtsjahr mit der neuen Modellreihe Baroncelli Wild Stone. Mit ihrem weiss gekörnten Zifferblatt, dessen Mitte mit Aventurin, Tigerauge, Malachit oder Baumachat verziert ist, strahlen die vier brandneuen Modelle eine besondere Intensität aus.

Rainflower

Mido-Begeisterte wurden mit der am 22. November 2018 gestarteten Mitmachkampagne #CreateYourMido dazu eingeladen, ihre Traum-Rainflower zu entwerfen. Während zwei Monaten liessen rund 30000 Fans ihrer Kreativität freien Lauf und kombinierten verschiedene Gehäuse, Zifferblätter, Schmucksteine und Armbänder. Unter den 2418 eingereichten Designs wurden vier Modelle für die im Juli 2019 lancierte Damenkollektion Rainflower ausgewählt. Die von der Architektur des ArtScience Museum in Singapur inspirierte Kollektion mit weichen, runden Linien überzeugt durch ihren feinen, raffinierten Stil.



Präsenz

Zur Feier des 75-jährigen Bestehens ihrer Kollektion Ocean Star schloss Mido eine Partnerschaft mit der Red Bull Cliff Diving World Series, der renommiertesten Wettkampferie im Klippenspringen. Mit der extremen Präzision, hohen Leistung und puren Ästhetik als gemeinsame Nenner bot sich diese Veranstaltung für eine Zusammenarbeit geradezu an. Das grosse Finale der Wettkampferie wurde am 13. und 14. September in Bilbao in Spanien ausgetragen. Die in unmittelbarer Nähe zum Meer gelegene Stadt ist für ihre ausserordentliche Architektur bekannt und eignete sich somit ideal, um das Jubiläum der Kollektion Ocean Star gebührend zu feiern. Den Startschuss zum Event gab die Präsentation der beiden neuen Modelle Ocean Star Tribute. Danach konnten die Gäste die Präzision und Leistung der Klippenspringer bestaunen und gleichzeitig die herrliche Aussicht auf das berühmte Guggenheim-Museum in Bilbao geniessen. Starke Emotionen waren garantiert.

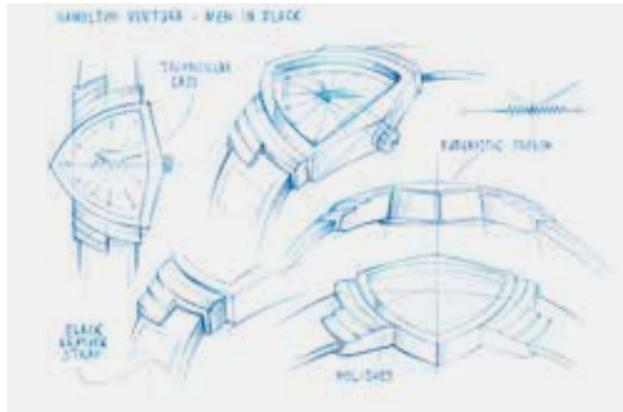
Höchste Präzision wurde auch bei verschiedenen regionalen Veranstaltungen ins Rampenlicht gerückt, insbesondere bei Events in Frankreich und Malaysia zu den mit dem Kaliber 80 Si ausgestatteten Modellen.

Bei Veranstaltungen in Taiwan und Mexiko standen vor allem die Damenmodelle Rainflower, Baroncelli Wild Stone und Baroncelli Lady Day & Night im Zentrum.





IM HERZEN DER KINOWELT



Trends

Während des ganzen Jahres 2019 feierte Hamilton ihre enge Liaison mit der Welt des Kinos – und schuf damit die ideale Grundlage für diverse Events, die Lancierung neuer Produkte und die Würdigung der zahlreichen kreativen Partnerschaften sowie der unzertrennlichen Verbindung der Marke zu Hollywood. Seit 1932 wurden Uhren von Hamilton in über 500 grossen Filmproduktionen gezeigt. Die legendäre Ventura steht für die *Men in Black*-Agenten und die speziell für *Interstellar* gefertigte Hamilton-Uhr spielt eine zentrale Rolle in einem der grössten Filmserien der letzten Jahre. Neben kinofokussierten Lancierungen präsentierte Hamilton neue Produkte ihrer Luftfahrt-Kollektion, eine besondere Kollaboration und spektakuläre Modelle zur Feier bisheriger Errungenschaften, die die Uhrenindustrie für immer veränderten.

Kreation

Khaki Field Murph

Mit der sehnlichst erwarteten Lancierung der Khaki Field Murph zum Jahresbeginn ging für viele Hamilton-Fans ein Traum in Erfüllung. Nach einem zentralen Einführungsereignis in New York war die Uhr schliesslich ab Mai im Handel erhältlich. 2555 glückliche Kunden erhielten ihr Modell in einer Limited-Edition-Box, die Nathan Crowley, der preisgekrönte Produktionsdesigner des Films *Interstellar*, speziell für die Khaki Field Murph kreierte.

Khaki Pilot Schott NYC

Hamilton ging 2019 eine Zusammenarbeit mit dem weltbekannten Lederjackenproduzenten Schott NYC ein. Neben ihrem *American Spirit* verbindet Hamilton und Schott eine lange Geschichte: Beide Unternehmen statteten US-amerikanische Militärpiloten aus und verdanken ihren Ruf hoch funktionalen Pro-

dukten. Die Verbindung der Khaki Pilot von Hamilton mit dem Lederarmband von Schott im handgefertigten Präsentationsbeutel macht die Fliegeruhr bereits jetzt zu einem wahren Sammlerstück.

Khaki Pilot Pioneer Mechanical

Angetrieben von dem bemerkenswerten H-50-Kaliber mit Handaufzug und einer Gangreserve von 80 Stunden ist die Khaki Pilot Pioneer eine Neuauflage der Vintage-Militäruhr, die 1973 für die britische Armee entwickelt wurde. Die Khaki Pilot Pioneer ist eine Militäruhr mit unverwechselbarem Charakter und nimmt in der Geschichte von Hamilton einen prominenten Platz ein.

Chrono-Matic 50

Zur Feier des 50-jährigen Jubiläums der Mitentwicklung des Kalibers 11, des ersten automatischen Chronographenkalibers überhaupt, kreierte Hamilton die Chrono-Matic 50 Limited Edi-



tion. Die Uhr ist vom unverwechselbaren Stil des Originalmodells aus dem Jahr 1972 inspiriert und ein echter Hingucker und ein Highlight für alle Uhrenliebhaber.

Präsenz

Der Kino-Blockbuster des Sommers war definitiv *Men in Black: International*. Im vierten Teil der Science-Fiction-Actionreihe übernimmt Tessa Thompson als Agentin M eine der Hauptrollen und macht sich mit den berühmtesten Alienjäger der Welt für eine neue Mission nach London auf. Die MIB-Agenten legten auch dieses Mal ihre berühmten schwarzen Anzüge, dunklen Sonnenbrillen und Ventura-Uhren von Hamilton an und liessen sich mit den fiesesten Schurken des Universums messen. Hamilton unterstützte den Kinostart mit einer umfassenden Marketing-, Social-Media- und Visual-Merchandising-Kampagne.

Im November startete die zweite Staffel der äusserst populären Video-on-Demand-Serie *Tom Clancy's Jack Ryan*. John Krasinski übernimmt erneut die Titelrolle des Agenten und trägt eine vollkommen schwarze Khaki Field Auto Chrono. Mit dieser hochkarätigen Partnerschaft sensibilisierte Hamilton ein völlig neues Publikum für ihre Werte *American Spirit* und *Swiss Precision*.

Mit ihrem Engagement für die Luftfahrt nahm Hamilton auch im Berichtsjahr wieder eine Spitzenposition im Segment der professionellen Fliegeruhren ein. Der Flugakrobat Dario Costa schrieb Geschichte, als er die majestätischen Dünen von Swakopmund in Namibia als erster Pilot in niedriger Höhe überflog. Das Filmprojekt *Dreams of Flight* des herausragenden Regisseurs Jacob Sutton vereint die Leidenschaft der Marke sowohl für die Luftfahrt als auch für die Welt des Films und faszinierte Fans und Follower von Hamilton rund um die Welt.



flik flak

ZEIT BEWEGT DIE WELT!

Trends

Flik Flak bringt nach wie vor ungeschlagen Kindern rund um den Globus das Lesen der Uhrzeit bei. Mit fantastischen neuen Produkten und tollen Events sorgte die Marke für ein lehrreiches und fröhliches Jahr 2019.

Kreation

Die pädagogische App *Die Uhr lesen mit Flik & Flak* stand im Berichtsjahr in zehn Sprachen zum Download bereit. Das neue Design der App sowie die Möglichkeit, zu mehreren zu spielen und ein Bonus-Level zu erreichen, wurden von Kindern und Erwachsenen weltweit mit Bestnoten bewertet. Pünktlich zum Schulbeginn lancierte die Marke ihre Kollektion *Going to School* und sorgte für stilvolles Lernen. Weitere Kollektionen standen im Zeichen der spannenden Themen Kreativität, Inseln im Ozean, mystische Wälder und Raumfahrt.

Präsenz

Veranstaltungen in verschiedenen Ländern bescherten den Teilnehmenden fröhliche und unvergessliche Stunden. Die Kollektion *Ticking Island* diente als Quelle der Inspiration: In Mexiko und Australien liessen bloggende Mamis und ihre Kinder ihrer Kreativität und Spielfreude freien Lauf. Für Urlaubsstimmung sorgten themenbezogene tropische Gerichte und Getränke. Die Happy-Hour-Aktionen stiessen auf grosses Echo. Auch die Türkei und Polen wurden vom Exotikfieber angesteckt. In diesen Ländern fanden erfolgreiche Influencer-Events statt, die Aktivitäten

rund um das Lesen der Uhr geschickt mit der Zubereitung von Smoothies und Keksen verknüpften. Dabei entstanden unzählige der beliebten Instagram Stories. An einer Sommerveranstaltung in München bedruckten die Kinder von Bloggern und Influencern im Rahmen eines Workshops T-Shirts und Taschen und bereiteten sich so auf das Ferienende und den Schulbeginn vor.

In London und Tokio stand im Berichtsjahr mit den Kollektionen *Mystical Woods* und *Futuristic* die Fantasie im Mittelpunkt. Influencer aus zehn europäischen Ländern bereiteten an einer Weihnachtsparty im September digitale Kommunikationsmaterialien für die festliche Jahreszeit vor. In Tokio synchronisierten junge Gäste ihre neuen Uhren mit der Flik-Flak-App und liessen sich Bio-Brainfood schmecken. In Taiwan ging es ebenfalls technologieaffin zu: Die Zeit-Lern-App war neben einem Fotoautomaten für Selbstporträts mit Gitarre und Mikrophon ein voller Erfolg.



TOURBILLON
BOUTIQUE

EXKLUSIV UND PERSÖNLICH

Wie jedes Jahr präsentierte Tourbillon auch im Berichtsjahr in ihren Boutiquen an mittlerweile dreizehn exklusiven Adressen in den Vereinigten Staaten, Europa und Russland einige der attraktivsten Marken der Swatch Group. Das Jahr 2019 war geprägt von hochkarätigen Events, dem Verkauf einzigartiger Zeitmesser und einem wachsenden Verhältnis zu den Kunden.

Events

Tourbillon lud die Kunden ein, zwei der prestigeträchtigsten europäischen Sportereignisse des Jahres 2019 mitzuerleben: das klassische 24-Stunden-Rennen von Spa-Francorchamps im Rahmen der Blancpain Endurance Series in Belgien und die Omega European Masters in Crans-Montana, wo erstklassiges Golf geboten wurde.

VIP-Kunden entdeckten bei Besuchen der Manufakturen der Prestigemarken Breguet, Blancpain und Jaquet Droz und des Omega-Museums die kunstvolle Welt der Haute Horlogerie.

Einzelne Boutiquen veranstalteten Spezialevents wie die Präsentation der Blancpain-Kollektion *Fifty Fathoms* in San Francisco, eine Cocktailparty anlässlich der Omega Speedmaster in Lugano oder die Neujahrsfeier von Jaquet Droz in Moskau. In Montreux sponserte Tourbillon die *Nuit de l'Hôtellerie*, die jedes Jahr von den Hotels der Region organisiert wird. Die Kinder von Kunden freuten sich über eine Einladung zum beliebten Anlass *Meet Santa Claus* in Lausanne, an dem der Samichlaus die jungen Gäste in einer festlich geschmückten Tourbillon-Boutique willkommen hiess.

Verkauf aussergewöhnlicher Uhrenmodelle

Wie jedes Jahr machten Tourbillon-Boutiquen auch 2019 mit dem Verkauf einiger besonders bemerkenswerter Zeitmesser von sich reden. Zu den Uhren, die ihre neuen Besitzer rundum begeisterten, gehörten eine Breguet Tourbillon aus Platin, eine Blancpain Villeret mit traditionellem chinesischem Kalender und eine massgefertigte Jaquet Droz mit Minutenrepetition.

Optimierung des Einkaufserlebnisses

Im Jahr 2019 konzentrierte sich Tourbillon darauf, jedem einzelnen Kunden ein professionelles und persönliches Einkaufserlebnis zu bieten. Zu diesem Zweck setzte das Unternehmen auf die höchsten Standards der Uhrenpräsentation und stellte zugleich eine individuelle Beziehung zu jedem Uhrenliebhaber her. Dabei unterstrich Tourbillon stets die Einmaligkeit und Unverwechselbarkeit der einzelnen Marken.





EIN AUSGEWOGENES JAHR

Hour Passion setzte 2019 ihre globale Expansionsstrategie fort: Die Boutiquenkette bot legendäre Uhrenmarken an, hob deren Qualität, emotionale Kraft und Kreativität hervor und stellte einen Empfang sicher, der auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten ist.

Die auf den Vertrieb von Uhren und Schmuck vom Einstiegs- bis Premiumsegment der Swatch Group spezialisierte Boutiquenkette wurde weiter ausgebaut: Ende 2019 zählte Hour Passion 55 Boutiquen in 21 Ländern in Europa, Asien und Nordamerika.

Im französischen Flughafen Paris-Orly eröffnete Hour Passion zwei neue Verkaufspunkte im Rahmen des von den Pariser Flughäfen umgesetzten Modernisierungsprojekts. Die eine Boutique befindet sich in Halle 1, die andere in Halle 3 des brandneuen Verbindungsgebäudes, das im Frühling in Betrieb genommen wurde. Ergänzt wurden diese neuen Verkaufspunkte durch ein Swatch-Angebot im Terminal 2 des Flughafens Paris-CDG mit zwei neuen Boutiquen in Halle M und im Dock F1.

Hour Passion eröffnete zudem neue Boutiquen in vier feinen Outlet Villages: Wnukowo (Moskau), Citygate (Hongkong), Central Village (Bangkok) und Las Vegas North Premium Outlet (Las Vegas).

Die Multimarken-Boutiquenkette blieb damit ihrer Leitlinie treu, eine geografisch ausgewogene Entwicklung sicherzustellen.

Ausserdem konzentrierte sich Hour Passion auf wirkungsvolle Produkte, die Angebotsoptimierung, Kommunikation und digitale Aktivierung, um die Attraktivität führender Schweizer Marken in ihrem Segment zu stärken und Anreize für die Konsumenten zu bieten, damit sie die Verkaufspunkte aufsuchen.

Die Qualitätsbestrebungen, die in der Überarbeitung des Boutiquenangebots, der angewandten operativen Leitung und der Umsetzung gezielter Schulungsprogramme für das Verkaufspersonal zum Ausdruck kamen, werden auch 2020 im Vordergrund stehen.



斯沃琪和平飯店藝術中心
THE SWATCH ART PEACE HOTEL

SWATCH ART PEACE HOTEL

Das Swatch Art Peace Hotel in Schanghai beging 2019 seinen achten Geburtstag – eine Glückszahl, die in China sehr positiv besetzt ist.

Zur Feier des Tages veranstaltete die Künstlerresidenz einen unvergesslichen Tag der offenen Ateliers, an dem die anwesenden Künstler Gäste und Freunde willkommen hiessen und das Swatch Art Peace Hotel in den dynamischsten und modernsten Kunstort Schanghais verwandelten. Die Künstlergruppe Passepartout Duo bot eine Sondervorstellung und inspirierte mit den Berichten über ihr Projekt und ihre Zugfahrt von Europa nach Schanghai.

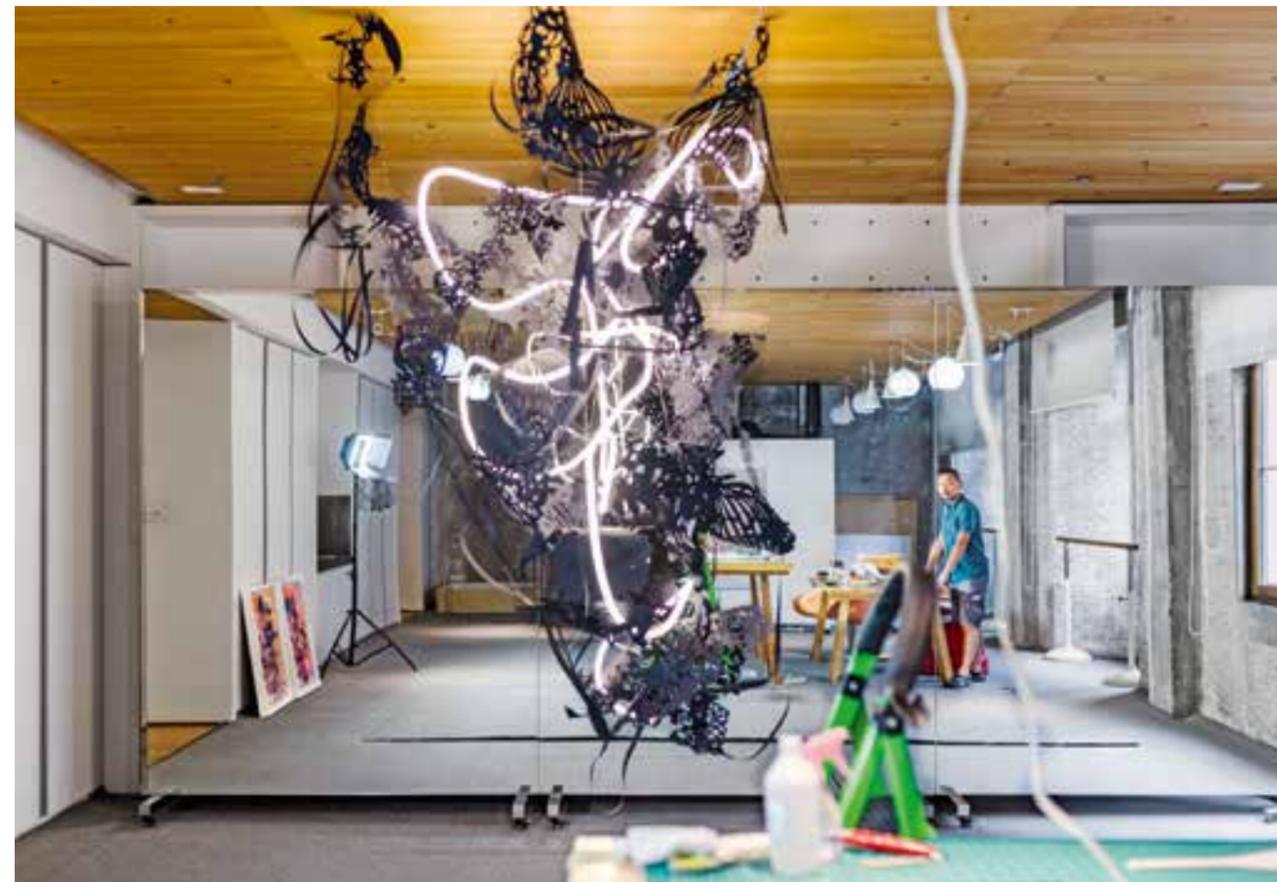
Ausserdem lancierte die Künstlerresidenz auf ihrer Website die virtuelle Ausstellung *Swatch Art Connections*. Dort sind alle Artists in Residence, die in den vergangenen acht Jahren mit Swatch zusammengearbeitet haben, unter einem virtuellen Dach vereint. Die Galerie steckt voller Inspirationen, Fantasie, positiver Energie und einzigartiger Kunstwerke, die von diversen Swatch Art

Specials über Multimediaprojekte bis hin zu Ausstellungen reichen. Sie bietet einen unerwarteten Blick auf die Arbeiten der Künstler und unterstreicht zugleich das unermüdliche Engagement von Swatch für die Kunst. Auch einige hochkarätige Kunsteinrichtungen wie die Peggy Guggenheim Collection und das Rijksmuseum präsentierten die virtuelle Ausstellung auf ihren Websites.

Im Berichtsjahr lancierte Swatch das elegante Sondermodell Swatch Art Peace Hotel Timeless Landscape mit dem faszinierenden Design des ehemaligen chinesischen Artists in Residence Han Feng.

Das Swatch Art Peace Hotel war seit 2015 bereits zum dritten Mal mit dem Programm *Swatch Faces* eine der Hauptattraktionen der Biennale von Venedig, die von Mai bis November stattfand.

Über 600.000 Besucher konnten die Kunstwerke von vier ehemaligen Gästen der Künstlerresidenz im faszinierenden und magischen Ambiente des Arsenale bewundern. Die Ausstellung





bot die beeindruckende Multimediainstallation der amerikanischen Künstlerin Tracey Snelling, die Kalligrafie-Stickereien der Chinesin Jessie Yingying Gong, das Polyptychon des spanischen Künstlers Santiago Aleman mit seinen einzigartigen Farben und Texturen sowie die Installation der Südkoreanerin Dorothy M Yoon mit einem Mix aus westlichen und fernöstlichen Symbolen, die einen wahrhaft magischen Moment schuf. Durch namentlich gekennzeichnete Porträtfotos an der Rückwand des Pavillons waren an der Ausstellung ausserdem alle ehemaligen Künstler des Swatch Art Peace Hotels vertreten.

Im Rahmen des kürzlich eingeführten Programms für eine erweiterte Kommunikation über das Swatch Art Peace Hotel und seine einzigartige, beispiellose Rolle innerhalb der internationalen Kunst- und Kreativszene stellten die vier Künstler der Biennale ihre Arbeiten auch am frisch eingeweihten Swatch-Hauptsitz in Biel vor und teilten ihre Erfahrungen aus Schanghai mit den Gästen.



Als zunehmend wichtiges Aushängeschild für die Vision und die Leidenschaft der Swatch Group für die Künste als eine Form des freien, sinnhaften und positiv provokativen Ausdrucks erhielt das Swatch Art Peace Hotel viele Besuchsanfragen. Die Künstlerresidenz organisierte im Berichtsjahr einige hochkarätige Veranstaltungen wie Pressekonferenzen und Gesprächsrunden.

Zudem wurden einige Änderungen am Swatch Art Peace Hotel vorgenommen. Aufgrund des grösseren Engagements im Musikbereich wurde ein schallisoliertes Musikstudio eingerichtet, das ideale Bedingungen für Komponisten und Musikproben bietet.

Im Berichtsjahr beherbergte das Swatch Art Peace Hotel 40 Künstler und seit seiner Eröffnung 366 Gäste aus 51 Ländern. Wirklich beeindruckend.



CITÉ DU TEMPS

CITÉ DU TEMPS

Die Cité du Temps ist ein ganz besonderer Ort, an dem sich alles um das Thema «Zeit» dreht. Unter einem Dach vereinen sich hier der verspielte, fröhliche Stil der Marke Swatch und der luxuriöse Charakter von Omega zu einem Ausstellungsort, der seinen Besuchern mit dem Omega Museum und PLANET SWATCH die Möglichkeit bietet, zwei verschiedene Welten der Uhrmacherkunst kennenzulernen.

PLANET SWATCH

Gleich gegenüber dem neuen Hauptsitz von Swatch in Biel heisst PLANET SWATCH in der kürzlich errichteten Cité du Temps seine Besucher aus aller Welt willkommen. PLANET SWATCH ist viel mehr als ein Museum: Jeder Gast hat die Möglichkeit, sich anhand unterschiedlich farbiger Routen ganz nach seinen individuellen Interessen durch die Ausstellung zu bewegen, die Geschichte der berühmten Armbanduhr zu erforschen und die drei wichtigsten Säulen der Marke zu erleben: Lifestyle, Kunst und Sport. Über 6000 Swatch-Designs, die auf interaktiven Förderbändern präsentiert werden, nehmen die Besucher mit auf eine vergnügliche Reise durch die Zeit. Dank der verschiedenen Bereiche können die Besucher ganz persönlich mit Swatch in Beziehung treten: Wer sich für Kreativität begeistert, ist im speziellen Kunst-Areal gut aufgehoben, die Aktiven können sich bei interaktiven Sport-Games austoben und den Neugierigen bieten Bildschirme mit unvergesslichen Werbeanzeigen und den denkwürdigsten Spots einen frischen Blick auf die Geschichte der Marke. PLANET SWATCH: ein Himmelskörper mit vielen Trabanten!

Seit den frühen Achtzigerjahren kreierte Swatch eine erstaunliche Zahl und Bandbreite an Uhren. Neben Produktkollektionen, Prototypen, technischen Zeichnungen und Originalen präsentiert PLANET SWATCH auch spezielle Verpackungsdesigns und technische Innovationen und unterstreicht so die kreative Vorreiterrolle von Swatch. Die Ausstellung erzählt die sagenhafte Geschichte der revolutionärsten, erfindungsreichsten, inspirierendsten und spannendsten Schweizer Uhrenmarke überhaupt.

Innovativ, transparent, überraschend, unterhaltsam, künstlerisch, farbenfroh, aufsehenerregend – alle Aspekte, die in der DNA von Swatch fest verankert sind, finden bei PLANET SWATCH ihren Raum zur Entfaltung. Zu den faszinierendsten Exponaten zählen diverse Swatch Art Specials, die von bildenden Künstlern, Fotografen, Malern, Musikern und anderen Kreativen geschaffen wurden. Auch der Swatch Club und Flik Flak finden besondere Beachtung. Darüber hinaus können die Besucher auf der innovativen Plattform Swatch X You ihre persönliche Swatch gestalten. Die Kunden wählen aus diversen künstlerischen Vorlagen und kreieren so ihre individuelle Swatch.

Der Eintritt zu PLANET SWATCH ist frei. So haben sowohl Swatch-Fans mit wenig Zeit als auch Enthusiasten, denen der Tag im Museum nicht lang genug sein kann, jede Möglichkeit, die Welt von Swatch nach Belieben zu erkunden.





Das Omega Museum

Als das Omega Museum gegründet wurde, war es das erste Museum weltweit, das ausschliesslich einer einzigen Schweizer Uhrenmarke gewidmet war. Das Museum hütete die einmalige Geschichte von Omega und beherbergte einige der berühmtesten Uhren der Marke – bis ins Jahr 2019, als die Zeit reif war für einen Umzug. Das neue Omega Museum in der Cité du Temps vermittelt die spannende Entwicklung der internationalen Uhrenmanufaktur durch immersive Filme, faszinierende Exponate und interaktive Installationen.

Der Weg ins Museum führt die Besucher über eine riesige begehbare Weltkarte, auf der die exakte Uhrzeit an zahlreichen Orten rund um den Globus digital angezeigt wird. Bevor es weitergeht, treten die Gäste eine Reise in die Vergangenheit an: In einer 360°-Videopräsentation wird das Streben der Menschheit nach Präzision sichtbar gemacht, von den frühesten Uhren bis hin zu den modernsten Uhrwerken der heutigen Zeit.

Omegas eigene Geschichte entfaltet sich auf besonders passende Weise – ein 50 Meter langes Edeldahlarmband eröffnet mit 64 Fenstern Einblicke in die einzigartigen Schätze der Marke.

Wer schon einmal mit dem Olympioniken in sich liebäugelte, kann seine Fähigkeiten auf einer neun Meter langen Laufstrecke testen. Die Zielbildkamera von Omega erfasst den entscheidenden Moment an der Ziellinie und gibt zum Lohn ein gedrucktes Erinnerungsfoto aus. Gleichzeitig erfahren die Gäste Interessantes über die Geschichte der Marke als offizielle Zeitnehmerin der Olympischen Spiele.

Nächster Halt: der Mond! Hier sind die Besucher eingeladen, ihrer Vorstellungskraft Flügel zu verleihen und den Weltraum zu erkunden. Auf einem Stück Mondoberfläche inklusive Mondrover wird die faszinierende Reise von Omega ins All anhand von Filmen, Fotos, NASA-Technologien und zahlreichen historisch bedeutsamen Exponaten der legendären Speedmaster Moonwatch lebendig.

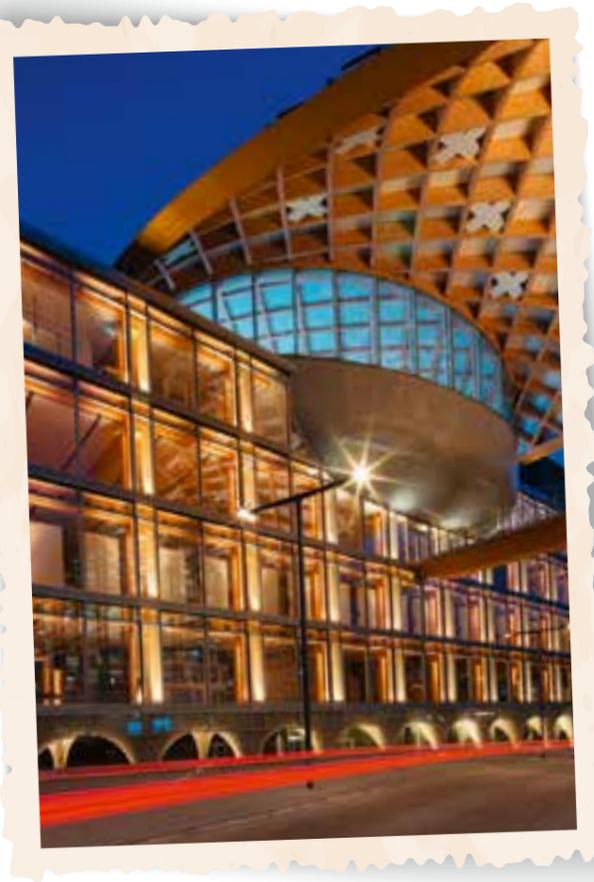
Wer die Speedmaster noch genauer in Augenschein nehmen möchte, kann sich in eine begehbare Version der Uhr begeben. Auf einer Kinoleinwand im Inneren des riesigen Zeitmessers enthüllt ein Animationsfilm die Geheimnisse der berühmten Co-Axial-Hemmung.

In einem anderen Ausstellungsbereich können die Besucher jene Uhren ausspionieren, die der berühmteste Geheimagent der Welt auf seinen Missionen getragen hat. Eine vollständige Sammlung aller James-Bond-Uhren seit 1995 zeigt, wie sich der Stil und die geheimen Waffen von 007 im Lauf der Zeit verändert haben.

Die Ausstellung *Her Time* würdigt die über 100-jährige Geschichte der Damenuhren von Omega und zeigt deren Entwicklung von den frühen Taschenuhren der Kollektion Lépine über die Ladymatic bis hin zu den aussergewöhnlichen Schmuckuhren der Marke.

Neben den ständigen Ausstellungen finden im Omega Museum kontinuierlich Sonderschauen der jüngsten Errungenschaften der Marke statt, sodass es stets Neues zu entdecken gibt.

.....



PRODUCTION

UHREN / SCHMUCK





ETA MANUFACTURE HORLOGÈRE SUISSE

1/2/3

Trotz eines wirtschaftlich und politisch anspruchsvollen Umfeldes stellte ETA Manufacture Horlogère Suisse 2019 ihre aussergewöhnliche Widerstandskraft erneut unter Beweis.

Ihre sowohl auf operativer wie auch auf Entwicklungsebene hohe Leistung lässt sich auf den agilen und kollektiven Ansatz zurückführen. Um das Anpassungsvermögen auf einem hohen Niveau zu halten, erneuerte das Unternehmen zur Jahresmitte seine Organisationsstruktur. Die neue Geschäftsleitung profitiert von einem hohen Wissens- und Erfahrungszuwachs, um die renommierte Produktqualität und die effiziente Leistungserbringung auch in Zukunft zu garantieren. Infolge dieser Anpassungen verfügt ETA über eine starke Führung, die den aktuellen Herausforderungen gewachsen ist.

Bei den mechanischen Uhrwerken erfuhr das legendäre Uhrwerk Moonwatch von Omega entsprechende Abänderungen, um die Kriterien der Master-Chronometer-Zertifizierung zu erfüllen. Das Kaliber ETA A90.A02/Omega 3861 wurde unter anderem mit einer Co-Axial-Hemmung und einer Silizium-Spiralfeder ausgestattet, die ihm hervorragende Gangeigenschaften und eine hohe Widerstandsfähigkeit gegenüber Magnetfeldern verleihen. Die Überarbeitung des Uhrwerks zur Erfüllung der zurzeit höchsten Zertifizierung ohne eine Änderung seiner Ästhetik war eine Herausforderung, die jedoch pünktlich zum 50. Jahrestag der ersten Schritte des Menschen auf dem Mond gemeistert wurde. Ebenfalls für Omega realisierte ETA ein erstes Uhrwerk aus Titan für die Seamaster Aqua Terra «Ultra Light». Das Uhrwerk, dessen Werkplatte und Brücken aus einer leichten und widerstandsfähigen Gamma-Titan-Legierung gefertigt sind, konnte dank einer akribischen Anpassung von Maschinen, Werkzeugen

und Schnittgeschwindigkeiten ausgeliefert werden (ETA A16.A02/Omega 8928). Zur Ergänzung der Uhrenlinie Master Collection von Longines realisierte ETA ein exklusives mechanisches Uhrwerk mit automatischem Aufzug, Datum und Mondphase bei 6 Uhr (ETA A31.L91/Longines 899). Der Einbau in einigen Uhrwerken der neuen Spiralfeder aus Nivachron™, einer gegenüber Magnetfeldern unempfindlichen Legierung, verlieh den Marken im unteren und mittleren Preissegment Zugang zu Uhrwerken, die dem Magnetismus widerstehen. So wurde auch die Certina DS-1 Big Date Powermatic 80 Special Edition (ETA C07.651) mit dieser neuen Swiss-Made-Spiralfeder versehen, um das 60-jährige Jubiläum des DS-Konzepts zu feiern.

Nicht nur für mechanische Uhrwerke, sondern auch für Quarzwerke sind die Anforderungen der Kunden hoch und die Entwicklungen von ETA bahnbrechend. Davon zeugt beispielsweise die Einführung des neuartigen Uhrwerks NTC NeoTroniC, das fortan in sieben Modellen von Rado verbaut wird (Rado Coupole Classic Chronograph/ETA E57.251). Das progressive Ersetzen von älteren Kalibern (ETA 955/956) durch solche mit speziellen Technologien wie HeavyDrive und PreciDrive erlaubte es den Marken, ihre Kollektionen kompakter zu gestalten. Innovation stand somit auch im Berichtsjahr im Zentrum von ETA.

In der limitierten Auflage der Flymagic von Swatch, der allerersten mit einer Spiralfeder aus Nivachron™ ausgestatteten Uhr, stellte ETA ihre hohe Innovationskraft bei einem bestehenden Kaliber unter Beweis. Die Flymagic verbindet eine bahnbrechende Ästhetik mit einem revolutionären Innenleben in der Form eines umgekehrt platzierten Uhrwerks Sistem51. Sein neu angeordnetes Räderwerk bewirkt ein einzigartiges Aussehen, das von einem gegen den Uhrzeigersinn drehenden Sekundenrad geprägt ist. Die neue, in sechs Modellen eingeführte Swatch Big Bold wieder-



um stellte besondere Anforderungen an die Produktion. Sie erforderte Anpassungen bei den Montagelinien, um dem Design und der Grösse der neuen Ausstattungsteile gerecht zu werden.

Mit dem Ziel, die Kundenzufriedenheit laufend zu steigern, arbeitete die Abteilung Product & Communication Kundenschulungen zum komplexen Thema des Magnetismus aus. Im Customer Training Center in Grenchen können die Kunden ihr Wissen zu den verschiedenen Innovationen für eine höhere Widerstandsfähigkeit gegen Magnetfelder und somit für die Leistungssteigerung der ETA-Uhrwerke erweitern.

Im Berichtsjahr konzentrierte sich ETA auch auf die Bewahrung ihres Know-hows. Von den 70 Lernenden, die 2019 ihren Lehrabschluss machten, wurden rund 70% angestellt, um weiterhin zu den Entwicklungen von morgen beizutragen.

MECO

4/5/6

Im Jahr 2019 widmete sich Mecco unter anderem der Einführung neuer Konstruktionsstandards, um die Dichtigkeit seiner in neuen und existierenden Produkten verbauten Komponenten sicherzustellen. Dieses umfangreiche Projekt wurde für die Marken der Swatch Group mit Erfolg durchgeführt.

Das Berichtsjahr war aber auch von einer umfassenden Neuorganisation der logistischen Abläufe geprägt. Die Produktionskapazitäten wurden an die Kundenbestellungen angepasst und Lieferverzögerungen reduziert. Zur Bedarfsglättung und Produktionsflussoptimierung klärte Mecco in der zweiten Jahreshälfte den voraussichtlichen Bedarf der Marken ab, um ihren Bestellungen vorzugreifen. Das Unternehmen verfügt somit in Zukunft über zahlreiche Steuerungsindikatoren.



Micromechanics und Mecco unterstehen neu einer gemeinsamen Leitung. Durch das Teilen von technischen, logistischen und qualitätsrelevanten Informationen arbeiten die beiden Unternehmen noch enger zusammen, um alle Marken der Swatch Group mit hochwertigen Produkten zu beliefern.

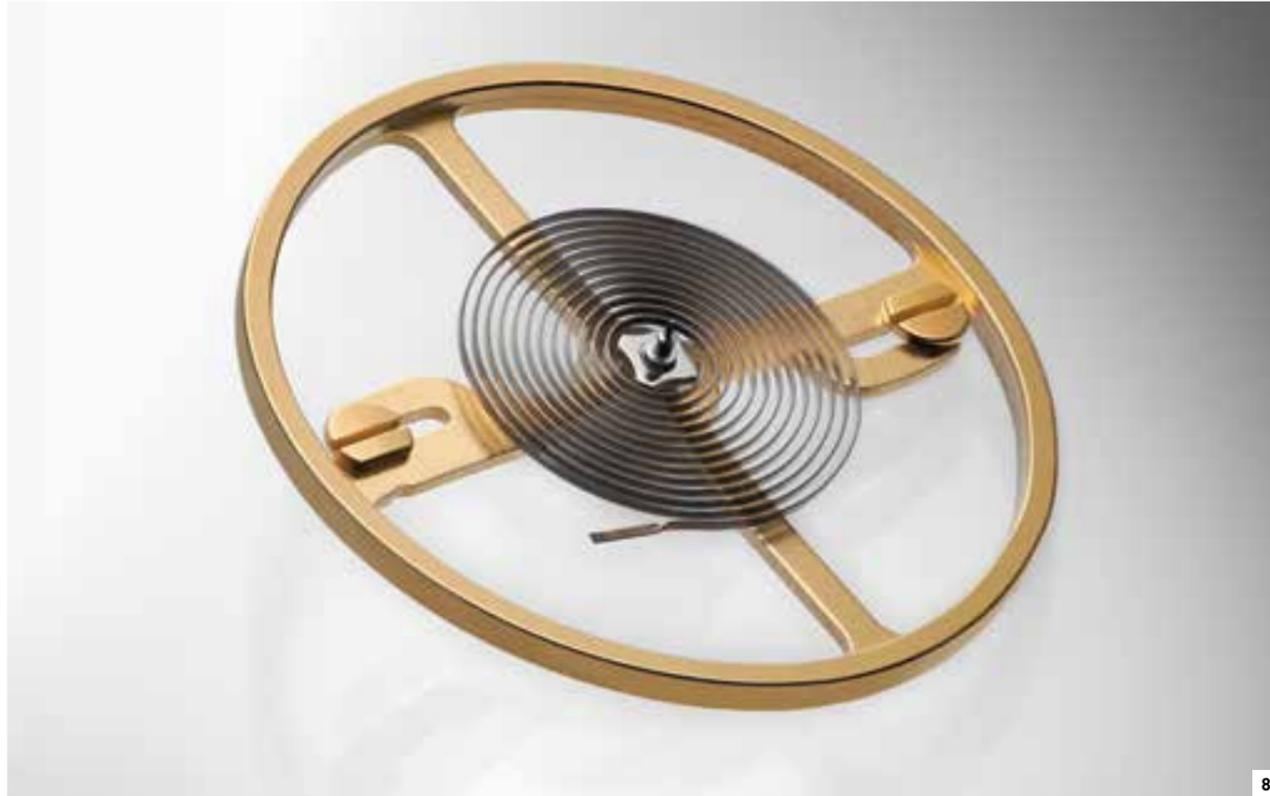
Im Hinblick auf die von der Swatch Group angestrebte Reduzierung der Durchlaufzeiten leitete Mecco – nebst der Bedarfsabklärung bei den Marken – die Integration neuer Fertigungsverfahren an den beiden Produktionsstandorten ein.

CHH MICROTECHNIQUE

7

Wie Ende 2018 angekündigt, nahm CHH Microtechnique nach Erhalt der Baubewilligung im April 2019 den Bau ihres neuen Gebäudes in Angriff. Der zeitgemässe und funktionelle Neubau mit topmoderner Infrastruktur wird alle sechs Produktionsstandorte unter einem Dach vereinen. Ziel ist es, mit einer Produktionsfläche von rund 12000 Quadratmetern sowie neuen Produktionslinien die Tätigkeiten von CHH Microtechnique zu optimieren, den Produktionsfluss zu vereinfachen, die Produktivität zu steigern und agiler auf die Kundenbedürfnisse zu reagieren. Der Umzug in die neuen Räumlichkeiten ist für Ende 2020 bzw. Anfang 2021 vorgesehen.

Vor diesem Hintergrund setzte das Unternehmen 2019 seine umfassende Umstrukturierung weiter fort und stärkte insbesondere die Koordination zwischen der Produktion und den unterstützenden Abteilungen.



8

Die Einrichtung einer für CHH Microtechnique ganz neuartigen Produktlinie sowie die Mitentwicklung von Hightech-Produkten stellten weitere Highlights im Jahr 2019 dar. Sie stehen im perfekten Einklang mit der Strategie des Unternehmens, das als Partner der Marken sein Know-how bei der Entwicklung von Uhrwerkskomponenten einbringt und innovativ ausschöpft.

Regelmässige Investitionen in die Erneuerung und Erweiterung des Maschinenparks tragen ebenfalls zum Ausbau der technischen und Produktionskapazitäten von CHH Microtechnique bei. Konkret zeigten sich diese Investitionen im Ersetzen eines grossen Teils des Drehautomatenparks, einer Drahterodiermaschine, verschiedener Ausrüstungen für die Oberflächenbearbeitung sowie von Pressen, aber auch in der Erneuerung von Laborausrüstungen für metallurgische Analysen und im Erwerb einer neuen automatisierten Reinigungsanlage.

NIVAROX-FAR

8/9

Seit einigen Jahren entwickelt Nivarox-FAR Materialien für die Swatch Group für einen präziseren Gang der Uhrwerke und eine höhere Ästhetik der mechanischen Swiss-Made-Uhren. Dabei richtet sich Nivarox-FAR stets nach den neuesten Vorschriften sowie Umwelt- und Gesundheitsschutznormen.

Vor diesem Hintergrund und angesichts des zunehmend magnetisierten Umfelds der modernen Gesellschaft verstärkte das Unternehmen 2019 seine Anstrengungen in der Entwicklung verschiedener amagnetischer Werkstoffe. Solche Materialien verbessern die Gangeigenschaften der Uhrwerke. Einerseits ermöglicht die DRIE-Technologie für Silizium das Plasma-Tiefenätzen

von Spiralfedern und Hemmungsteilen. Andererseits lassen sich dank der UV-LIGA-Technologie Mikroteile durch Materialabscheidung herstellen, insbesondere Komponenten für Hemmungen, die – wie die Co-Axial-Hemmung – mit Stössen arbeiten. Diese Hightech-Verfahren gewährleisten eine beispiellose Formfreiheit und bergen ein enormes Entwicklungspotenzial. Sogenannte Hemmungen ohne Zapfenlager sind Realität geworden und dürften in den nächsten Jahren die Funktion mechanischer Uhrwerke erheblich verbessern. Im Jahr 2019 wurden zudem für verschiedene Marken der Swatch Group amagnetische Spiralfedern aus der Titanlegierung Nivachron™ entwickelt. Sie sind bereits in zehntausenden Uhrwerken verbaut und die Tendenz für 2020 ist steigend. Parallel dazu führten verschiedene Nivagauss-Entwicklungen zur Herstellung von amagnetischen Drehzapfen (Unruhwellen, Ankerwellen und Trieben). Diese Komponenten werden für die Konstruktion von Uhren benötigt, die gegenüber Magnetfeldern von 15000 Gauss unempfindlich sind. Ihren vollen Ausdruck fanden die Neuentwicklungen in der Realisierung des Uhrwerks Master Co-Axial von Omega.

Nivarox-FAR setzte im Berichtsjahr seine Bestrebungen in der Entwicklung von blei- und berylliumfreien Materialien fort. Die Forschungsarbeiten zu amagnetischen Materialien in Verbindung mit dem Verzicht auf Blei und Beryllium führte zu neuen Materialstudien, um den gestellten Anforderungen zu entsprechen. Diese Arbeiten werden 2020 fortgeführt mit der Entwicklung von Werkstoffen, die sowohl die Umwelt wie auch die Gesundheit schützen.

Die Labors von Nivarox-FAR entwickelten 2019 neue Edelmetalle wie das glänzend gelbe Moonshine™-Gold für Omega, aus dem Ausstattungsteile für die limitierte Auflage zum 50. Jahrestag der Mondlandung der Apollo-11-Mission gefertigt wurden.



9

Ausserdem entwickelte das Unternehmen für Omega das neue Sedna™-Roségold, das auch für andere Konzernmarken im oberen Preissegment verarbeitet wird.

Für die Entwicklung der neuen und künftigen Werkstoffe tätigte Nivarox-FAR hohe Investitionen in den Ausbau und in die Verstärkung seiner Labors, vor allem auch durch die Rekrutierung mehrerer Ingenieure der Eidgenössischen Technischen Hochschule Lausanne.

Die vor drei Jahren eingeführte strenge Abfallverwertung und -trennung trug ihre Früchte, denn Nivarox-FAR konnte 2019 seine Ökobilanz weiter verbessern. Gleichzeitig setzte das Unternehmen in Zusammenarbeit mit Belenos seine Bestrebungen zur Reduzierung seines CO₂-Ausstosses fort. Zur Erreichung der diesbezüglich für 2019 gesetzten Ziele wurden am Standort in Fontaines (NE) über drei Millionen Schweizer Franken in das Klima- und Lüftungsmanagement investiert.

Wie üblich förderte Nivarox-FAR auch im Berichtsjahr die Ausbildung. So schlossen alle neun Lernenden in insgesamt sieben verschiedenen Berufen ihre Ausbildung ab (EFZ/Matura), was das Unternehmen in seinem langfristigen Engagement bestätigt.

COMADUR

10/11

Bei Comadur stand das Jahr 2019 im Zeichen der Fortsetzung der auf allen Produktionslinien getätigten Investitionen.

Im Berichtsjahr stieg die Nachfrage nach Keramiklunetten so stark an, dass das Unternehmen einen neuen Produktionsstandort in Boncourt einrichtete, um seine Produktionskapazität zu steigern. Parallel dazu wurden die Kapazitäten für das Elektro-



10



11

formverfahren erweitert, das für die Herstellung von Keramiklunetten mit Ceragold® eingesetzt wird. Die technische Abteilung und die F&E-Abteilung konzentrierten sich ausserdem auf die Entwicklung und die Industrialisierung zahlreicher neuer Keramikfarben, die in den Modellen True Thinline Les Couleurs™ Le Corbusier von Rado ihren Ausdruck fanden. Für diese neue Kollektion wurden acht von insgesamt neun Farben neu entwickelt. Auch Omega wartete mit neuen Keramikfarben auf: Orange und Bordeaux prägten die Modelle Planet Ocean und die unverkennbare Speedmaster, die speziell zum 50-jährigen Jubiläum der Apollo-11-Mission entwickelt wurde.

Im Rahmen der Investitionsstrategie für die Fertigung von Swiss-Made-Saphirgläsern nahm Comadur mehrere Projekte in Angriff, darunter den Erwerb neuer Ausrüstungen für die Entspiegelung mit Plasmatechnologie. Zur Reduzierung der Durchlaufzeiten setzte der Betrieb die Vertikalisierung seiner Saphirglasproduktion fort und verlegte seine Tätigkeiten von Les Brenets an den Standort «Chevrolet». Dort werden neu kleine und mittelgrosse Serien hochwertiger Gläser für die Prestige- und Luxusmarken gefertigt.

Bei den Mikrokomponenten wurden diverse Investitionen getätigt, insbesondere in neue Hightech-Ausrüstungen für die Herstellung von innovativen Produkten komplexer Form, die mit den herkömmlichen Herstellungsverfahren nicht realisiert werden können.



12



13

RUBATTEL ET WEYERMANN

12/13

Im Januar 2019 übernahm Rubattel et Weyermann einen neuen Produktionsbetrieb in Grenchen. Damit festigte das Unternehmen seine Position als erste Adresse für die Zifferblattherstellung der verschiedenen Marken der Swatch Group. Dank der Übernahme konnten spezifische Kapazitäten zur Verfügung gestellt werden, um den individuellen Kundenbedürfnissen gerecht zu werden.

Ein besonderes Augenmerk legte Rubattel et Weyermann auf einen Entwicklungsprozess. Dabei konzentrierte sich der Betrieb im Berichtsjahr insbesondere auf die Effizienz, Agilität und Innovation in der Auftragsabwicklung. Dank der Verbindung des Know-hows der Mitarbeitenden mit neuen Technologien und integrierter Automatisierung konnten innovative Produkte entwickelt und hergestellt werden. Die Organisationsstruktur erfuhr ausserdem Kompetenzerweiterungen mit der Einbindung neuer Tätigkeiten wie das Belegen mit Leuchtmasse, für das erhebliche Investitionen in die Mitarbeiterschulung unerlässlich waren.

Einen bedeutenden Beitrag zur Erreichung der gesetzten Ziele leistete auch das Supply-Chain-Management. Unterstützt wurde die erfolgreiche industrielle Tätigkeit von Rubattel et Weyermann nicht zuletzt durch verstärkte Beziehungen zu Partnern und Lieferanten, die mit einer besseren Kommunikation der Unternehmensaktivitäten und -anforderungen einhergingen.



14

MOM LE PRÉLET

14

Im Berichtsjahr setzte MOM Le Prélet seine Geschäftsstrategie vollständig um. Das nun gänzlich auf die Prestigemarken der Swatch Group ausgerichtete Unternehmen entwickelte und realisierte Zifferblätter, die den höchsten Qualitätsansprüchen genügen. Im Rahmen dieses Entwicklungsprozesses erwarb MOM Le Prélet neue polyvalente Fertigungsanlagen, unter anderem fünfachsige Bearbeitungszentren. Dank dieser kompakten, äusserst flexiblen Maschinen mit Hochleistungsspindeln verfügt MOM Le Prélet über effiziente Produktionsmittel, um anspruchsvollste Komponenten zu fertigen. Gleichzeitig konnte damit der Nachbearbeitungsaufwand drastisch reduziert werden, was wiederum die Durchlaufzeiten verringerte.

Auch die traditionellen Tätigkeiten und Verfahren, auf denen der Erfolg von MOM Le Prélet aufbaut, wurden 2019 weiterentwickelt. Der Betrieb richtete eine Emaillierabteilung für Auf- und Unterglasurfarben ein, um seine eigenen Farben zu produzieren und anzubieten. Alle diese Bestrebungen hatten möglichst direkte Wege, mehr Transparenz, ein optimales Prozessmanagement und zusätzliche Wertschöpfung im eigenen Haus zum Ziel. Damit blieb das Unternehmen auch 2019 seinen Grundwerten treu: Innovation, Anpassung und Vorgehen der Kundenwünsche.



15



16

UNIVERSO

15/16/17

Für Universo war das Jahr 2019 von zahlreichen Veränderungen geprägt, die sich in erster Linie in der Ausweitung der Kompetenzen, aber auch in der Optimierung des Produktionsmanagements zeigten.

Trotz eines im Vergleich zum konjunkturstarke Vorjahr rückläufigen Bestellvolumens konnte sich Universo der schwankenden Nachfrage optimal anpassen. Zu diesem Zweck wurde auf Verkaufs- und Logistikebene eine Supply Chain eingerichtet und der Fertigungsablauf optimiert.

Gleichzeitig verstärkte das Unternehmen seine Qualitätssicherung und gestaltete die Eingangskontrolle der Ware ihrer Lieferanten strenger, um eine optimale Produktion zu gewährleisten. Auch die Weiterbildung des Personals trug massgeblich dazu bei, die Effizienz weiter zu steigern und den anspruchsvollen Kundenanforderungen gerecht zu werden.

Das Jahr 2019 war zudem von der Erneuerung der Geschäftsleitung geprägt. Diese Veränderung bot unter anderem Gelegenheit, verschiedene Unternehmensbereiche neu zu organisieren, um neue Synergien zu nutzen.

Das 110-jährige Jubiläum von Universo geht auch als Jahr der Ausweitung der traditionellen Kompetenzen in die Unternehmensgeschichte ein. Die neu eingeführte Herstellung von Hesalitgläsern erfordert ein spezifisches Know-how, um das Potenzial solcher Gläser – geringe Spiegelung, UV-undurchlässig, splitterfreier Bruch – voll auszuschöpfen. Von diesen hervorragenden Eigenschaften profitierte nicht zuletzt auch die NASA, als sie die berühmte Moonwatch von Omega bereits auf ihren ersten Raumfahrtmissionen mitnahm.



17



18

MANUFACTURE RUEDIN

18

Damit das Unternehmen auch in Zukunft die quantitativen und qualitativen Anforderungen seiner Kunden erfüllen kann, musste es seine Organisationsstruktur optimieren. Aus diesem Grund verstärkte Manufacture Ruedin die Zusammenarbeit mit ETA in Boncourt, wo eine brandneue Fläche von insgesamt 5000 Quadratmetern gemietet wurde. So konnten die Abteilungen für Bearbeitungszentren und Drehautomaten im Sommer unter einem Dach vereint werden.

Auch 2019 unterstützte das jurassische Unternehmen die Marken der Swatch Group in der Konzeption neuer Produkte. Für Omega leistete Manufacture Ruedin umfangreiche Unterstützung für die Einführung der Speedmaster Apollo 11 und der Seamaster Diver 300M James Bond Limited Edition. Für Longines konzentrierte sich Manufacture Ruedin auf drei Modellreihen: auf Conquest mit der Entwicklung der 29,5- und 34-Millimeter-Durchmesser, auf Flagship mit der Realisierung des 40-Millimeter-Durchmessers und auf Spirit mit neuen 40- und 42-Millimeter-Modellen sowie einem 42-Millimeter-Chronographen. Für Rado standen Farbvarianten für die Kollektion Centrix im Vordergrund.

Besondere Anstrengungen unternahm das Unternehmen zudem, um seinen CO₂-Fussabdruck erheblich zu reduzieren. Die verschiedenen Massnahmen zielen auf den eingeschränkten Gebrauch von bzw. vollständigen Verzicht auf Plastikbecher und -löffel sowie die Reduzierung von Schneidölen ab.

LASCOR



19



20

LASCOR

19/20

Das Produktionsunternehmen festigte 2019 seine Rolle als Hersteller von Stahlarmbändern für die Premium-Marken der Swatch Group. Als Dienstleister für die Swatch Group reagierte Lascor mit grosser Flexibilität auf die Marktanforderungen der Marken.

Im Berichtsjahr steigerte das Unternehmen seine Qualitätsstandards deutlich dank der umsichtigen und umfassenden Selbstkontrolle durch die Produktionsmitarbeiter, die damit die direkte Verantwortung für die Qualität der erzeugten Produkte übernehmen. Die sichtbarsten Resultate dieser Qualitätsbestrebungen zeigten sich in der Reduzierung der Lieferverzögerungen um über 90% im Vergleich zum Vorjahr sowie einem starken Anstieg der Servicequalität.

Der im Jahr 2017 neu eröffnete Produktionsstandort in Casorate Sempione nahm 2019 seinen vollen Betrieb auf. Er ist zuständig für die Fertigung von Halberzeugnissen und Komponenten, die am Standort Sesto Calende fertiggestellt und zum vollständigen Armband montiert werden. Dank der höheren Qualitätsstandards und Produktionsvolumen der Walz- und Drahtziehanlage konnten regelmässig hochwertige Draht- und Walzprodukte aus Stahl abgesetzt werden.

In ökologischer Hinsicht erzielte das Unternehmen bedeutende Fortschritte dank der getätigten Investitionen in die Behandlung industrieller Abwässer. Zudem setzte es die seit einigen Jahren eingeführte Verbesserung der Sicherheitsindikatoren für die Mitarbeitenden fort.

SIMON & MEMBREZ

HABILLAGE HORLOGER HAUT-DE-GAMME



21



22

SIMON ET MEMBREZ

21/22

Simon Et Membrez blickt auf ein Rekordjahr zurück, obschon sich per Jahresende eine Verlangsamung der Märkte abzeichnete.

Bei der Produktion und Lieferung von Gehäusen, Armbändern und Schliessen für das Luxus- und Prestigesegment setzte das Unternehmen den seit 2018 anhaltenden Aufwärtstrend fort und verzeichnete im Berichtsjahr erneut ein starkes Wachstum.

Dank der bedeutenden, von der Swatch Group gestützten Investitionen, der hervorragenden Kooperation und Unterstützung der Konzernmarken, der fruchtbaren Beziehungen mit anderen Produktionsbetrieben des Konzerns, aber auch der von der neuen Geschäftsleitung ausgehenden Dynamik und des grossen Einsatzes der Mitarbeitenden entfaltete Simon Et Membrez das hohe Potenzial des Unternehmens in Sachen Know-how, Qualität und Professionalität innerhalb der Swatch Group.

Der Weg ist noch weit und die Möglichkeiten und Weiterentwicklungen sind zahlreich. Doch das Unternehmen und seine Mitarbeitenden sind zuversichtlich, im ständigen Streben nach höchster Kompetenz die innovationstechnischen, kulturellen und politischen Herausforderungen im Jahr 2020 erfolgreich anzunehmen.

NOVI SA



23



24

NOVI

23/24

Mit dem Ziel, im Montagebereich weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben und die kontinuierlichen Verbesserungsprozesse voranzutreiben, stärkte Novi 2019 seine Organisationsstruktur. Die neu geschaffenen Abteilungen Logistik, AVOR und Qualität unterstützten die Produktion bereits im Berichtsjahr erheblich und trugen gleichzeitig zur Prozessoptimierung bei.

Das Unternehmen überzeugte erneut durch seine bekannte Flexibilität und die Erfüllung der individuellen Qualitätskriterien seiner Kunden. Das bewältigte Volumen der Uhrenfertigung (T2) bewegte sich im gleichen Rahmen wie im Vorjahr, wobei sich der Produktmix mehr in Richtung komplexe Produkte verlagerte. Um die Qualitätskontrolle der Uhrenköpfe zu zentralisieren und dem Personal eine optimale Arbeitsumgebung zu bieten, richtete Novi zudem einen ganz der Endkontrolle gewidmeten Bereich ein.

Novi blickt mit motivierten Mitarbeitenden und kundenorientierten Abläufen in die Zukunft und freut sich auf neue Herausforderungen.

SWATCH GROUP

THE SWATCH GROUP ASSEMBLY SA



25



26

SWATCH GROUP ASSEMBLY

25/26

Wettbewerbsfähigkeit und Innovation sind die treibenden Kräfte von Swatch Group Assembly, um neue Herausforderungen zu meistern.

Im Anschluss an eine Studie zum Produktionsfluss stellte der in Genestrerio ansässige Betrieb 2019 seine verschiedenen nach Marken aufgeteilten Abteilungen um und nahm im April den Betrieb im neuen Gebäude in der Nachbargemeinde Stabio auf. Der neue Standort widmet sich der Armbandmontage, der Verpackung und den Logistkendiensten. Der ebenfalls dort eingerichtete Uhrwerk-Lagerdienst für Tissot ebnete den Weg für neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit und damit die wettbewerbsfähige Diversifizierung des Betriebes.

Die Einhaltung der hohen Qualitätsstandards und die enge Zusammenarbeit mit Longines brachten Swatch Group Assembly dazu, das Lean-Management einzuführen und damit die definitive Umstellung von der Montage in Linien zur Montage in dedizierten Bereichen zu vollziehen. Die hervorragenden Ergebnisse der ersten Probeläufe und der Durchlaufzeiten begünstigen die Durchführung von Machbarkeitsstudien in anderen Abteilungen des Tessiner Betriebes.

Swatch Group Assembly festigte seine Marktposition und seinen geografischen Standort. Auf der einen Seite förderte das Unternehmen den Ressourcen- und Wissenstransfer mit den anderen Konzerngesellschaften, auf der anderen Seite kam es seiner Rolle als erstrangiger wirtschaftlicher Akteur nach und bekräftigte seine Geschäftsbeziehungen mit den Institutionen und dem Gemeinwesen vor Ort.

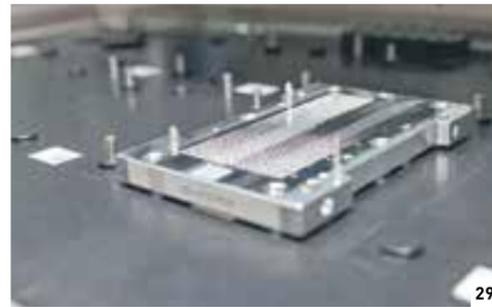
DYB



27



28



29

DRESS YOUR BODY (DYB)

27/28/29

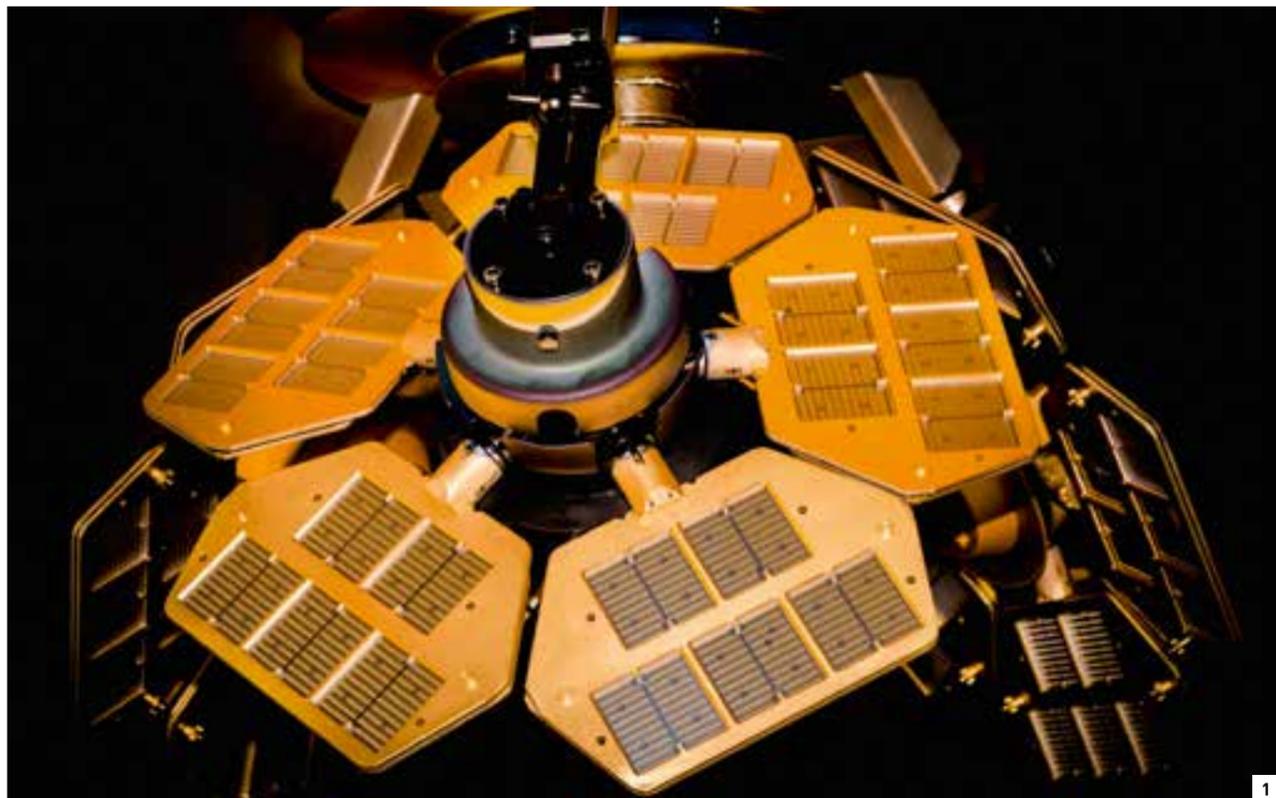
Vom Wachs ausschmelzen über das Goldschmieden, Anglieren, Gravieren, Feuermaillieren und Edelsteinfassen bis hin zum Polieren, Rhodinieren und zur Montage blieb Dress Your Body (DYB) 2019 in allen seinen Kunsthandwerken und damit verbundenen Tätigkeiten auf Kurs. Von A bis Z entwarf und fertigte das Unternehmen zahlreiche ausserordentliche Stücke für seine Kunden aus dem Prestige- und Luxussegment, namentlich Breguet, Harry Winston, Blancpain, Glashütte Original und Jaquet Droz.

Für Omega liess DYB Diamantsterne auf dem neuen Snow-Setting-Armband der Uhr Constellation aufleuchten. Diese extrem feine Fasstechnik ruft ein Spiel mit dem Licht hervor, das den Sternen höchsten Glanz verleiht. Die traditionelle, bezaubernde Kunst des Feuermaillierens kam in ihrer ganzen Raffinesse auf dem Boden der Omega Deville Trésor 125th Anniversary Edition zum Ausdruck.

Das Unternehmen bekräftigte seine Rolle als Produktionsgesellschaft der Swatch Group für die Realisierung anspruchsvoller Kreationen mit hoher Wertschöpfung in kleinen und mittelgrossen Serien. Parallel zu den Kunsthandwerken und dank der hervorragenden Unterstützung durch das Industrialisierungsteam von Nivarox-FAR in Fontaines erzielte DYB einen Meilenstein in der Automatisierung des Edelsteinfassens. Konkret zeigte sich dieser in der Übernahme einer fünfschichtigen CNC-Maschine von Nivarox-FAR, die Diamanten ohne die geringsten Masseinschränkungen setzt. Ziel dieser Automatisierung wird es mittelfristig sein, die Kosten für das Edelsteinfassen von Grossserien zu senken. In enger Zusammenarbeit mit dem internen Innovationskomitee erarbeiteten die Mitarbeitenden von DYB im Berichtsjahr zahlreiche kreative Lösungen mit neuartigen Materialien und Verfahren wie das Fassen von Diamanten mit Kohlefasern oder eine vollständig gefasste Schmuckuhrkrone.

ELEKTRONISCHE SYSTEME





1

EM MICROELECTRONIC

1/2

EM Microelectronic setzte trotz eines negativen Geschäftsumfeldes seinen Wachstumstrend auch 2019 fort. Dank eines ausgewogenen Produktportfolios gelang es dem Unternehmen, seinen Marktanteil deutlich schneller auszubauen als der Rest der Branche.

EM Microelectronic nutzte sein fundiertes Uhrmacherwissen auch im Berichtsjahr wieder erfolgreich und entwickelte unter der Bezeichnung *True Ultra-Low Power* (TULP) innovative Anwendungen mit sehr geringem Stromverbrauch für das *Green Internet of Things* sowie benutzerfreundliche Smart Objects. Die wesentlichen Entwicklungsziele betrafen die Aspekte Zeit, Energie, Sensorik, Schnittstellen, Kommunikation und Personalisierung. Gleichzeitig sorgte eine solide industrielle Aufstellung für massgefertigte Lösungen in Swiss-Made-Qualität, die Kunden von EM Microelectronic in der Branche einzigartig macht.

Die Bemühungen zur Diversifizierung des Unternehmensportfolios zahlten sich aus: Da mittlerweile rund 15 Prozent der Einnahmen aus Neugeschäften stammen, die in den vergangenen zwei Jahren in neuen Märkten abgeschlossen wurden, konnte EM Microelectronic seine Abhängigkeit von einzelnen Märkten, Kunden und Anwendungen reduzieren.

Regional betrachtet wiesen die USA die grössten Wachstumsraten auf, während Europa und Asien auf relativ gleichbleibendem Niveau verharrten.

Der Bereich Elektronikmodule verdoppelte seinen Umsatz gegenüber 2018 und verzeichnete somit im Berichtsjahr erhebliche Zuwächse. Das Unternehmen lancierte neue Produkte basierend auf seinem wegweisenden Niedrigenergie-Bluetooth-Chip EM9304 und konnte Schlüsselprogramme in Massenvolumen hochfahren.

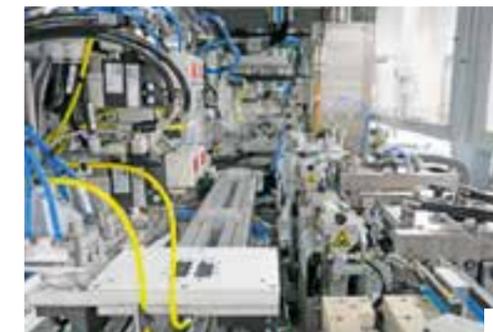
Darüber hinaus startete EM Microelectronic mehrere wichtige Projekte zur Unterstützung der strategischen Anforderungen der Swatch Group. Dazu zählten unter anderem die Entwicklung einer neuen Generation von Mikrocontrollern für Uhren, innovative *Energy Harvesting*-Lösungen sowie mehrere wegweisende Display-Module wie zum Beispiel gedruckte OLED-Displays.

Die Geschäftseinheit RFID festigte ihre Führungsposition im Bereich Fahrzeugerkennung und verstärkte ihre Bemühungen zur Einführung der Dual-Frequenz-Technologie RAINFC, die vor allem dank eines grösseren Bedarfs bei Anwendungen zur Produktauthentifizierung erhebliche Zuwächse verzeichnete. Als Schlüsselement zur Konsumentenbindung über alle Kanäle hinweg entwickelt sich dieses innovative Konzept aus dem Hause EM Microelectronic aktuell zu einem Trend für den Mainstream-Markt, vor allem angesichts der immensen Zahl von Chips, die weltweit im Einsatz sind.

Im Segment Smart Systems entwickelte das Unternehmen seine Speziallösung im Bereich extrem kleine Accessoires für Telefone, PCs und Tablets weiter, in die komplexe Sensoranwendungen und nach dem Prinzip True Ultra-Low Power/TULP arbeitende Signalverarbeitungsfunktionen mit sehr geringem Stromverbrauch integriert sind.



2



3



4

RENATA

3/4

Die Geschäftseinheit *Motion and Optical Sensing* realisierte mit ihren optischen Sensoren und Drucksensor-Schnittstellen für die Unterhaltungselektronikindustrie eine stetige Entwicklung.

Bei der Frontend-Produktion von EM Microelectronic ging es auch 2019 um die Implementierung der nächsten Technologiegeneration von Produkten mit geringem Stromverbrauch und niedriger Versorgungsspannung, die ein Schlüsselfaktor für die zukünftige Umsetzung der Unternehmensstrategie sind. Die ersten Wafer wurden bereits hergestellt und die Lancierung der neuen Produkte, die auf dieser Technologie basieren, ist für 2020 vorgesehen.

Für 2020 erwartet das Unternehmen auch ein über der Marktentwicklung liegendes Umsatzwachstum sowie eine Fortsetzung seines Wachstumstrends auf Grundlage eines ausgewogenen Kunden- und Anwendungsportfolios. Um dieses Wachstum zu fördern, verlagerte EM Microelectronic zudem seine regionale Präsenz signifikant, wobei China und die USA nun eine deutliche Vorrangstellung einnehmen.

Der Spezialist für Miniatur-Batterien blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Die Nachfrage nach Produkten von Renata legte in allen Produktsegmenten zu, dies trotz teilweise komplexer und ständig wechselnder Marktbedingungen. So musste sich das Unternehmen sowohl auf Handelssituationen zwischen China und den USA wie auch auf die weiter erschwerten Anforderungen an Transport und Verpackung von Knopfzellen einstellen. Trotz des zunehmend schwierigen Umfelds für Quarzuhren schaffte es Renata, vor allem durch Gewinn an Marktanteilen im Ersatzmarkt, deutlich mehr Silberoxid-Knopfzellen an die weltweiten Uhrenhändler und Reparaturzentren auszuliefern. Die weiter vorangetriebenen Optimierungen des Vertriebsnetzes zahlten sich aus. So konnte eine neue Vertriebsorganisation mit zentralem Lager in Südchina eröffnet werden.

Zahlreiche namhafte Batteriemarken vertrauen zudem in diesem Bereich weiterhin auf die Qualität und Zuverlässigkeit des Schweizer Herstellers. Von der globalen Steigerung der Nachfrage nach Lithium-Primärknopfzellen profitierte Renata weiterhin überproportional, speziell durch die eigens hierfür neu entwickelten Produkte mit der weltweit besten Energiedichte des Typs CR2032. Renata schaffte es zudem zurück zur früheren Stärke im Industriesegment und gewann zahlreiche neue Projekte dazu. Ausserdem kommen mit Dünnschichtzellen und wiederaufladbaren Knopfzellen neue Produkte hinzu, bei denen sich das Unternehmen in der Hochfahrphase der ersten Projekte befindet. Weiter wurde im Berichtsjahr die erste neue Hochleistungslinie für Silberoxidzellen in Betrieb genommen, die ein Meilenstein in der Fertigungstechnologie für Knopfbatterien dieser Art bedeutet.



5

Wie jedes Jahr wurden die Aktivitäten durch zahlreiche Messeauftritte begleitet, auch gemeinsam mit den Schwestergesellschaften der Swatch Group: Renata besuchte erneut Wearable Technology Kongresse, dieses Mal in München und Tokio. Ausserdem war das Unternehmen an der EUHA Messe in Nürnberg und besuchte das Battery Experts Forum in Frankfurt. Wie schon in den vergangenen Jahren war Renata gemeinsam mit Micro Crystal an der MD&M in Anaheim (USA), an der Medica in Düsseldorf sowie an der IDTechEx Show in Santa Clara (USA) und gemeinsam mit EM Microelectronic und Micro Crystal an der Embedded World in Nürnberg. Weiter besuchte Renata in Asien die Hongkong und die Shenzhen Watch & Clock Fair sowie die CIIE (China International Import Expo) in Schanghai.

MICRO CRYSTAL

5

Die hochpräzisen Watch-Module, die Micro Crystal seit einigen Jahren entwickelt, hat das Unternehmen inzwischen industrialisiert. Auch im Jahr 2019 produzierte es Millionen Stückzahlen dieser Module. Eine besonders präzise Version wird in einem ETA-Quarzuhrwerk für die V.H.P.-Uhren (*Very High Precision*) von Longines eingesetzt. Gegenüber einem konventionellen Quarzuhrwerk erreicht man mit dem Watch-Modul eine um Faktoren bessere Ganggenauigkeit bei gleichzeitig tieferem Stromverbrauch und kleineren Abmessungen.

Die Transformation von Micro Crystal, weg von den reinen Uhrenquarzen zu höherintegrierten und komplexeren Produkten, konnte auch 2019 weitergeführt werden. Diese Strategie ermöglichte es, im weltweit sehr kompetitiven Elektronikkomponenten-Markt weiterhin Gewinnbringend zu arbeiten. Trotz dieser Spezialisierung behauptete sich Micro Crystal auch im Massenmarkt der tieffrequenten Quarze mit mehreren 100 Millionen Stück pro Jahr. Diese Mengen sind notwendig, um die fotolithografische Quarzherstellung zu kompetitiven Kosten zu betreiben. Auch 2019 investierte Micro Crystal in moderne Produktionsanlagen, um dem Trend zu immer kleineren Quarzen und Quarzmodulen Rechnung zu tragen.



6

Micro Crystal erwirtschaftet heute den grössten Umsatzanteil ausserhalb der typischen Uhrenanwendung. Ein wichtiger Bereich sind Quarze für implantierbare Geräte wie Herzschrittmacher, Defibrillatoren und Neuro-Stimulatoren. Bei dieser Anwendung ist Micro Crystal seit Jahren der Weltmarktführer. Die temperaturkompensierten Echtzeituhren von Micro Crystal werden schon länger bei der Entwicklung von Batterie-Management-Systemen für Hybrid- und Elektroautos eingesetzt. Der Absatz für diese Anwendung verdoppelte sich nach einer langen Anlaufzeit von 2018 auf 2019 und wird auch 2020 wieder ein Wachstum von 100% erreichen.

2020 wird Micro Crystal im Markt eine neue Echtzeituhr lancieren, die zusammen mit dem CSEM Neuenburg und der Schwestergesellschaft EM Microelectronic entwickelt wurde. Micro Crystal ist überzeugt, auch 2020 wieder erfolgreich im Quarzmarkt zu bestehen, dies ganz besonders dank des Produktesortiments der hochwertigen Echtzeituhren.



7



8

SWISS TIMING

6/7/8/9

Gemeinsam mit Swiss Timing, dem Swatch-Group-Spezialisten für Sportzeitmessung, stellten die Marken 2019 bei rund 500 der wichtigsten Sportereignisse der Welt, darunter 20 Welt- und sieben Erdteilmeisterschaften, hochmodernes Zeitnahme- und Scoring-Know-how bereit. Und dies, obwohl im Berichtsjahr keine Olympischen Spiele stattfanden. Im Februar engagierten sich die professionellen Zeitnehmer an der Seite der offiziellen Zeitnehmerin Longines bei der Alpinen Skiweltmeisterschaft der FIS im schwedischen Are. Im Juli trat Swiss Timing mit Omega als offizielle Partnerin bei den Schwimmweltmeisterschaften der FINA in Gwangju in Südkorea auf. Als eine der führenden Zeitnehmerinnen bei hochkarätigen Radsportevents stellte Tissot mit Swiss Timing ihr Know-how bei der Tour de France im Juli und der Vuelta a España im August und September erneut unter Beweis. Auch bei der Basketball-Weltmeisterschaft in China, wo 32 Mannschaften an acht Austragungsorten gegeneinander antraten, ging Tissot mit Unterstützung von Swiss Timing als Zeitmesserin mit hochmodernen neuen Wurfuhren an den Start. Swiss Timing stellte mit Longines das Scoring bei den Weltmeisterschaften der Rhythmischen Sportgymnastik in Baku (Aserbaidschan) im September sowie bei den Kunstturn-Weltmeisterschaften in Stuttgart im Oktober sicher. Gemeinsam mit Omega bereitete sich Swiss Timing zwischen Mai und Dezember 2019 mit Testevents an den wichtigsten Austragungsorten auf die Olympischen Spiele 2020 in Tokio vor. Die Experten von Swiss Timing bestätigten ihre Bereitschaft, die Leistungen der Spitzensportler beim meistgesehenen Sportevent der Welt in so unterschiedlichen Sportarten wie moderner Fünfkampf, Kanu und BMX-Rennen und in den neuen olympischen Disziplinen Skateboard und Baseball



aufzeichnen. Bei den Olympischen Spielen und anderen wichtigen Sportanlässen wird Swiss Timing 2020 für die Einhaltung der anspruchsvollen Präzisionsstandards sorgen, die seit Langem mit den Prestigemarken der Swatch Group verbunden werden. Dabei kommen Spitzentechnologien und Know-how zum Einsatz, die den kontinuierlichen Leistungssteigerungen der weltbesten Athleten in nichts nachstehen.

CORPORATE,
BELENOS





1

SWATCH GROUP FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die 2005 gegründete The Swatch Group Forschungs- und Entwicklungs-AG umfasst die Forschungs- und andere Divisionen der Swatch Group, die mit Pilotprojekten und der Herstellung von Spezialprodukten beauftragt sind. Neben diesen Aktivitäten ist die Gesellschaft auch an der Koordinierung der technischen Innovationen für andere Unternehmen der Swatch Group beteiligt.

Division Asulab

Zu den Kernaufgaben von Asulab, dem zentralen Forschungs- und Entwicklungslabor der Swatch Group, gehören die Konzipierung technisch innovativer Produkte, Untersysteme und Bauteile für den Uhrenbereich sowie die Entwicklung der dafür benötigten Spitzentechnologien und Fertigungsverfahren. Die Division Asulab verfolgte 2019 ihre Mission weiter und stellte den Marken und Manufakturen ihr umfassendes Know-how und leistungsstarke Ausrüstungen zur Verfügung, um die einzigartigen Produkte zu realisieren, die an verschiedenen Anlässen präsentiert wurden, und die Industrialisierung neuer Verfahren und Komponenten umzusetzen.

Die Division führte ihre engen Beziehungen zu den zahlreichen Unternehmen und Marken der Swatch Group im Rahmen gemeinsamer Projekte fort, um die technischen Anforderungen bestmöglich zu erfüllen. Mit dem Erwerb, der Umsetzung und der Weiterentwicklung neuer Kompetenzen und Technologien erschloss Asulab in Zusammenarbeit mit namhaften in- und ausländischen Forschungsinstituten auch dieses Jahr wieder neue Potenziale und erfüllte damit wichtige Zielsetzungen.



2

Dank ihres multidisziplinären Ansatzes sowie der partnerschaftlichen Zusammenarbeit innerhalb der Swatch Group blickt die Division Asulab erneut auf ein besonders erfolgreiches Jahr zurück. Ein Highlight im Berichtsjahr war der neue Tauchrekord von 10928 Metern, aufgestellt von Omega mit ihrer Seamaster Planet Ocean Ultra Deep Professional. Mit ersten Simulationen und der Entwicklung der Montagetechnik für das Einsetzen des Saphirglases mit einer Dichtung aus amorphem Metall leistete Asulab einen bedeutenden Beitrag zum Gelingen dieser grossen Herausforderung. Ebenfalls ein schöner Erfolg war die Realisierung einer Uhr mit einer Sonderfunktion in limitierter Auflage für eine Hollywood-Produktion, die 2020 im Kino zu sehen sein wird.

Die neue Generation von Anzeigen, die sich durch eine höhere Auflösung und gesteigerte Energieeffizienz auszeichnet, wurde von den Marken gut aufgenommen. Von den zwei neu entwickelten Produkten wurde das eine bereits 2019 lanciert, das andere wird 2020 auf den Markt kommen. Im Rahmen eines Projekts für eine Schwestergesellschaft spezifizierte Asulab eine neue Anlage zur Abscheidung dünner Schichten auf Uhreninnenteile, nahm diese in Betrieb und validierte sie für die Produktion.

Division Moebius

Als selbstständige Division der The Swatch Group Forschungs- und Entwicklungs-AG entwickelt und vertreibt Moebius Schmiermittel und Epilame, die für Hightech-Anwendung in der Mikro-technik zum Einsatz kommen und den spezifischen Bedürfnissen der Uhrenindustrie gerecht werden. Im Berichtsjahr konzentrierte sich Moebius auf die Modernisierung der Abfüllungsanlagen und des Produktionsmanagementsystems. Um für künftige Herausforderungen gerüstet zu sein, setzte das Unternehmen im Jahr 2019 sein Entwicklungs- und Innovationsprogramm fort und entwickelte in Zusammenarbeit mit der Division Asulab, verschiedenen Produktionsunternehmen der Swatch Group wie ETA und Nivarox-FAR sowie den Marken Breguet, Blancpain und Omega zwei neue Epilame.



3

Division CDNP

(Centre de Développement des Nouveaux Produits)

Die Division CDNP festigte 2019 ihre Position als dynamische Plattform für technische Dienste und multitechnologische Zugänge, die sie den Marken und Produktionsbetrieben der Swatch Group exklusiv zur Verfügung stellt.

Design, 3D-Computergrafik und -animation, realistische Darstellung und erweiterte Realität überzeugten neue Marken der Swatch Group, die bei CDNP einzigartige Instrumente für die Erstellung und Animation der digitalen Zwillinge ihrer Uhren für den Omnichannel-Vertrieb finden.

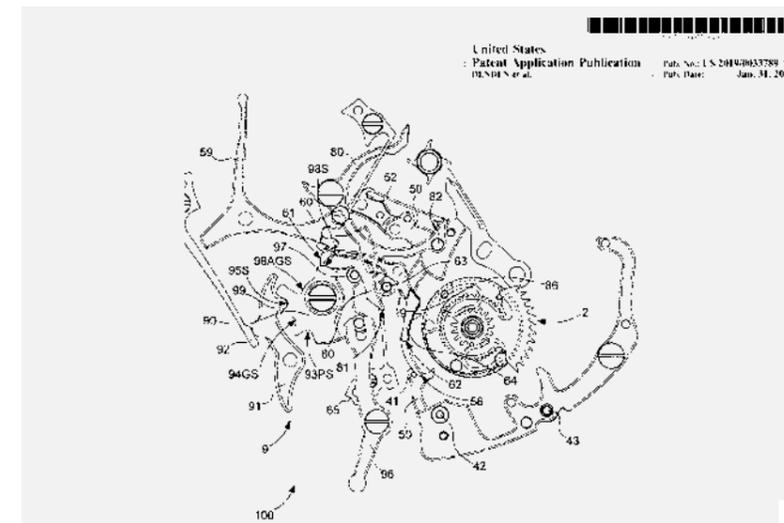
Bei den Konzeptions- und Konstruktionstätigkeiten für Ausstattungsteile wurden im Berichtsjahr mehrere neue Entwicklungen für Gehäuse, Kronen und Schliessen zum Patent angemeldet, von denen die technischen Büros der Konzernmarken direkt profitieren.

Die neue Abteilung für Pulver- und Verfahrenstechnik, die für die Entwicklung von Pulvern, Tinten und Verfahren für das 2D- und 3D-Drucken bzw. für die additive Fertigung zuständig ist, intensivierte ihre Aktivitäten innerhalb der Swatch Group und baute ein internationales Netzwerk mit neuen strategischen Partnerschaften auf. Die innovativen Errungenschaften zeigen sich in patentierten Produkten und Verfahren, die das einzigartige technologische Spektrum der Swatch Group ergänzen.

Die Nutzung der Division CDNP als kollaborative Plattform der Swatch Group für die additive Fertigung von Produkten ist Realität geworden. Das FabLab verfügt über zahlreiche Ausrüstungen für dieses Fertigungsverfahren, die von hoch qualifizierten Mitarbeitenden bedient und den spezifischen Anforderungen der Uhrenherstellung angepasst werden.

Das Team für Produkt- und Projektkoordination reagierte kompetent und effizient auf die zahlreichen dringenden Anfragen der Marken, um einzigartige Realisierungen für sie zu ermöglichen und damit einen Beitrag zu ihrer Marketing- und Medienresonanz zu leisten.

Seit 2019 leitet und koordiniert die Division CDNP die operativen Initiativen für eine verstärkte Bündelung der Fertigungs- und Logistikaktivitäten, die der hohen Beständigkeit und Nachhaltigkeit der Uhren der Swatch Group gerecht werden.



4

3

Die Division setzte auch im Berichtsjahr neue Massstäbe und realisierte Prototypen, Modelle und Vorserien für ihre Kunden, die die hohe Agilität, Effizienz und Qualität der erbrachten Leistungen nach wie vor sehr schätzen.

Die von der Division CDNP ausgestrahlte Dynamik als Innovationsbeschleuniger zog auch 2019 zahlreiche neue Talente an. Sie erhielten vielseitige Gelegenheiten, um ihre Motivation und kreative Kraft zugunsten der Marken und Kunden der Swatch Group zu entfalten.

ICB INGÉNIEURS CONSEILS EN BREVETS

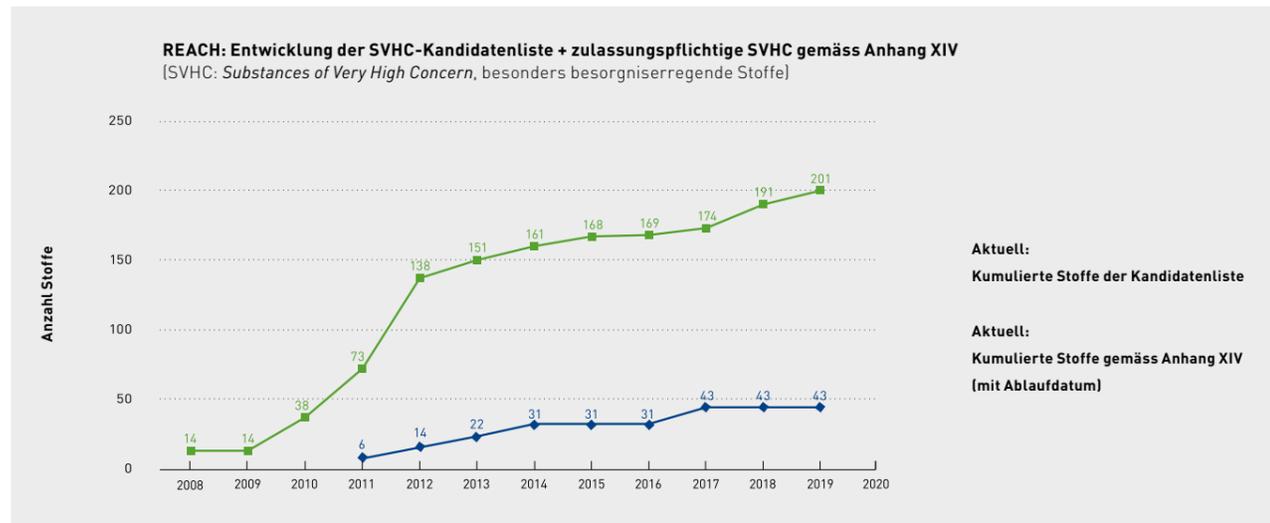
4

Die Hauptaufgaben der ICB Ingénieurs Conseils en Brevets umfassen den Schutz der technischen Innovationen der Swatch Group, die Verwertung ihres technologischen Know-hows, die Überwachung der Märkte und die Bekämpfung von Fälschungen.

Auch 2019 erfasste ICB wieder die technischen Innovationen der verschiedenen Unternehmen sowie der Forschungs- und Entwicklungseinheiten der Swatch Group, um deren technische Errungenschaften bestmöglich zu schützen. Bei den Patentanmeldungen verzeichnete ICB eine höhere Aktivität als in den Vorjahren. Dies zeugt davon, dass die Akteure in der Forschung und Entwicklung zunehmend für die Wichtigkeit des Erfinderschutzes sensibilisiert sind, dessen strategische Bedeutung für einen innovativen Konzern erkennen und zum Erhalt der effizienten Synergie zwischen ICB und den Ingenieur- und Forscherteams der verschiedenen Gesellschaften der Swatch Group beitragen. Diese Zusammenarbeit war im Berichtsjahr wiederum sehr umfangreich, im Uhrensektor ebenso wie in den nicht spezifisch uhrenmacherischen Tätigkeitsbereichen.

Zur Unterstützung der Marktdurchdringungsstrategien der Konzernmarken wurden bedeutende Anstrengungen unternommen. So investierte ICB auch im Berichtsjahr wieder gezielt in Patente für neue Produkte und Entwicklungen in der Schweiz und im Ausland, um den Schutz wichtiger Märkte und Produktionsstandorte sicherzustellen.

Bei Bedarf unterstützte ICB in Zusammenarbeit mit der Rechtsabteilung der Swatch Group weiterhin die verschiedenen Gesellschaften und Abteilungen bei der Verteidigung ihrer Urheberrechte.



Die Geschäftsführung von ICB hat im Berichtsjahr ihre Strategie der Betriebskostenkontrolle unvermindert beibehalten und sich der Stabilisierung der operativen Kosten gewidmet, die für die Aufrechterhaltung und den Erwerb von Patentrechten anfallen.

SWATCH GROUP QUALITY MANAGEMENT

5

Swatch Group Quality Management (SGQM) hat den Auftrag, die Rahmenbedingungen für die Qualitätssicherung und die Sicherheit der vermarkteten Produkte zu definieren, um deren gesetzliche Vorschriften zu erfüllen und Zuverlässigkeit zu garantieren. Dafür werden den Konzernunternehmen die spezifischen Kompetenzen zur Verfügung gestellt.

Gesetzliche Konformität

Im Berichtsjahr verfolgte und begleitete SGQM die Entwicklung der folgenden Gesetzgebung:

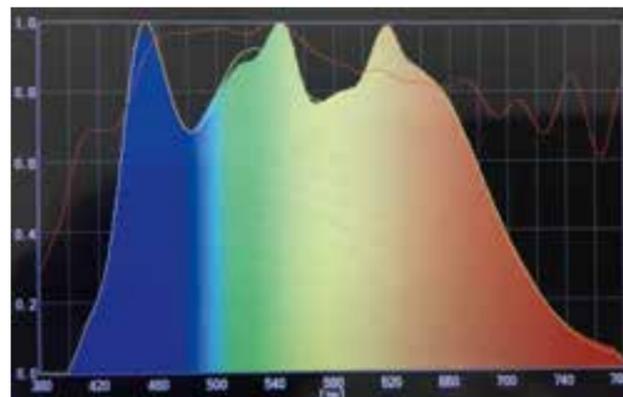
Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit: Ein EU-Massnahmenpaket sieht mit der Revision von vier Richtlinien im Bereich des Abfall- und Recyclingmanagements die Einführung der Produktion im geschlossenen Kreislauf vor. Damit verfolgt der europäische Aktionsplan, die verwendeten Rohstoffmengen zu verringern, das Recycling der Materialien zu verbessern und die Produktionsabfälle zu reduzieren. SGQM informiert die Gesellschaften der Swatch Group über diese Anforderungen und begleitet sie in ihren proaktiven Umweltinitiativen. Darüber hinaus stellt SGQM auch das notwendige Fachwissen zur Verfügung, um die legale und nachhaltige Herkunft von Naturprodukten, insbesondere den CITES-Bestimmungen unterstelltem Alligatorleder oder FSC- und/oder PEFC-zertifizierten Hölzern, sicherzustellen.

RoHS und REACH: Seit dem 22. Juli 2019 sind gemäss RoHS-Richtlinie vier Phthalate in elektronischen Produkten, darunter Quarzuhren, verboten. Die Swatch Group hat sich dieser Einschränkung bereits vor zahlreichen Jahren auf freiwilliger Basis verpflichtet. In Bezug auf die REACH-Verordnung führte SGQM bereits 2019 eine Einschränkung der Substanz PFOA (Perfluorooctansäure) in den Lieferbedingungen ein, um der im November 2020 in Kraft tretenden Einschränkung vorzugreifen. Im Jahr 2019 wurden zehn Substanzen als besonders besorgniser-

regend (SVHC REACH) identifiziert, aber noch nicht durch die REACH-Verordnung verboten. Die Swatch Group verzichtet bereits freiwillig auf diese Substanzen in ihren Produkten oder recherchiert nach unschädlichen Ersatzstoffen.

Waschverfahren: Im Rahmen ihrer Umweltbestrebungen führte die Swatch Group in ihren Produktionsbetrieben auch neue Reinigungsverfahren ein. ETA startete zum Beispiel ein Projekt für den Ersatz von kohlenwasserstoffbasierten Entfettungsbädern durch Bäder mit natürlichen Mikroorganismen in einer wässrigen Lösung, die das Öl auf den Komponenten entfernen können. Wässrige Verfahren werden immer in Priorität angewendet.

Visuelle Technik: In Zusammenarbeit mit dem Institut für Optometrie der Fachhochschule Nordwestschweiz führt SGQM ein Optimierungsprojekt im Bereich der visuellen Ergonomie durch. Es konnten bereits erhebliche Verbesserungen erzielt werden, namentlich bei der visuellen Kontrolle. Konkret zeigten sich diese in einer gesünderen ophthalmologischen Ergonomie, einem besseren Schutz der Gesundheit der Augen sowie einer viel geringeren Ermüdung der Augen. Zudem führten optimierte Beleuchtungsbedingungen in der visuellen Umgebung zu neuen Erkenntnissen, die sich in einer Patentanmeldung konkretisierten.



Vergleich des Spektrums bei künstlicher Beleuchtung und bei natürlichem Licht.



SWATCH GROUP SERVICES

6/7

Division European Distribution Center (EDC)

Die Division European Distribution Center (EDC) übernahm 2019 die Zollabwicklung für den Versand von Uhren und Zubehör nach Asien und startete zudem den Vertrieb von Zeitmessern der Marke Glashütte Original in der Schweiz. Das E-Commerce-Geschäft von Rado, einschliesslich von Zeitmessern mit persönlicher Gravur, wurde auf Österreich ausgeweitet. Die Division EDC integrierte ein Retourenverfahren für E-Commerce-Kunden und übernahm den Online-Vertrieb von Omega-Uhren in Grossbritannien sowie von Longines-Uhren in Frankreich, Deutschland und Italien. Tissot lancierte eine Website für ihre polnischen Kunden. Hamilton führte den Verkauf von Armbändern im Online-Shop ein. In Zusammenarbeit mit ihrem wichtigsten Transportpartner führte die Division EDC die EU-Verzollung ein, um importierte Waren von einem zentralen Ort in Deutschland in die gesamte Europäische Union zu vertreiben.

Division Swatch Group Logistics (SGL)

Als Expertin der Beschaffungskette (Transport, Lagerung, Export, Import, Planungssysteme und Bewirtschaftung der logistischen Daten) intensivierte die Division Swatch Group Logistics (SGL) ihre Aktivitäten in den verschiedenen Ländern, bei den Marken und Produktionsbetrieben.

Die Planung wurde kontinuierlich optimiert, wobei die Reduzierung der Durchlaufzeiten über die gesamte Logistikkette im Vordergrund stand.

Im Bereich Transport konnten durch die Zentralisierung der Dokumente und Fachkenntnisse über Zollformalitäten unter anderem bessere Bedingungen mit den Transporteuren verhandelt und erfolgreiche Synergien geschaffen werden.

Die Plattform SGL-Campus wurde weiter ausgebaut. Neue Online-Kurse, die Zusammenarbeit mit Schweizer Hochschulen und die Vermittlung von Best Practices, unter anderem durch Workshops, zielen darauf ab, ein vielfältiges Schulungsangebot und dadurch gut ausgebildete Mitarbeitende und optimale Logistikabläufe sicherzustellen.

Division Swatch Group Information Technologies

Für die Division Information Technology (IT) war 2019 ein intensives und erfolgreiches Jahr, in dem zahlreiche Projekte umgesetzt wurden. Die Abteilung Distribution IT ersetzte die Retail-Systeme in den europäischen Boutiquen und wirkte bei der Aufschaltung von E-Commerce-Plattformen sowie bei Omnichannel-Projekten mit. Nebst den Aktivitäten zur Erhaltung der Servicequalität wurde im Berichtsjahr die neue Abteilung Group Applications geschaffen, um zukünftigen Herausforderungen gelassen begegnen zu können. Die Abteilung IT Systems & Infrastructure errichtete in Asien ein neues Datacenter, das den Konzerngesellschaften für die Entwicklung ihrer Backup- und Disaster-Recovery-Strategien zur Verfügung gestellt wurde. Die Abteilung führte zudem an die zwei Dutzend IT-Netzwerk-Projekte in verschiedenen Gesellschaften der Swatch Group durch, startete ein Projekt zur Erweiterung der Datacenter in der Schweiz und erbrachte bedeutende Supportleistungen zur Aktualisierung der Betriebssysteme. Damit garantierte sie die Einhaltung der vom Konzern verlangten hohen Sicherheitsanforderungen.

Die Division IT konzentrierte sich auch auf die Anpassung ihrer Organisationsstruktur und die Erweiterung ihrer Kenntnisse, um bevorstehenden technologischen Herausforderungen kompetent zu begegnen. Vor diesem Hintergrund wurden grosse Anstrengungen in den Bereichen SAP S/4 HANA und Prozessautomatisierung, aber auch bezüglich Digitalisierung, Agilität und Anwendungskonvergenz unternommen.

Division Swatch Group Corporate Customer Service (CCS)

Ausbildung: Die technische Fortbildung stellt für die Division Swatch Group Corporate Customer Service (CCS) ein ständiges Ziel dar. Das integrierte Schulungskonzept wurde im Berichtsjahr durch ein Modul ausserhalb des Uhrmacherbereichs ergänzt, das den spezifischen Bedürfnissen der zukünftigen Techniker der Swatch Group sowie anderer Mitarbeitender zum Erwerb technischer Grundkenntnisse Rechnung trägt. In enger Zusammenarbeit mit den Marken wurden Schulungen für Techniker aus den Bereichen Diagnose, Qualitätssicherung, Polieren und Werkautausch durchgeführt.



8

Organisation in den Tochtergesellschaften: In China konzentrierte sich die Division CS darauf, für die E-Commerce-Kunden einen effizienten Service bei Anfragen und bei den logistischen Abläufen sicherzustellen. Obschon sich der Kundendienst der Swatch Group den spezifischen E-Commerce-Anforderungen anpassen musste, erbringt er weiterhin kundennahe Dienstleistungen. Ausdruck dieser Bestrebungen sind insbesondere auch zwei neue Kundendienstzentren in den SKP-Einkaufszentren in Peking und Xian. In Frankreich wurden die europäischen Kundendienstaktivitäten von Tissot zusammen mit einem grossen Teil des Kundendienstes von Swatch Group Frankreich in einem neu errichteten Gebäude in Besançon zusammengelegt. In Griechenland wurde ein umfassendes Renovierungsprojekt in die Wege geleitet, um den Kunden einen neuen Empfangsbereich zu bieten. In Südafrika öffnete ein neues Kundendienstzentrum im Zentrum von Johannesburg seine Türen.

IT-Systeme: Für China wurde 2019 eine neue, integrierte Lösung entwickelt und implementiert. Sie gibt einen detaillierten Überblick über die Kundendienstaktivitäten an allen chinesischen Standorten sowie im Kompetenzzentrum in Schanghai. Das perfekt in die Online-Kommunikationsmittel wie WeChat eingebundene System ist nicht nur ein hervorragendes Verwaltungstool, sondern gewährleistet auch eine erheblich bessere Kommunikation mit den Kunden. Für effiziente Serviceleistungen an den Kundenuhren sind Ersatzteile von entscheidender Bedeutung. Deshalb wurde in allen Tochtergesellschaften eine Schulung zur Optimierung der Ersatzteilverwaltung organisiert. Die Verfügbarkeit der Teile und eine kurze Servicedauer für die Kunden können so sichergestellt werden.

Division Swatch Group Gems

Die Division Swatch Group Gems verfügt als zentrale Einkaufsstelle für Diamanten und andere Edelsteine im Dienst der Konzernmarken über entsprechende Spezialisten für Gemmologie und Logistik. SG Gems konnte im Berichtsjahr erneut ihre umfassenden Markt- und Edelsteinkennnisse einbringen und sich an der Produktentwicklung ihrer Kunden beteiligen, indem sie diesen bei der Wahl beratend zur Seite stand und eine Beschaffung zu den besten Bedingungen und unter Einhaltung der strikten Qualitätsstandards gewährleistete. Im ständigen Streben nach der kontinuierlichen Verbesserung ihrer Dienstleistungen

stellte SG Gems ihre führende Position in ihrem Tätigkeitsbereich einmal mehr unter Beweis und belieferte ihre Kunden mit makellosen Diamanten.

Division Real Estate Development

8/9

Das Jahr 2019 war für die Division Real Estate Development in der Schweiz und auch für die Gesellschaften im Ausland mit sehr vielen Aktivitäten verbunden.

Die Modernisierung und Sanierung des Immobilienbestandes und die Verbesserung der Infrastruktur wurden weiter vorangetrieben, namentlich bei Blancpain in Le Sentier und in Le Brassus (VD), Comadur in La Chaux-de-Fonds (NE), in Les Brenets (NE) und in Boncourt (JU), Longines in Saint-Imier (BE), Manufacture Ruedin in Bassecour und Boncourt (JU), Nivarox-FAR in Le Crêt-du-Loche und Fontaines (NE), Simon Et Membrez in Delémont (JU), Tissot in Le Locle (NE), bei Omega, Mido, Swatch Group Les Boutiques, Swatch Group Quality Management und Swatch Group Services in Biel (BE) sowie bei Swatch Group Services in Bussigny (VD). Die Arbeiten sind Teil der Unternehmenspolitik zur kontinuierlichen Verstärkung der Personensicherheit am Arbeitsplatz, zur Werterhaltung und zur Sicherung der Produktionsstrukturen. Sie widerspiegeln auch den Willen, den Produktionsfluss zu optimieren und zu vertikalisieren sowie die Infrastruktur im Hinblick auf eine höhere Fertigungsqualität zu verbessern. Zudem wird die angestrebte Reduktion beim Verbrauch von Wasser, fossiler und elektrischer Energie umgesetzt.

Zu Beginn des Berichtsjahres bezog Swatch ihren neuen Hauptsitz in Biel (BE). Die Holzkonstruktion ist eine der grössten der Welt.

Die Division Real Estate Development war für verschiedene Tochtergesellschaften und Marken der Swatch Group beratend tätig. Sie erarbeitete Machbarkeitsstudien und Design-Konzepte und koordinierte insbesondere die Auftritte von sechs Prestigemerken an der *Time to Move* in Zürich. Swatch Group Südafrika bezog ihre neuen Räumlichkeiten in Sandton, Johannesburg.



9

Darüber hinaus trugen die Spezialisten der Division Real Estate Development sehr aktiv zum Ausbau und zur Erneuerung des weitreichenden Boutiquen-Netzes für die renommiertesten Marken der Swatch Group bei: Salons für Harry Winston in Monte Carlo, Porto Cervo (Sardinien/Italien), Shinjuku Tokio (Japan), South Coast Plaza (Kalifornien/USA) sowie Shop-in-Shops der Marke an berühmten Orten rund um die Welt.

SWATCH GROUP IMMOBILIEN

Für die Swatch Group Immobilien war das Berichtsjahr geprägt von den regen Aktivitäten im Rahmen der Bewirtschaftung des bedeutenden Immobilienparks mit rund 5000 Mietverträgen, insbesondere in den Kantonen Bern, Jura, Neuenburg, Solothurn und Waadt. Das Unternehmen verwaltet heute die Immobilien der Pensionskasse der Swatch Group und der Fondation d'Ebauches S.A. sowie jene weiterer patronaler Stiftungen und verschiedener Konzerngesellschaften. Die aktive Immobilienbetreuung umfasste im Berichtsjahr die Begleitung sorgfältiger Instandstellungs- und Sanierungsarbeiten und auch Makleraufträge, welche die Swatch Group Immobilien für ihre Kunden erfolgreich abwickelte. Die positive Entwicklung half mit, die Zahl der vermietbaren Objekte und der abgeschlossenen Makleraufträge zu reduzieren. Das Unternehmen wird die Kunden auch weiterhin in Immobilienfragen beraten und bei der Umsetzung von Geschäften begleiten.



10

BELENOS CLEAN POWER

10/11/12

Batterien

Bei der Produktion der auf einer Vanadiumverbindung basierenden Elektrode machte Belenos wichtige Fortschritte bei der Qualität des Aktivmaterials und der Beschichtungstechnologie. Bei Versuchsproduktionen im Batchverfahren wurde die Qualität schrittweise optimiert und die Prozessparameter wurden festgelegt. Die Resultate zeigten die Fähigkeit des Materials, weit über 1000 volle Lade- und Entladezyklen bei sehr hoher spezifischer Kapazität zu erreichen. Die spezifische Kapazität ist einer der wichtigsten Parameter eines Elektrodenmaterials, da diese einen wesentlichen Einfluss auf den Materialeinsatz und damit auf das Gewicht der fertigen Batterie hat.

Die Verstärkung der Forschungs- und Entwicklungstätigkeit bei Festkörperelektrolyten und der Lithium-Metall-Anode wurde konsequent fortgeführt und lieferte äusserst vielversprechende Resultate. Belenos intensivierte die Zusammenarbeit mit Forschern und Entwicklern in diesem Bereich im In- und Ausland wesentlich.

Die Verstärkung der Forschungs- und Entwicklungstätigkeit wurde auch durch die gezielte Rekrutierung von Experten aus dem In- und Ausland beschleunigt und durch die Anpassung der Unternehmensorganisation unterstützt.

Ebenfalls wurde die Zusammenarbeit mit diversen Institutionen im Inland im Arbeitsfeld der Analytik an Batteriematerialien und bei *In-operando*-Untersuchungsmethoden vorangetrieben. Untersuchungsmethoden *in operando* liefern sehr wertvolle Informationen über das Verhalten der Materialien während des Ladens und Entladens der Batterie und helfen gezielt, die Leistungsfähigkeit der Komponenten und der Batterie weiter zu verbessern.

Belenos ist ebenfalls stark vernetzt mit Stakeholdern der Batterieindustrie und mit öffentlich-rechtlichen Einheiten, um laufend die Chancen zukünftiger Entwicklungsprojekte zu evaluieren.

Eine Studie eines unabhängigen Beratungsunternehmens im Bereich der Automobilindustrie evaluierte das Potenzial der Belenos-Batterietechnologie und bestätigte, dass signifikante relative Vorteile gegenüber den aktuell benutzten Technologien und den zurzeit bekannten Zukunftstechnologien bestehen.



11



12

Elektronik-Labor EL-Lab

Das Elektronik-Labor EL-Lab in Grenchen ist in der Entwicklung von elektronischen Lösungen für die Industrie spezialisiert. Im Berichtsjahr erfüllte das Labor erneut die elektronischen Bedürfnisse im Rahmen von laufenden Projekten der verschiedenen Abteilungen von Belenos, aber auch anderer Gesellschaften der Swatch Group. Die entwickelten elektronischen Erzeugnisse produzierte Belenos in kleinen Serien auf ETA-Montagelinien. Ideen, Konzepte und Patentanmeldungen wurden umgesetzt und in der Form von Prototypen und Prüfständen realisiert, die sowohl die Hard- wie auch Software umfassen.

Die letzte Solaranlage auf dem neuen Swatch-Gebäude, die mit Mikro-Wechselrichtern von Belenos ausgestattet ist, wurde in Betrieb genommen. Somit ist die Installation der insgesamt vier Solaranlagen am Standort von Omega und Swatch in Biel abgeschlossen. Die Fernüberwachung der Anlagen ermöglicht die Produktionskontrolle und Erkennung von Störungen.

Im Jahr 2019 lag der Fokus auf den elektronischen Aspekten im Rahmen der Batterie- und Industriekompressor-Projekte. Ein Kompressoren-Prüfstand, der insbesondere für die Versuche in der Fahrzeugumgebung ausgelegt ist, befindet sich im Bau. Die Anlage wird entsprechend dimensioniert, um den Kompressor als Kälte- und Wärmeerzeuger in einem Elektrofahrzeug zu verwenden und damit den gesamten benötigten Wärmeaustausch abzudecken.

Ebenso wurde die Entwicklung eines Batteriemanagementsystems fortgesetzt, das alle für die Kontrolle des elektrochemischen Verhaltens notwendigen Einstellungen der in Itingen entwickelten Batterien integriert. Ein Batteriekasten-Prüfstand ist nun funktionsfähig und in der Lage, alle Parameter des Systems zu prüfen. Die wesentliche Arbeit bestand 2019 in der Prüfung des Auf- und Entladens mehrerer in Serie geschalteter Zellen.

Belenos beteiligte sich ausserdem an der Organisation verschiedener Medienanlässe in Verbindung mit dem neuen Swatch-Gebäude. Für die Eröffnungsfeier des Drive-Thru von Swatch wurde ein 18 Jahre altes, elektrisch betriebenes Swatch-Mobil Smart erfolgreich wieder zum Leben erweckt. Verschiedene Fahrzeuge, Komponenten, alte Fotos und Presseauschnitte sind im Innern des neuen Swatch-Gebäudes ausgestellt und zeigen die Geschichte des Swatch-Mobils auf. Ein Besuch lohnt sich.

SWATCH GROUP IN DER WELT



SCHWEIZER MARKT

1/2/3/4/5

Zielstrebig gaben die Marken der Swatch Group alles für ihren angestammten Markt, die Schweiz. Harry Winston trat als Hauptsponsorin des Genfer Bal du Printemps in Erscheinung. Mit diesem berühmten karitativen Anlass unterstützt die IRP die Forschung im Bereich Paraplegie und setzt sich dafür ein, die Lebensbedingungen von Menschen mit Rückenmarkverletzungen oder -erkrankungen massgeblich zu verbessern. Auch in Zürich war Harry Winston zugunsten der IRP aktiv. Die Marke übernahm beim IRP PARAbend im Hotel Dolder Grand die Rolle der Goldsponsorin. Als unangefochtener «Juwelier der Stars» veranstaltete Harry Winston anlässlich der Eröffnung des Zurich Film Festivals einen glamourösen Cocktailempfang in ihrem Zürcher Salon, bei dem die geladenen Kunden und Influencer eine erlesene Auswahl der seltensten und aussergewöhnlichsten Juwelen der Welt zu Gesicht bekamen.

Breguet arbeitete 2019 mit dem Einzelhändler Bucherer zusammen und ergänzte die Uhrenlinie Bucherer Blue Edition um eine Sonderversion der Marine 5517. Ausserdem trat Breguet der Vereinigung amisMIH des Internationalen Uhrenmuseums in La Chaux-de-Fonds bei. Blancpain intensivierte ihre seit über 30 Jahren engen Beziehungen zur Welt der gehobenen Gastronomie und erneuerte ihre Zusammenarbeit mit dem renommierten Kochwettbewerb *Bocuse d'Or Suisse*. Ausserdem stiess 2019 die Chefköchin Marie Robert zum Blancpain-Freundeskreis. Die erst 31-jährige Schweizerin wurde 2019 vom namhaften Gastronomieführer Gault&Millau zur *Köchin des Jahres* gewählt. Jaquet Droz ehrte die schöne Natur ihrer Heimat mit der Grande Seconde Moon Swiss Serpentine, deren Zifferblatt aus Gestein des Matterhorn-Gebirges gefertigt ist.

Das Golfturnier Omega Masters in Crans-Montana, für das die Markenbotschafter Rory McIlroy, Sergio Garcia und Tommy Fleetwood gewonnen werden konnten, stellte für Omega ein Highlight in ihrem Heimatmarkt dar. Zudem feierte die Marke ihre

neue Partnerschaft mit dem Schweizer Segelteam Alinghi mit besonderen Events am Ufer des Genfersees sowie zu Wasser im GC32-Boot. Longines stärkte ihre Marktpräsenz in der Schweiz mit ihren zahlreichen Sportpartnerschaften. Die Marke mit der geflügelten Sanduhr war unter anderem als Titelpartnerin und offizielle Zeitnehmerin bei einer Etappe der Longines FEI World Cup™ Jumping im Rahmen des Longines CSI in Basel, beim Longines CSIO St. Gallen, beim Jumping Longines Crans-Montana und beim Longines CSI Ascona im Einsatz. Zudem empfing Longines zum ersten Mal eine Etappe der Longines Masters in Lausanne. Im Mai 2019 war die Schweiz Gastgeberin der internationalen Medienveranstaltung von Rado für die Kollektion True Thinline Les Couleurs™ Le Corbusier. Der Zürichsee bot eine herrliche Kulisse für die Einführung der neuen Uhrenmodelle. Im Oktober markierte Rado ihre Präsenz auf dem Tennisplatz als offizielle Zeitnehmerin der Swiss Indoors in Basel.

Auch der Auftritt von Tissot als offizielle Uhrenpartnerin an der Fête des Vignerons prägte das Berichtsjahr. Das alle 25 Jahre stattfindende Winzerfest setzte die verschiedenen Berufe des Weinbaus und die Schweizer Kantone ins Rampenlicht. Zu diesem einzigartigen Anlass entwickelte Tissot eine Sonderreihe Fête des Vignerons 2019. Auf sportlicher Ebene war die Marke im April beim berühmten Patrick Baumann Cup, bei der Tour de Suisse und der Tour de Romandie im Einsatz. Nach Estavayer-le-Lac im Jahr 2016 wurde das Eidgenössische Schwing- und Älplerfest 2019 in Zug ausgetragen. Tissot kreierte zu diesem Anlass eine T-Touch Expert Solar II Swiss Edition.

Balmain konzentrierte sich auf den Ausbau ihrer selektiven Vertriebsstruktur mit neuen Verkaufspunkten an namhaften Orten wie Vevey und Zürich. Im September lud Certina über hundert Schweizer Einzelhändler zu einem exklusiven Erlebnis ins Hotel Bürgenstock Resort in der Nähe von Luzern ein und präsentierte die neuesten Uhren der Marke. Den gesamten November über war Mido mit einer Roadshow im Abflugbereich des Flughafens Genf anwesend. Auf einer Fläche von 12 Quadratmetern stellte die



1



3



4



2



5



6



8



7



9

Marke Uhren der Kollektion Ocean Star aus, die ihr 75-jähriges Jubiläum feierte. Der Red Bull Race Day in Grenchen war 2019 der wichtigste Anlass von Hamilton in der Schweiz.

Für Swatch stellte die Lancierung von SwatchPAY! eines der Highlights des Jahres 2019 dar. Die in die Uhr integrierte Zahlungsmethode ermöglicht das bequeme und sichere kontaktlose Bezahlen. Die Lancierung von SwatchPAY!, die in Zürich mit einem Auftritt des Bieler Rappers Nemo stattfand, wurde in der ganzen Schweiz über die herkömmlichen Kanäle und gezielte Guerilla-Marketingkampagnen beworben. Flik Flak organisierte im Rahmen ihrer Kampagne zum Schulanfang ein Event im Drive-Thru-Store vor dem Swatch-Hauptsitz in Biel.

Im Bereich Vertrieb führte Tourbillon die enge Zusammenarbeit mit den Marken fort, um deren Erbe in den Fokus zu setzen und den treuen Kunden aussergewöhnliche Zeitmesser zu präsentieren. Hour Passion arbeitete eng mit den beiden Hauptflughäfen Genf und Zürich zusammen. Die Boutiquenkette setzte einen umfassenden Marketingplan mit kreativen, dynamischen Ausstellungen von Breguet, Jaquet Droz, Omega, Longines, Tissot, Certina, Mido und Hamilton um.

SWATCH GROUP DEUTSCHLAND

6/7/8/9

Swatch Group Deutschland konzentrierte sich 2019 weiter auf den Ausbau ihrer digitalen Strukturen, vor allem im Hinblick auf ihre Vertriebskanäle. Breguet präsentierte ihre Kollektion Marine und eröffnete in Düsseldorf ihre erste Boutique in Deutschland. Im Rahmen des Gourmet Festival Sylt beteiligte sich Blancpain an einer Veranstaltung von Sternekoch Holger Bodendorf. Glashütte Original blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück, in dem die Marke sowohl bei der *Goldenen Unruh* als auch bei den *Capital Watch Awards* erste Preise gewann. Jaquet Droz nutzte die Plattform swisswatchesblog.de für ein Interview mit CEO Christian Lattmann. Bei einem Kundenevent lancierte Omega ihre

Constellation Manhattan und feierte das 50. Jubiläum der NASA-Mission Apollo 11. Longines sorgte mit Postern im XXL-Format und der Eröffnung ihrer Online-Boutique für Aufmerksamkeit. Rado bietet ihren Kunden seit 2019 die Möglichkeit, sich im Online-Shop der Marke per Live-Chat auszutauschen. Union Glashütte profitierte vom Herkunftssiegel *Made in Glashütte* und dem Wunsch der Kunden nach regionalen Qualitätsprodukten. Tissot feierte ihre Premiere als offizielle Zeitnehmerin der Deutschland Tour und begeisterte Radprofis und Hobbyfahrer. Certina lancierte an einem internationalen Medienevent in Hamburg ihre neue Kollektion DS-1 Powermatic. Mit grossflächigen Reklamen in den Schaufenstern von Galeria Kaufhof machte Mido auf sich aufmerksam. Anlässlich des Kinostarts von *Men in Black: International* trug das Hamilton-Team bei Kaufhof in Köln Anzug und Sonnenbrille. Calvin Klein investierte in eine grossformatige Werbekampagne auf der Einkaufsstrasse Zeil in Frankfurt am Main. Swatch eröffnete in Köln einen neuen Store und beeindruckte mit einem aussergewöhnlichen Konzept aus Industrie-Chic und Streetart. Flik Flak kooperierte mit der Marke Ergobag, die nachhaltige Rucksäcke für Schulkinder herstellt. Hour Passion widmete sich auch 2019 wieder der Förderung des Swatch-Group-Images.

SWATCH GROUP ÖSTERREICH

10/11/12

Swatch Group Österreich konnte die Präsenz der Marken besonders in Salzburg und am Flughafen Wien deutlich ausbauen. Die Breguet-Boutique Wien konzentrierte sich auf exklusive Events. Glashütte Original erzielte vor allem am wichtigen lokalen Markt Zuwächse und hatte einen starken Auftritt zur Einführung der neuen Kollektion SeaQ. Omega entwickelte sich erfolgreich weiter und eröffnete in Salzburg eine Boutique. Im Sommer dominierte der 50. Jahrestag der ersten Mondlandung die Aktivitäten der Marke. Longines war bei wichtigen Ski-Events präsent und stellte die Neuheiten im Rahmen einer exklusiven Veranstaltung im Hangar 7 in Salzburg vor. Rado vergab anlässlich der Vienna Design Week den *Star Prize* 2019 und zeigte als Partnerin der Erste Bank Open sowie des Rado ProAm sportlichen Einsatz im Tennis. Union Glashütte lancierte exklusiv in Österreich die limitierte Noramis-Sonderedition mit der Spezialgravur «90 Jahre Gaisbergrennen» und fungierte als Partnerin dieser Oldtimer-Veranstaltung. Tissot fokussierte sich unter dem Motto *Clocktail* auf Aktivitäten gemeinsam mit Partnern. Hamilton setzte den globalen Schwerpunkt zum Thema *Men in Black: International* mit Aktivitäten am POS um. Calvin Klein konzentrierte sich auf Social Media und Kooperationen mit Bloggern. Zu den Swatch-Highlights zählten der Flymagic-Event in der Wiener Innenstadt sowie der SwatchPAY!-Launch Ende November, die für äusserst positive Impulse sorgten.

.....



10

SWATCH GROUP BELGIEN

13/14

Swatch Group Belgien steigerte ihren Umsatz und optimierte gleichzeitig den Kundendienst. Breguet konzentrierte sich mit der Kampagne #Breguet Explorer auf die Kollektion Marine. Das wichtigste Rennen der Blancpain Endurance Series wurde im Rahmen des 24-Stunden-Rennens von Spa-Francorchamps ausgetragen. Omega feierte dieses Jahr den 50. Jahrestag der Mondlandung mit einer limitierten Auflage des Modells Speedmaster und einem besonderen Event zu dessen Markteinführung. Longines belebte ihren Markenauftritt mit der Organisation einer nationalen Messe und mehrerer Reitsportveranstaltungen. Die Kollektion Rado True Thinline Les Couleurs™ Le Corbusier wurde während der Rado House Experience im Beisein einer Farbberaterin präsentiert und erntete grossen Erfolg. Tissot profitierte vom Start der Tour de France in Brüssel durch die erhöhte Sichtbarkeit. Mit ihrer Präsenz bei *La Terrasse de l'Hippodrome* und an den *Journées de la Passion* steigerte Hamilton ihren Bekanntheits- und Beachtungsgrad. Balmain machte durch die Präsentation einer Kollektion im Pariser Stil und einer verstärkten Präsenz in den sozialen Medien auf sich aufmerksam. Ein Event bei der Auto-world in Brüssel markierte die Einführung der Sonderserie Certina DS-1 Big Date. Calvin Klein richtete ihren Fokus auf die individuelle Gestaltung ihrer Vitrinen und deren Dekoration zu bestimmten Themen. Bei Swatch stand das Berichtsjahr ganz im Zeichen von *Big* und *Bold*. Zur Einführung der Kollektion wartete die Marke mit einer 360°-Kommunikationskampagne und einem grossen Fest im Megastore auf. Auch Flik Flak vertiefte ihre Beziehung zu lokalen Meinungsmachern.

.....



12



11



13

SWATCH GROUP NIEDERLANDE

15/16/17

Omega feierte das 50-jährige Jubiläum der Mondlandung mit dem Anlass Golden Moments in Amsterdam. Longines trug die FEI Europameisterschaften aus und Rado verschaffte der Kollektion Captain Cook einen erfolgreichen Start. Die Werbekampagne von Tissot mit der Radrennfahrerin Puck Moonen stiess auf positive Resonanz. Balmain stärkte ihre Markenposition mit einem neuen Designkonzept. Certina lancierte Uhren mit dem antimagnetischen Nivachron™-Uhrwerk. Hamilton feierte ihre Verbindung zur Filmbranche gemeinsam mit Kunden mit einer Abendpremiere des neuen Films *Men in Black: International*. Calvin Klein richtete ihren Fokus auf massgeschneiderten Schaufensterauslagen und wirkungsvollen Dekorationselementen. Für Swatch stand im Berichtsjahr nicht nur die Kollektion Big Bold im Fokus. Die Marke führte einen Pop-up Store für ihre Kollektion Flymagic und lancierte SwatchPAY! in Stadtlage mit einem speziellen Verkaufsautomaten. Die Präsenz von Flik Flak wurde von langjährigen Medienpartnern unterstützt. Tourbillon bot einzigartige, hochwertige Zeitmesser zum Verkauf an und investierte in Events.

.....

SWATCH GROUP LUXEMBURG

Auch während des Geschäftsjahres 2019 begleiteten die Gesellschaften der Swatch Group Luxemburg mit ihren Unterstützungsleistungen die internationale Entwicklung der Swatch Group, indem die Finanzierung der Betriebs- und Ländergesellschaften, die Platzierung der flüssigen Mittel und die Optimierung der versicherten Risiken sichergestellt wurden. Dies geschah in einem sehr herausfordernden und volatilen Finanzmarktumfeld. Installiert inmitten des europäischen Finanzplatzes, reguliert und

überwacht durch nationale und europäische Aufsichtsbehörden, verfügt Swatch Group Luxemburg über das Dienstleistungspektrum eines international anerkannten und effizienten Banken- und Versicherungssystems.

.....

SWATCH GROUP FRANKREICH

18/19/20/21/22

Breguet stellte ihre berühmte Kollektion Marine anlässlich der Ausstellung *Breguet, Uhrmacher der königlichen Marine* im eigenen Museum an der Place Vendôme ins Rampenlicht. Blancpain lud begeisterte Kunden ein, unter der Führung des mehrfachen Weltmeisters Gianluca Genoni erste Versuche im Apnoetauchen zu unternehmen. Die Erfahrung war schlicht einzigartig! Glashütte Original präsentierte im Rahmen einer deutschen Cocktailparty ihre neuesten Kreationen der Modellreihe PanoMatic. Jaquet Droz präsentierte ihre Neuheiten den Journalisten und VIP-Kunden in einem schillernden Pariser Ambiente.

In ihrer Rolle als Mäzenin der Ausstellung zum Mond *La Lune, du voyage réel au voyage imaginaire*, die von April bis Juli im Grand Palais gezeigt wurde, war das Jahr 2019 für Omega sehr ereignisreich. Ebenfalls ausgestellt wurde die Speedmaster des Astronauten Ronald «Ron» Evans von 1970 an einem bei der Apollo-11-Mission verwendeten Trainingshandschuh der NASA. Longines startete mit rund 15 Veranstaltungen in die Reitsportsaison. Das Springreitturnier Longines Paris Eiffel Jumping war ein besonderes Highlight in der Pariser Sport- und Kulturagenda. Dank der Einführung der E-Commerce-Website wurde *Elegance is an attitude* auch online zum bestimmenden Motto. In Zusammenarbeit mit dem italienischen Möbeldesigner Cassina, aus dessen Haus die Möbelkollektion Le Corbusier stammt, führte Rado im Rahmen der Paris Design Week 2019 die Modellreihe True Thinline Les Couleurs™ Le Corbusier ein.



14



17



20



15



18



21



16



19



22

Als offizielle Zeitnehmerin der Tour de France lud Tissot Prominente ein, in die Pedale zu treten und die letzten zehn Kilometer der dritten Etappe von Binche nach Epernay auf dem Fahrrad zurückzulegen. Als Partnerin des Festivals Taste of Paris im Grand Palais lud Mido den Starkonditor Yann Menguy ein, vom Uhrwerk Kaliber 80 inspirierte Törtchen zu kreieren. Hamilton lancierte die Uhr Khaki Pilot Schott NYC in der Boutique Schott NYC im Pariser Stadtviertel Marais in Anwesenheit des Piloten und Markenbotschafters Nicolas Ivanoff. Calvin Klein führte zusammen mit der Influencerin Alizée Gamberini eine digitale Aktion durch, um das Modell Calvin Klein Offsite zu präsentieren.

Swatch setzte mit dem namhaften Museum Louvre ein künstlerisches und ausgefallenes Projekt um. Im eingerichteten Pop-up Store konnten die Besucher ihre eigene Swatch kreieren, die sich an ausgewählte Kunstwerke des Museums oder an das speziell zum 30-jährigen Jubiläum der Louvre-Pyramide entworfene Motiv anlehnte. Influencerinnen und ihre Kinder wurden von den Maskottchen Flik und Flak empfangen, um den Schulbeginn unter dem Motto *Back to school* ausgelassen zu feiern. Im Dezember weihte der Bürgermeister von Besançon zusammen mit Mitgliedern der Geschäftsleitung der Swatch Group den neuen Standort des Kundendienstes ein.

SWATCH GROUP SPANIEN

23/24/25

Für Swatch Group Spanien war 2019 ein bemerkenswertes Jahr, in dem alle Marken wichtige Events abhielten. Breguet sponserte das jährliche Gala-Konzert mit Tenor Javier Camarena im Teatro Real in Madrid. Blancpain lancierte neue Zeitmesser der Kollektion Fifty Fathoms im Beisein des Weltrekordhalters im Apnoetauchen Gianluca Genoni bei einem exklusiven Anlass in Madrid. NASA-Ingenieur James Ragan war bei den Feierlichkeiten von Omega zum 50-jährigen Jubiläum der ersten Mondlandung in Madrid zugegen. Longines begrüßte den Botschafter der Eleganz



23

Simon Baker erstmalig beim CSIO, dem wichtigsten Reitsport-event Spaniens. Rado trug den Designwettbewerb *Rado Star Prize* beim Madrid Design Festival aus und lancierte bei dieser Gelegenheit die gemeinsam mit Inma Bermúdez kreierte Uhr – der ersten spanischen Designerin, mit der die Marke eine Kollaboration einging. Tissot lud VIP-Freunde, Topjournalisten und Influencer zu einer exklusiven und vergnüglichen Fahrt durch die Strassen von Madrid während der letzten Etappe des Radrennens La Vuelta ein. Certina feierte das 60-jährige Jubiläum ihres DS Concepts mit einem Tag der offenen Tür in Madrid. Hamilton lud Lifestyle-Medienvertreter zu einem Event mit der Fliegerstaffel der spanischen Patrulla Aspa in Granada, die von der Marke gesponsert wird. Für Swatch stand 2019 ganz im Zeichen der Big Bold. Die Marke lancierte ihre neue Kollektion bei einem Event mit Livemusik und Skateboardern auf der Terrasse einer Jugendherberge im Zentrum von Madrid. Zahlreiche Modejournalisten und Influencer waren bei diesem besonderen Anlass zugegen. Flik Flak organisierte ein heiteres Sommerfest mit Meinungsführern und deren Kindern.

SWATCH GROUP ITALIEN

26/27/28

Swatch Group Italien verzeichnete eine bedeutende Zunahme bei den Einzelhandels- und Online-Umsätzen. Breguet präsentierte ihre Roadshow *Breguet, the Innovator* und lancierte ihre neu gestaltete Kollektion Marine bei einer Regatta in Rapallo. Blancpain zeigte im Excelsior Hotel Gallia in Mailand gemeinsam mit Markenbotschafter Gianluca Genoni erstmals ihren Film *Fifty Fathoms*. Mit ihrer Kampagne *Dive into the Original* verschaffte Glashütte Original ihren SeaQ-Modellen einen erfolgreichen Start. Jaquet Droz baute ihre Aktivitäten mit Schlüsselpartnern in wichtigen italienischen Städten weiter aus. Omega stellte in Mailand anlässlich des 50. Jubiläums der ersten Mondlandung zwei neue Speedmaster-Modelle in limitierter Edition vor.



26



24



25



27

Longines konzentrierte sich auf ihre Kollektionen HydroConquest, Conquest VHP und Conquest Classic und engagierte sich für diverse Reit- und Skisportanlässe. Mit der Lancierung des Modells Dolce Vita in Rom stärkte die Marke ihre Bekanntheit. Rado bekräftigte mit der Kollektion Le Corbusier ihre Liebe zum Design. Tissot führte 360°-Kampagnen in ganz Italien durch und setzte damit ihre internationalen Partnerschaften mit der MotoGP und der NBA wirkungsvoll in Szene. Mido war als Official Performance Partner der Red Bull Cliff Diving World Series im Einsatz. Hamilton feierte ihre langjährige Verbindung zur Filmbranche bei zwei bedeutenden Filmfestivals und einer Film Premiere. Calvin Klein konzentrierte sich mit digitaler Aussenwerbung, ihrer Präsenz in einem Einkaufszentrum sowie ergänzenden Marketingaktionen in den sozialen Medien auf Kundennähe. Swatch entwickelte eine 360°-Kommunikationskampagne für ihre Kollektion Big Bold. Ausserdem setzte die Marke zwei lokale Projekte um: die Einführung des Konzepts *Click & Collect* in allen Stores und die Lancierung vier exklusiver Destination Watches, die sich zu echten Verkaufsschlägern entwickelten.

SWATCH GROUP GROSSBRITANNIEN

29/30/31

Für Swatch Group Grossbritannien war 2019 mit gesteigerten Umsätzen und einem weiteren Ausbau des E-Commerce und der digitalen Kanäle ein hervorragendes Jahr. Breguet erhöhte ihre Sichtbarkeit mit zahlreichen Events wie der Lancierung ihrer neuen Kollektion Marine und unterhielt ihre Kunden bei der Musikveranstaltung Glyndebourne Opera Festival. Blancpain baute ihr Vertriebsnetz aus und lud Kunden zur Blancpain Endurance GT Series in Silverstone. Glashütte Original arbeitete eng mit wichtigen Partnern zusammen und bewarb ihre Kollektion SeaQ. Omega feierte die Einführung ihrer neuen Kollektion Constellation mit einer wirkungsvollen integrierten Medienkampagne, unter anderem im legendären IMAX-Kino. Zur Feier des 50. Jubiläums



28



30



29



31

der Mondlandung und der Rolle des Zeitmessers Speedmaster bei der Apollo-11-Mission lud die Marke Prominente aus Film und Theater ins BBC Television Centre zu einem exklusiven Dinner. Longines hiess die britische Sportlerin und Freundin der Marke Victoria Pendleton in ihrer Markenfamilie willkommen und setzte ihre Partnerschaften mit wichtigen Akteuren des Pferdesports unter anderem beim Royal Ascot und der Longines Global Champions Tour fort. Rado arbeitete erneut mit dem Londoner Design-Event designjunction zusammen und liess Nachwuchstalente 2019 zum Thema «Imagine» beim Designwettbewerb *Rado Star Prize UK* antreten. Tissot feierte zum Jahresbeginn das NBA London Game in der O2-Arena mit hochkarätigen Gästen und weiteren Aktivitäten. Bei den UCI-Strassen-Weltmeisterschaften in Yorkshire erlebten Gäste der offiziellen Zeitnehmerin zudem ein atemberaubendes Rennen. Auch Certina verzeichnete ein erfolgreiches Jahr und eröffnete neue Verkaufsstellen. Produktlancierungen der Marke sorgten für ein positives Echo in den Medien und eine gesteigerte Berichterstattung. Hamilton bekräftigte ihre langjährige Verbindung zur Filmbranche mit der Vorstellung des neuen Films *Men in Black: International*. Swatch verzeichnete ein ereignisreiches Jahr. Die Lancierung der Kollektion Swatch X Bape® führte zu langen Schlangen vor ihrem Store in der Carnaby Street. Die Marke feierte ihre Kollektion Big Bold mit einer VIP-Party in einem Londoner Underground-Club, was in den sozialen Medien hervorragend aufgenommen wurde. Die Wiedereröffnung ihrer Flagship-Boutique in der Oxford Street sah einen Abend voller Überraschungen mit Live-Auftritten und LED-Schlagzeugern vor.

SWATCH GROUP IRLAND

32/33

Swatch Group Irland verzeichnete ein positives Jahr. Hochkarätige Events und gezielte Marketingaktivitäten erhöhten die Sichtbarkeit für alle Marken. Longines lud VIP-Gäste zu den spannenden Reitsportanlässen Dublin Horse Show und Irish Champions Weekend ein. Trainer, Besitzer und Jockeys der Siegerpferde erhielten einen Zeitmesser der Marke. Certina baute ihr irisches Einzelhandelsnetz mit einer neuen Verkaufsstelle im Terminal 2 des Flughafens Dublin aus. Gleiches gilt für Calvin Klein, die zudem die Lancierung ihrer Kampagne *NO TIME LIKE THE FIRST* mit wichtigen Einzelhandelspartnern feierte. Tissot lud als offizielle Zeitnehmerin ihre Gäste zum Finale des Heineken Champions Cup 2019. Swatch präsenzierte ihre Marke und neue Produkte irischen Medienvertretern und Meinungsführern erstmalig mit einem Grossevent, was zu einer erhöhten Berichterstattung in der Presse und den sozialen Medien führte.

SWATCH GROUP NORDISCHE LÄNDER

34/35

In Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden verzeichneten 2019 alle Marken der Swatch Group solide Ergebnisse. An der Kopenhagener Fashion Week präsentierte Omega Meinungsführern ihre neue Damenuhrkollektion Constellation Manhattan. Ausserdem feierte die Marke das 50. Jubiläum der NASA-Mission Apollo 11 im Beisein von Mondastronaut Charles Duke. Longines festigte ihre Position durch eine robuste Entwicklung und solide Umsatzzuwächse dank neuer Produkte und überzeugender Kollektionen. Zu den herausragenden Sportereignissen der Marke zählten unter anderem der Alpine Skiweltcup der FIS im schwedischen Åre und die Longines Global Champions Tour in Stockholm. Rado stellte bei einem VIP-Event in Oslo im Mai ihre neuen Produkte vor und setzte dabei den Fokus auf das Vintage-Design und die Kollektion Captain Cook. Mit digitalem Marketing stärkte die

Marke ihre Bekanntheit in allen vier Ländern. Tissot konzentrierte sich auf ihre wichtigsten sportlichen Aktivitäten. Als Finnland bei der IIHF Eishockey-Weltmeisterschaft Gold holte, verschaffte dies auch Tissot viel positive Aufmerksamkeit. In den anderen nordischen Ländern stand die Tour de France als besonderes Highlight im Mittelpunkt. Certina feierte das 60. Jubiläum ihres DS Concepts mit einem exklusiven Sondermodell der DS-1 mit Nivachron™-Spiralfeder. Als Sponsorin des Sommerski-Festivals Blink im norwegischen Sandnes trat die Marke ausserdem zusammen mit Biathlon-Legende Ole Einar Børndalen in Erscheinung. Calvin Klein ging neue Allianzen mit wichtigen Uhren- und Schmuckhandelsketten ein und verteidigte damit ihre Position als einzige Modemarke, die auch exklusive Swiss-Made-Uhren im Sortiment hat. Swatch legte den Schwerpunkt erneut auf den Ausbau ihrer digitalen Strukturen und intensivierte zu diesem Zweck ihre E-Commerce-Aktivitäten und ihr digitales Marketing. Eine starke Präsenz im Grosshandel und Travel Retail war ein weiterer Fokus der Marke, die sich darüber hinaus mit neuen Shop-in-Shops und Displays in allen nordischen Ländern bemerkbar machte.



32



34



33



35

SWATCH GROUP GRIECHENLAND

36/37

Swatch Group Griechenland setzte 2019 ihre positive Umsatzentwicklung insbesondere im Luxussektor und mit Tissot fort. Die Modemarken zeigten dauerhafte Stabilität. Für Omega zeichnete sich das Berichtsjahr durch solide Umsatzsteigerungen aus. Die Marke nutzte eine B2C-Strategie, die unter anderem zwei Boutiquen-Anlässe vorsah: einen zur Präsentation ihrer Neuheiten und einen zur gezielten Bewerbung einer ausgewählten weiblichen Kundschaft. Longines stärkte ihre Verbindung zum Pferdesport als stolze Sponsorin des Longines FEI Jumping Nations Cup, der erstmalig in Griechenland ausgetragen wurde und mit Tausenden reitsportbegeisterten Zuschauern und Medienvertretern grosse Aufmerksamkeit erregte. Rado legte ihr Hauptaugenmerk im Berichtsjahr auf ihre Kollektion Captain Cook, die dank einer äusserst wirkungsvollen Kampagne in den klassischen Medien und der speziellen Gestaltung der Verkaufsstellen und Shop-in-Shops ein grosser Erfolg war. Tissot erzielte mit zwanzig Shop-in-Shop-Eröffnungen bzw. -Renovierungen, zwei Brand Summits und zahlreichen Schulungen in den Verkaufsstellen erneut deutliche Umsatzsteigerungen. Im dritten Jahr ihrer Präsenz in Griechenland eröffnete Mido eine neue Verkaufsstelle auf Santorini sowie einen neuen Shop-in-Shop und organisierte zudem einen Brand Summit. Aufgrund ihrer Mitwirkung und Produktplatzierung in einer der weltweit beliebtesten Filmproduktionen erfuhr Hamilton beim Kinostart von *Men in Black: International* eine exzellente Berichterstattung in den Medien.

SWATCH GROUP TÜRKEI

38/39

In der Türkei optimierten die Marken der Swatch Group ihre Marktpositionen und dehnten ihre Geschäftstätigkeiten weiter aus. Harry Winston stärkte ihre Präsenz als Top-Marke für glanzvolle Schmuckkreationen und Luxus-Zeitmesser mit exklusiver Medienarbeit und einem VIP-Cocktailempfang. Omega baute ihre Marktposition mit zugkräftigen PR- und Marketingaktionen weiter aus. Die Marke feierte den 50. Jahrestag der ersten Mondlandung mit einem besonderen Event für Pressevertreter und VIP-Kunden. Longines war erneut Titelpartnerin und offizielle Zeitnehmerin der Weltmeisterschaften im Bogenschiessen und des Longines International Racing Festivals in Istanbul. Die Marke untermauerte ihre Präsenz im Land mit der Lancierung neuer Produkte, diversen PR-Events sowie Aktivitäten in den digitalen Kanälen. Rado steigerte ihre Markenbekanntheit und Sichtbarkeit durch ihr Engagement in den sozialen Medien und zusätzliche Shop-in-Shops an wichtigen Standorten. Dank ihres aktiven digitalen Marketings und intensiven Schulungsprogramms steuerte Tissot die Markenwahrnehmung und die Nachfrage auch im Berichtsjahr erfolgreich. Mit einem Megaevent für Blogger, Influencer und Pressevertreter sorgte die Marke für ausgezeichnete Ergebnisse. Hamilton feierte ihre über 80-jährige Zusammenarbeit mit der Welt des Films und profitierte von ihrer Rolle im neuen Film *Men in Black: International*. Balmain faszinierte ihre Kundinnen in der Türkei mit zeitgemässen Uhrenmodellen. Calvin Klein behauptete ihre erfolgreiche Marktposition sowohl durch Verkaufsstellen als auch ihre Präsenz in den Medien. Swatch konzentrierte sich weiter auf den Ausbau ihres Vertriebsnetzes. Die Marke eröffnete Stores im neuen Flughafen Istanbul und in Istinye Park, dem renommiertesten Einkaufszentrum Istanbul.



36



38



37



39

SWATCH GROUP POLEN

40/41

Omega feierte das 50-jährige Jubiläum der Apollo 11-Mission mit dem Anlass Golden Moments in einem Industriegebiet in Warschau. Die Marke lancierte die neue Damenuhrenkollektion Constellation Manhattan mit einer faszinierenden Hommage an die Weiblichkeit in ihrer Warschauer Boutique. Longines war offizielle Zeitnehmerin beim Reitsportevent CSIO 5 Star in Zoppot und kürte zudem den Sieger ihres Wettbewerbs um die älteste Longines-Uhr in Polen. Rado präsentierte die neuen Zeitmesser ihrer Kollektionen Tradition und der revolutionären, farbigen True Thinline bei der Einrichtungsmesse Warsaw Home. Bereits zum dritten Mal zeichnete die Öffentlichkeit Tissot auf dem Uhrenportal CH24.PL als *Uhr des Jahres* aus. Die Marke eröffnete ihren ersten offiziellen Online-Store in Polen und engagierte sich erneut als offizielle Zeitnehmerin für die Polen-Rundfahrt, des grössten polnischen Strassenradrennens. Certina feierte den 60. Geburtstag ihres DS Concept und lancierte das exklusive Sondermodell DS-1 Big Date mit Nivachron™-Spiralfeder. Swatch führte eine innovative, antimagnetische Nivachron™-Automatikuhr ein und lancierte im Mai ihre wichtigste Kollektion des Jahres Big Bold, die für junge Kreative bestimmt ist.

.....



40



42



41



43

SWATCH GROUP RUSSLAND

42/43/44

Mit einer Vielzahl an atemberaubenden und exklusiven Events steigerte Swatch Group Russland im Berichtsjahr ihre Bekanntheit und ihre Absatzzahlen deutlich.

Breguet stellte in ihrer Boutique in Moskau am *Tourbillon Day* eines ihrer wichtigsten neuen Produkte vor. Bei Harry Winston drehte sich an einem Cocktailempfang alles um die Haute-Joailierie-Kreationen ihrer spektakulären New York Collection, die im Verlauf des Abends vorgestellt wurde. Blancpain präsentierte im prunkvollen Moskauer Restaurant Baccarat Cristal Room eine exklusive Auswahl seltener und einzigartiger Zeitmesser sowie meisterhafte Exponate der hohen Uhrmacherskunst. Omega eröffnete ihre erste Boutique in St. Petersburg mit einem glanzvollen Event und feierte das goldene Jubiläum der erfolgreichen Apollo-11-Mission. Die Gäste konnten an einer interaktiven Mondlandung teilnehmen, die mithilfe moderner Technologien simuliert wurde – eine Hommage an die symbolträchtige Speedmaster Moonwatch und die reiche Geschichte der Marke.

Longines engagierte sich 2019 für diverse Sportereignisse, wie zum Beispiel das Pferderennen des Präsidenten-Cups der Russischen Föderation, die Junioren-Weltmeisterschaften der Rhythmischen Sportgymnastik und das Finale der Weltmeisterschaften im Bogenschiessen. Rado war als offizielle Zeitnehmerin beim Tennisturnier VTB Kremlin Cup im Einsatz, das im Berichtsjahr zum 30. Mal stattfand. Die Marke präsentierte ihre Designeruhren der Kollektion True an einer Ausstellung im Moskauer Möbelsalon Extra Class Interiors. Im Mittelpunkt stand die Zusammenarbeit mit der Künstlerin Evgenia Miro, die ihre kreativen Vorstellungen und Gedanken zum Thema Zeit in eine limitierte Rado True Thinline einfließen liess.

Tissot veranstaltete «City Run»-Roadshows in Nowosibirsk, Tjumen, Jekaterinburg, Rostow am Don und in Krasnodar. Bei den Roadshows im Stil einer Sportstätte konnten sich die Besucher bei den einzelnen Events an diversen Wettbewerben und Workshops beteiligen, Punkte sammeln, Preise gewinnen und die Uhren von Tissot genauer in Augenschein nehmen. Ausserdem lancierte Tissot ihre russische E-Commerce-Plattform. Certina beteiligte sich an einem Event des Magazins *Esquire*, nahm an einer Privatparty für Blogger der Zeitschrift *Marie Claire* teil und war beim Sportfestival *Become a Man* zu finden. *Men in Black: International* war eine der wichtigsten Filmpremieren des Jahres. Anlässlich des Kinostarts unterstrich Hamilton ihre enge Verbindung zur Filmwelt mit einer gross angelegten 360°-Werbekampagne, in der die Hauptdarsteller und ihr Uhrenmodell Ventura im Rampenlicht standen.

In ihrem Pop-up Store im exklusiven Warenhaus GUM verkaufte Swatch innerhalb nur eines Tages so gut wie ihre gesamte Kollektion Flymagic an Kunden, die sich bereits zuvor für den Erwerb der Uhren angemeldet hatten. Die Uhren der Kollektion Swatch X Bape® Big Bold waren innerhalb von fünf Stunden komplett an Limited-Edition-Sammler ausverkauft, die vor dem Store im GUM Schlange standen. An einem speziellen Medienevent in Kooperation mit Mastercard stand die Lancierung von SwatchPAY! in Russland im Mittelpunkt.



44

SWATCH GROUP USA, KARIBIK UND LATEINAMERIKA

45/46/47/48/49

Swatch Group USA verzeichnete 2019 mit Umsatzzuwächsen und einem Ausbau der Marktanteile in allen Segmenten ein erfolgreiches Jahr. Breguet feierte ihre neue Kollektion Marine mit einem Event in Malibu und unterstrich dabei sowohl ihre lange Tradition als Navigatorin der Weltmeere als auch ihre Partnerschaft mit der Stiftung Race for Water, die sich dem Schutz der Ozeane verschrieben hat. Mit der Ausstellung *Timeless Elegance* würdigte Blancpain in ihrer Boutique in der New Yorker Fifth Avenue die Schauspielerin Marilyn Monroe und feierte die moderne Frau. Neben selten gezeigten Marilyn-Monroe-Porträts des Fotografen Lawrence Schiller waren bei dem Event auch diverse private Gegenstände der berühmten Schauspielerin zu sehen. Glashütte Original präsentierte ihre SeaQ, die von der ersten Taucheruhr der Manufaktur aus dem Jahr 1969 inspiriert ist. Jaquet Droz lud zu diversen VIP-Events ein, unter anderem zu einem exklusiven Empfang für Kunden und Pressevertreter in ihrer Boutique in New York City. Omega startete ihre Feierlichkeiten anlässlich des 50. Jubiläums der erfolgreichen Apollo-11-Mission mit einer Gala im Kennedy Space Center in Anwesenheit zahlreicher internationaler Stars. Der glamourösen Veranstaltung folgten weitere Events im ganzen Land. Anlässlich ihrer Partnerschaft mit Fratello Watches organisierte Omega in New York City ein Speedy Tuesday Event, an dem der ehemalige Astronaut und Markenbotschafter Terry Virts sowie Fratello-Gründer Robert-Jan Broer zu Gast waren. Longines richtete unter dem Titel *Female Power Players* eine Podiumsveranstaltung aus, an der unter anderem Ski-Weltmeisterin Mikaela Shiffrin und die Schauspielerin Carla Gugino teilnahmen. Als offizielle Zeitnehmerin und Uhr der Pferderennen Kentucky Derby und Longines Kentucky Oaks feierte Longines stolz die Siege von Country House beim Kentucky Derby sowie von Serengeti Empress bei den



45



46

145. Kentucky Oaks. Rado präsentierte sich an der New York Fashion Week als exklusive Zeitnehmerin der Modeschau *Klarna STYLE360*. Auf und neben dem Laufsteg waren Models, Prominente und Designer zu sehen, die die neuesten Uhren von Rado trugen. An den *American Icon Awards* wurde Al Pacino mit einer Rado geehrt. Der Zeitmesser wurde ihm von seinem Schauspielkollegen Robert De Niro überreicht. Für Tissot war 2019 ein Jahr der Premieren: Neben ihrem ersten Pop-up Store waren auch die Tissot Style Lounge beim NBA All-Star Game und ein NBA-Concept-Store in Midtown Manhattan echte «Uraufführungen». Tissot kreierte die offizielle Uhr für die Brooklyn Nets, ihren neuesten Partner im NBA-Team. Hamilton feierte ihre lange und innige Beziehung zur Welt des Films. Anlässlich eines Events mit Hodinkee in New York wurde die Khaki Field Murph lanciert. Die Khaki Field Auto Chrono stand dem Agenten John Krasinski zudem in *Tom Clancy's Jack Ryan* erneut zu Diensten. Ausserdem stellte Hamilton in New York ihre Khaki Pilot Schott NYC vor. Anlässlich des Musikfestivals Coachella startete Swatch eine Reihe dynamischer Events rund um ihre Kollektion Big Bold. Zudem lancierte die Marke ihre Kollektion Swatch X You City und setzte ihre Partnerschaften mit der Drone Racing League und den Vans US Open of Surfing fort. Im Juni veranstaltete Swatch die angesagteste Stadtviertelparty in New York City, die der neuen Kollektion Big Bold ein gewaltiges Echo in den sozialen Medien bescherte.



47



49



48



50

SWATCH GROUP KANADA

50/51/52

Das Berichtsjahr 2019 war für Swatch Group Kanada äusserst ergiebig. Breguet, Blancpain, Glashütte Original und Jaquet Droz bauten ihre Markenpräsenz im Prestigesegment erneut erfolgreich aus. Omega führte neue Konzeptmöbel bei ihren Einzelhändlern ein und behauptete ihre Position als Marktführerin im kanadischen Luxussegment. Zu den Medien- und Event-Highlights der Marke zählte die Feier zum 50-jährigen Jubiläum der ersten Mondlandung. Longines stärkte ihre Verbindung zum Sport und präsentierte ihre neuen Produkte wie das Modell HydroConquest bei lokalen Anlässen. Die beiden Wettbewerbe *Rado Star Prize* und *Design Offspring* wurden erstmals in Kanada bei der Interior Design Show in Toronto ausgetragen. Tissot verzeichnete ein herausragendes Jahr mit soliden Umsatzsteigerungen als offizielle Sponsorin und Zeitnehmerin beim historischen NBA-Sieg der Toronto Raptors. Mido setzte ihre erfolgreiche Expansion in Kanada fort. Swatch stärkte ihre Präsenz im Reiseeinzelhandel, eröffnete einen neuen Store in Ottawa, ging interessante Sportpartnerschaften ein und organisierte Medienevents.

SWATCH GROUP MEXIKO

53/54/55

Breguet sponserte die jährlich stattfindende Kunstauktion *Grupo de los 16* und erweiterte ihr Vertriebsnetz um einen neuen Verkaufspunkt. Blancpain veranstaltete eine erfolgreiche Roadshow beim Einzelhändler Watch Fest in Monterrey. Omega feierte den 50. Jahrestag der ersten Mondlandung und der Apollo-11-Mission und nutzte die historische Gelegenheit, um die einzigartige Verbindung der Marke zur Raumfahrt hervorzuheben. Longines lancierte während ihrer Global Champions Tour Mexico ihre HydroConquest Full Ceramic. Bei einem speziellen Event präsentierte Rado als Master der Materialien mit der neuen Kollektion True Thinline Les Couleurs™ Le Corbusier ihre prominenteste Innovation des Jahres. Tissot konzentrierte sich strategisch auf den digitalen Markt und beeindruckte mit einer sehr erfolgreichen Präsentation ihrer neuen Produkte. Zu den Highlights von Mido zählten die Eröffnung der siebten Boutique der Marke in Mexiko, die Lancierung der limitierten Edition Ocean Star Tulum und eine starke Werbekampagne für ihre Damenuhren mit mexikanischer Prominenz. Für Hamilton waren die Khaki Field Murph und die Ventura Skeleton ein Riesenerfolg. Calvin Klein stärkte ihre Präsenz im Schmuck- und Modeeinzelhandel mit einem attraktiven Shop-in-Shop. Swatch eröffnete eine neue Boutique in Monterrey und lancierte ihre Kollektion Big Bold in urbanem Ambiente mit Musik, Neonfarben und Designelementen.



53



51



54



52



55

SWATCH GROUP AUSTRALIEN

56/57

Swatch Group Australien konzentrierte sich 2019 wie in den vergangenen Jahren verstärkt auf die Vertriebsentwicklung und das operative Geschäft. Breguet und Blancpain erzielten solide Umsatzsteigerungen sowie eine positive Entwicklung ihrer Vertriebsniederlassungen und setzten kreative integrierte Marketingkampagnen um. Glashütte Original und Jaquet Droz erhöhten ihre Markenbekanntheit im Land und bauten ihre Vertriebsnetze aus. Omega feierte das 50. Jubiläum der ersten Mondlandung mit einer starken integrierten Marketingkampagne, einschliesslich einer Galaveranstaltung mit Apollo-16-Astronaut Charlie Duke, und steigerte so ihre Markenbekanntheit und die Verkaufszahlen der Speedmaster. Die Botschafter der Eleganz von Longines André Agassi und Stefanie Graf eröffneten eine zweite Boutique der Marke in der renommierten Einkaufsstrasse Collins Street in Melbourne. Die Marke führte zudem ihren Online-Shop offiziell auf www.longines.com.au ein. Rado lancierte ihre Kollektion Captain Cook mit einer gross angelegten Werbestrategie. Rado YoungStar Ashleigh Barty belegte den ersten Platz der WTA-Weltrangliste und stärkte damit die Markenpartnerschaft. Tissot eröffnete ihre erste Boutique im Einkaufszentrum Mid City Centre in Sydney. Ebenfalls in Sydney feierte die Marke die internationale NBA-Partnerschaft mit einer spektakulären *NBA Finals Party*. Mido konzentrierte sich auf den Ausbau und die Präsenz ihres Vertriebsnetzes und stärkte ihr Profil mit einer umfassenden Kampagne in den sozialen Medien. Calvin Klein startete eine neue

Kampagne und baute ihre Markenbekanntheit und die Beziehung zu den Grosshandelspartnern weiter aus. Swatch setzte weiterhin auf eine robuste E-Commerce-Plattform und lancierte Schlüsselprodukte im Rahmen einer eindrucksvollen 360°-Kommunikationskampagne. Flik Flak verzeichnete vielversprechende Umsatzzuwächse über alle Vertriebskanäle und insbesondere im Online-Handel.

SWATCH GROUP CHINA

58/59/60/61/62/63

Swatch Group China verzeichnete 2019 erneut ein Rekordjahr, insbesondere im Prestige-, Premium- und Luxussegment. Der E-Commerce boomte durch die starke Präsenz aller Segmente über sämtliche Kanäle hinweg, einschliesslich Websites, Plattformen von Drittanbietern und Internet-Einzelhändlern. Als offizielle Zeitnehmerinnen waren Longines und Tissot beim *Double 11* von Tmall bzw. JD.com im Einsatz.

Die Division Customer Service (CS) startete im Juli erfolgreich ein SAP-Projekt. Modernste Digitaltechnologie verbesserte das Kundenerlebnis, optimierte die Prozesse und steigerte die Effizienz des Reparaturbetriebs.

Breguet erweiterte ihr Vertriebsnetz mit neuen Boutiquen in den Mix-City-Einkaufszentren in Xiamen und Shenzhen sowie der wiedereröffneten Boutique im Einkaufszentrum Hangzhou Tower. Der Autor des Buches *Breguet, horloger depuis 1775* Emmanuel Breguet sprach in Schanghai über das beeindruckende Vermächtnis der Marke. Harry Winston feierte das 20-jährige Jubiläum ihrer Kollektion Avenue mit einem Zeitmesser aus Weissgold mit Mondphase. Blancpain gab im Oktober die Gewinner des *Imagunist*

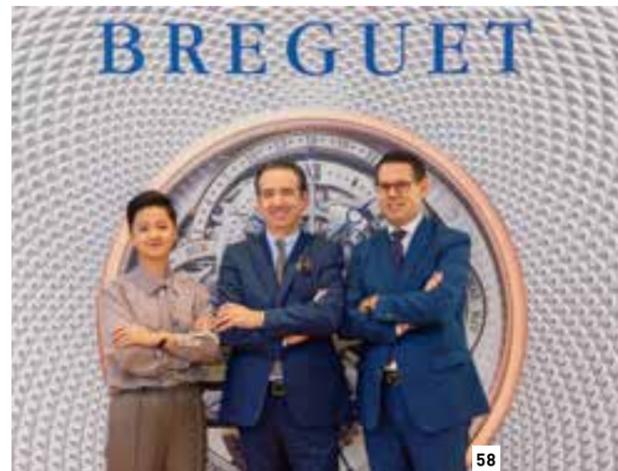
Literary Prize sowie des *Youth Entrepreneur Prize* bekannt. Im Peking Einkaufszentrum China World Mall eröffnete die Marke ihre landesweit grösste Flagship-Boutique. Anlässlich der Lancierung ihrer limitierten Edition Panolnverse präsentierte Glashütte Original einem lokalen Publikum ihre Kunst der Handgravur. Jaquet Droz lancierte ihren Magic Lotus Automaton im Beisein von Topmanagement und besonderen Gästen. Der Schauspieler Eddie Redmayne war bei der Eröffnung der Ausstellung *Planet Omega* in Schanghai zugegen. Zudem feierte Omega im Berichtsjahr das 50-jährige Jubiläum der Apollo-11-Mission und liess ihre eigene Weltraumvergangenheit mit Bildern und Skulpturen eines goldenen Astronauten in ganz China aufleben.

Longines behauptete ihre Position als Marktführerin und gewann im Mai die weltbesten Pferde und Reiter für die Teilnahme an der Longines Global Champions Tour in Schanghai. Die Botschafterin der Eleganz von Longines Zhao Liying überreichte dem Gewinner der neunten Ausgabe der Longines Equestrian Beijing Masters im Nationalstadion Bird's Nest in Peking einen eleganten Zeitmesser. Rado eröffnete eine Boutique im Peking Einkaufszentrum APM. Im Zuge ihres Tmall-Erfolgs hielt die Marke ausserdem ihre Dynamik im E-Commerce mit einem Flagship-Store auf JD.com weiterhin auf hohem Niveau. Seit ihrem Eintritt in den chinesischen Markt 2018 hat Union Glashütte bereits zwanzig Verkaufsstellen eröffnet.

Im Beisein der Markenbotschafterin Liu Yifei lancierte Tissot in Schanghai ihren Zeitmesser Carson Premium und bereicherte die internationale Messe China International Import Expo mit ihrem Schweizer Lebensstil. Certina feierte das 60-jährige Jubiläum der Sea Turtle Conservancy mit der Taucheruhr DS Action Diver STC Special Edition. Zum 75-jährigen Bestehen der Kollektion Ocean

Star lancierte Mido das Modell Ocean Star Tribute. Zudem war die Marke als Partnerin der Red Bull Cliff Diving World Series im Einsatz. Als Hommage an ihre langjährige Verbindung zur Filmwelt lancierte Hamilton mit Khaki Field Murph eine originalgetreue Nachbildung der Uhr aus dem Film *Interstellar*. Zur Standardausrüstung der *Men-in-Black*-Agenten zählte auch im Berichtsjahr die faszinierende Hamilton Ventura. Mit ihrer Schaufenstergestaltung für die von den Vierzigerjahren inspirierte Kollektion Glimpse löste Calvin Klein eine neue Liebe für Filmklassiker aus.

Swatch zog mit der Eröffnung von Flagship-Stores in den Einkaufszentren SKP in Peking und Yu Garden in Schanghai Premiumkunden an und steigerte ihre Markenbekanntheit darüber hinaus auch mit der Lancierung eines Online-Shops auf WeChat.



SWATCH GROUP HONGKONG

64/65/66/67

Swatch Group Hongkong setzte ihre langfristigen Investitionen zur Verbesserung des Kundendienstes in einem schwierigen Umfeld fort. Die Optimierung des Vertriebsnetzes, enge Partnerschaften mit Einzelhändlern, der Fokus auf das Kundenerlebnis, verbesserte Mitarbeiterschulungen und Investitionen in einen effizienteren Betrieb trugen zum Erfolg bei.

Im März erinnerte Breguet mit ihrer Kollektion Marine an der Ausstellung Beyond Plastic: Breguet, the Marine Explorer im 1881 Heritage an ihr maritimes Vermächtnis und unterstrich ihre Unterstützung für saubere und plastikfreie Meere. Harry Winston präsentierte drei verschiedene Métiers-d'Art-Zeitmesser. Die handgefertigten Uhren sind jeweils mit einem einzigartigen Zifferblatt versehen und zeugen vom herausragenden Know-how der Marke. Blancpain zeigte ihren Dokumentarfilm Fifty Fathoms bei Privatvorstellungen und enthüllte ihre neuen Produkte für 2019 in ihrer Boutique im Central District von Hongkong. Glashütte Original steigerte ihre Markenbekanntheit weiter und optimierte das Kundenerlebnis mit Ausstellungen und VIP-Events in der Boutique, die grossen Anklang fanden. Jaquet Droz eröffnete im Juni im Beisein von TV- und Kinostar Moses Chan sowie zahlreichen nationalen und internationalen Topmanagern der Marke eine neue Boutique in Harbour City. Omega lancierte gemeinsam mit der langjährigen Markenbotschafterin Cindy Crawford im neu gestalteten Store im Einkaufszentrum K11 Art eine neue Constellation Manhattan.

Longines eröffnete neue Boutiquen im Einkaufszentrum New Town Plaza Shatin und im Internationalen Flughafen Hongkong und modernisierte ihre Stores an der Lockhart Road und im Einkaufszentrum Star House mit einem eleganten neuen Designkonzept. Rado zeigte ihre Ausstellung Elements of Time in Harbour City. Die neue Kollektion True Thinline Les Couleurs™ Le Corbusier wurde vorab im Pop-up Store im IFC präsentiert. Für ihren Markteintritt in Hongkong ging Union Glashütte eine Partnerschaft mit Elegant Watch & Jewellery ein.

Tissot war Titelsponsorin des UCI-Bahnrad-Weltcups im Hongkonger Velodrom, der vom 29. November bis 1. Dezember stattfand. Zum 60. Geburtstag von DS Concept präsentierte Certina die DS-1 Big Date mit verbesserter Widerstandsfähigkeit gegenüber Magnetfeldern dank der innovativen Nivachron™-Spiralfeder. Mido lud im April Freunde der Marke sowie Medien- und Einzelhandelspartner dazu ein, ihre jüngsten Kreationen zu erleben. Hamilton feierte ihre Zusammenarbeit mit über 500 grossen Filmproduktionen, präsentierte neue Produkte bei einem Presselunch und steigerte ihre Sichtbarkeit auf mehreren Online-Plattformen. Calvin Klein eröffnete im Internationalen Flughafen Hongkong einen neuen Concept Store, der die Markenkennzeichen Mode und Modernität perfekt zum Ausdruck bringt.

Zur Lancierung ihrer Kollektion Big Bold entfachte Swatch mit einem interaktiven Event im Juni grosse Begeisterung und verschaffte der Marke damit noch mehr Dynamik. Im August eröffnete Hour Passion im Einkaufszentrum Citygate Outlets in Tung Chung ihren ersten Multimarken-Concept Store in Hongkong.



64



66



68



70



71



65



67

SWATCH GROUP MACAU

68/69

Swatch Group Macau verzeichnete erneut ein erfolgreiches Jahr. Mit neuen Stores, Sonderaktionen und einem verbesserten Kundenerlebnis lag das Hauptaugenmerk der Marken auch im Berichtsjahr auf dem Ausbau des Einzelhandels. VIP-Gäste zeigten sich beim Tourbillon Day von Breguet im Venetian Macao beeindruckt von der neuen Classique Tourbillon Squelette 5395. Blancpain und Glashütte Original organisierten Boutiquen-Events mit einem Fokus auf markenspezifische Kundenerlebnisse. Jaquet Droz präsentierte antike Zeitmesser in einer Ausstellung im Macau Timepiece Museum und stellte ihre neuen Produkte vor. Zur Feier des 50-jährigen Jubiläums der ersten Mondlandung lud Omega VIP-Gäste zu einem exklusiven Dinner im Galaxy ein und eröffnete ihre siebte Boutique in Macau im Hotel Wynn. Longines kreierte die Weihnachtsdekoration in den Sands-Macao-Hotels Venetian und Parisian. Rado verewigte das Vermächtnis und den mutigen Geist der Stadt mit ihrem Sondermodell HyperChrome 1616 Macau für künftige Generationen. Tissot feierte den Macau Grand Prix gemeinsam mit Kunden, Rennteams, Medienvertretern und Fans in einer Reihe von Events. Mido stärkte ihren Einzelhandelsvertrieb mit ihrem ersten Store im Hotelkomplex Studio City. Calvin Klein führte ihr neues Einzelhandelskonzept im Venetian Macao ein. Swatch eröffnete ihren allerersten Pop-up Store in Macau mit einem neuen Design im Sands Cotai Central.

SWATCH GROUP TAIWAN

70/71/72

Swatch Group Taiwan erhöhte ihren Gesamtmarktanteil und profitierte von ihrer langfristigen Strategie mit Schwerpunkt auf dem inländischen Wachstumsmarkt. Breguet, Blancpain und Glashütte Original stärkten ihre qualitative Aufstellung mit neuen Einzelhändlern. Im Taipei 101 feierte Breguet den Tourbillon Day, während Blancpain ihre Kollektion Fifty Fathoms ausstellte. Harry Winston, Jaquet Droz und Glashütte Original präsentierten an mehreren Events das Savoir-faire und die Handwerkskunst ihrer Marken. Omega verzeichnete zweistellige Umsatzzuwächse mit ihrer Kollektion Speedmaster. Mit der Lancierung ihrer Master Collection Moonphase und der Eröffnung eines Stores im Taipei 101 steigerte Longines ihre Bekanntheit und ihren Anteil am nationalen Markt. Rado, Hamilton und Swatch starteten neue E-Commerce-Kanäle. Durch den starken Fokus auf die Zeitmesser Captain Cook zählte die Kollektion 2019 zu den Top 3 von Rado. Sport ist ein grundlegender Bestandteil der Marken-DNA von Tissot: Die Marke setzte bei ihrem neuen Store im Taipei 101 erstmals ein Sportwand-Dekorationskonzept ein. Mido feierte die Lancierung ihrer Kollektion Rainflower in Asien. Hamilton bewarb ihren Platz im Herzen der Kinowelt mit Zeitmessern in limitierter Edition. Swatch widmete ihrer Kollektion Swatch X You Canvas einen Pop-up Store im Taipei 101. Die Marke verzeichnete einen zweistelligen Umsatzzuwachs und steigerte ihre Bekanntheit.



69



72

SWATCH GROUP SINGAPUR

73/74/75

Swatch Group Singapur stärkte 2019 ihre Markenpräsenz unter schwierigen Geschäftsbedingungen. Breguet enthüllte ihre Kollektion Marine vor ausgewählten Gästen in der Marina Bay Lagune. Harry Winston präsentierte ihre neuen Produkte erstmals 30 lokalen Redakteuren im Ion Salon. Gemeinsam mit VIP-Kunden feierte Blancpain ihre Partnerschaft mit dem Sternekoch Julien Royer und präsentierte ihre Neuheiten.

Glashütte Original stellte ihre Kollektion Senator in einer Ausstellung im Marina Bay Sands zur Schau. Jaquet Droz erhöhte ihre Markenpräsenz mit neuen Produkten und temporären Ausstellungen. Omega feierte Singapurs 200-Jahrfeier mit der Bicentennial Seamaster in limitierter Edition und den 50. Jahrestag der Apollo 11 mit einer neuen Speedmaster. Der Longines-Botschafter der Eleganz Aaron Kwok war bei der Lancierung der HydroConquest Ceramic in Asien zugegen. Rado lancierte ihre Kollektion True Thinline Les Couleurs™ Le Corbusier und eröffnete ihren Flagship Store feierlich im Kaufhaus Wisma Atria im Beisein des Präsidenten der Marke Matthias Breschan. Mit ihrem ersten Basketballkurs auf einem einzigartigen Basketballplatz auf dem Dach festigte Tissot ihre Markenpräsenz und ihre Partnerschaft mit der NBA. Mido legte ihren Schwerpunkt weiter auf digitales Marketing und steigerte ihre Bekanntheit mit der Lancierung der Kollektion Rainflower. Hamilton feierte ihre mehr als 85-jährige Präsenz im Filmgeschäft mit einer sehr erfolgreichen Roadshow für ihre Khaki Field Murph. Calvin Klein erhöhte die Sichtbarkeit der Marke mit ihrer Kampagne NO TIME LIKE THE FIRST. Mit der Lancierung ihrer Uhren Singapore Tale und Big Bold entfachte Swatch grosse Begeisterung bei Einheimischen und Touristen.



73

SWATCH GROUP MALAYSIA

76/77/78

Swatch Group Malaysia setzte ihr stetiges Wachstum durch strategische Beziehungen zu Grosshandelspartnern und den Ausbau ihres Vertriebsnetzes weiter fort. Breguet präsentierte VIP-Kunden bei exklusiven Anlässen ihre Schmuckuhren und Modelle mit grossen Komplikationen. Blancpain legte bei einem Event in Sabah das Hauptaugenmerk auf ihre Neuheiten für Sammler und auf die Kollektion und Kampagne Ocean Commitment. Jaquet Droz lancierte neue Produkte mit ihrem Einzelhandelspartner Swiss Watch Gallery und nahm an dessen berühmter Ausstellung Art of Time im Pavilion Kuala Lumpur teil. Glashütte Original feierte die Eröffnung eines Verkaufspunktes mit Cortina Watch im Einkaufszentrum Imago in Kota Kinabalu. Omega steigerte ihre Umsätze mit einem erweiterten Einzelhandelsnetz. Die Marke konzentrierte ihre Werbemassnahmen auf die Kollektionen Constellation und Speedmaster sowie auf die erstmalige Austragung des Golfturniers Omega Golf Trophy in Malaysia. Der Botschafter der Eleganz von Longines Aaron Kwok war bei der Eröffnung der neuen Boutique auf Penang zugegen. Zudem förderte die Marke ihre Absätze mit Einzelhandelsaktivitäten und der Lancierung der Kollektion Captain Cook. Mido konnte ihre Position im lokalen Markt mit einer Ausstellung im Einkaufszentrum Pavilion weiter festigen. Hamilton steigerte ihre Sichtbarkeit mit ihrer Präsenz im Film Men in Black: International sowie Aussen- und In-Store-Werbung. Tissot eröffnete zwei weitere Boutiquen und präsentierte ihre Neuheiten im Rahmen des Konzepts Hour of Tissot im Einkaufszentrum Suria KLCC. Certina arbeitete mit strategischen Partnern und dehnte ihr Vertriebsnetz auf neue Märkte aus. Die Lancierung von #mycalvins belebte die In-Store-Displays von Calvin Klein mit farbigen, modischen Uhrenarmbändern. Swatch begleitete die Einführung ihrer Kollektion Big Bold in allen Online-Medien und mit Aussenwerbung. In zwei Verkaufsstellen war die Swatch X Bape® innerhalb von 30 Minuten ausverkauft.



75



74



76

SWATCH GROUP THAILAND

79/80/81

Swatch Group Thailand baute 2019 ihren Marktanteil vor Ort trotz sinkender Absatzzahlen im Tourismusgeschäft aufgrund des starken thailändischen Baht weiter aus. Breguet unterstrich die lange Tradition der Marke mit gezielter Medienkommunikation und passenden VIP-Events. An einem «Art of Living»-Anlass in dem mit zwei Michelin-Sternen ausgezeichneten Restaurant Sühring rückte Blancpain in Bangkok die zahlreichen Berührungspunkte zwischen der Haute Horlogerie und der Haute Cuisine ins Zentrum der Aufmerksamkeit. Glashütte Original konzentrierte sich in Kooperation mit ihren Einzelhandelspartnern auf die Lancierung ihrer Taucheruhr SeaQ aus der neuen Kollektion Spezialist. Omega feierte den 50. Jahrestag der ersten Mondlandung mit hochkarätigen Events, die in den Medien auf ein grosses Echo stiessen. Longines lancierte ihre HydroConquest und stellte den thailändischen Schauspieler Mario Maurer als neuen Freund der Marke vor. Hamilton präsentierte anlässlich des Kinostarts von Men in Black: International ihre Kollektion Ventura. Rado gab ihre Zusammenarbeit mit der Schauspielerin Taew Natapohn Tameeruks als neue Botschafterin der Marke in Thailand bekannt. Tissot eröffnete Verkaufsstände in Chiang Mai, Phuket und Pattaya und optimierte so ihr Vertriebsnetz. Mido stärkte ihre



77



80



79



78



81

Präsenz am lokalen Markt mit zwanzig Pop-up Stores im ganzen Land. Mit der Flymagic, die als limitierte Edition lanciert wurde und als erste Uhr weltweit mit der innovativen Nivachron™-Spiralfeder ausgestattet ist, gelang Swatch im berühmten Bangkokener Einkaufszentrum Siam Paragon ein grossartiges Asien-Debüt.

SWATCH GROUP SÜDKOREA

82/83/84/85

Angesichts eines dynamischen nationalen Marktes und nachhaltigen Wachstums im Reiseeinzelhandel sowie einer qualitativen Aufwertung des Vertriebsnetzes erzielte Swatch Group Südkorea das zweite Jahr in Folge Rekordumsätze. Breguet feierte ihre neue Kollektion Marine mit einem Lancierungsevent, an dem die Gäste einen traumhaften Blick über den Fluss Han in Seoul genossen. Blancpain stellte an einer Veranstaltung im Rahmen ihrer *Ocean-Commitment*-Kampagne Unterwasserfotografien aus, die von Freunden der Marke stammten. Omega organisierte in Seoul eine Ausstellung zur Feier des goldenen Jubiläums der erfolgreichen Apollo-11-Mission und ihrer neuen Speedmaster-Modelle in limitierter Edition.



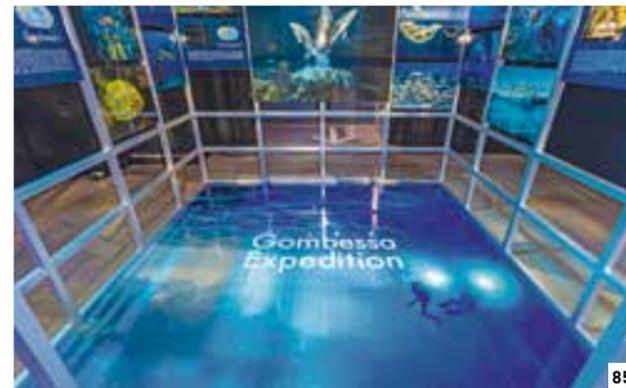
82

Longines setzte ihr dynamisches Umsatzwachstum kanalübergreifend fort und steigerte ihre Bekanntheit durch die Kooperation mit dem Schauspieler und Longines-Botschafter der Eleganz Jung Woo-Sung. Rado lancierte die Kollektionen Captain Cook und Golden Horse und rückte ihre Design-DNA zudem an der Seoul Living Design Fair in den Blickpunkt. Mit Testimonials von Prominenten zu ihren Kollektionen Lovely Square und Seastar richtete sich Tissot in den sozialen Medien an die Generation der Millennials und begeisterte am Basketballturnier FIBA Asia 3x3 Cup junge Fans der Marke. Mido sorgte mit landesweiten Roadshow-Events das ganze Jahr über für eine hohe Sichtbarkeit und steigerte so ihre Markenbekanntheit. Hamilton veranstaltete in der Buchhandlung Book Park im Seouler Stadtviertel Hannam eine Sonderausstellung. An diesem Anlass feierte die Marke die Lancierung ihrer Khaki Field Murph und deren unvergesslichen Auftritt im Kinofilm *Interstellar*.

Swatch festigte ihre Position mit der Eröffnung eines fünfstöckigen Flagship-Stores in Myeongdong, Seouls belebtester Einkaufsadresse. Die Marke sponserte ausserdem das beliebte Midnight Picnic Festival. An diesem grössten Surf- und Musikfestival Südkoreas stellte Swatch ihre Big Bold vor und richtete sich mit einer Reihe toller Aktivitäten an die anwesenden Millennials.



84



85



83

SWATCH GROUP JAPAN

86/87/88/89

Für Swatch Group Japan verlief das Jahr 2019 sehr erfolgreich. Ihre Marken verzeichneten ein gesundes Wachstum und solide Gewinne. Die Marken profitierten von Renovierungen grosser Einkaufszentren und steigerten mit neuen Shop-in-Shops ihre Sichtbarkeit und Umsätze. Neben traditionellen Vertriebskanälen investierten sie auch in neue E-Commerce-Plattformen wie Yahoo! und Rakuten Brand Avenue, die die erfolgreichen Online-Stores von Tissot, Hamilton und Swatch ergänzen. Gut organisierte Events und gezielte Medienkampagnen trugen ebenfalls zum Wachstum bei.

Breguet stärkte ihre Marktposition mit einem spektakulären Event im Park Hyatt in Tokio weiter. VVIP-Kunden aus ganz Japan kamen in den Genuss, sich die Guilloche-Technik von einem der Meisterhandwerker der Marke zeigen zu lassen. Blancpain präsentierte ihre Kollektion Fifty Fathoms bei einem Anlass im Luxuseinkaufszentrum Ginza Six einem grossen Publikum und verzeichnete ein erfolgreiches Jahr. Omega feierte das 50-jährige Jubiläum der Apollo-11-Mondlandung und enthüllte am 24. Juli genau ein Jahr vor der Eröffnungszereemonie der Olympischen Spiele 2020 in Tokio die Countdown-Uhr am Marunouchi Square im Beisein von IOC-Funktionären und der Gouverneurin von Tokio. Die Countdown-Uhr befindet sich direkt vor dem Bahnhof Tokio.

Longines stärkte ihre Position im japanischen Markt mit der erfolgreichen Lancierung einer japanischen Edition ihrer La Grande Classique. Die Marke lud mehr als 250 Medienvertreter und Prominente ins angesagte Kudan House. Die von der japanischen

Künstlerin Ayako Suwa gestaltete True Thinline Toge wurde unter grossem Medieninteresse in der Cité du Temps im Hayek Center lanciert, was die Marktposition von Rado stärkte. Tissot setzte ihr Wachstum in Japan fort und setzte mit der Eröffnung eines Concept Stores im Herzen des angesagten Quartiers Daikanyama einen neuen Meilenstein für die Marke. Hamilton stärkte ihr trendiges Image und ihre führende Position in ihrem Preissegment erneut mit einer gross angelegten und wirkungsvollen Kommunikationskampagne rund um ihre enge Verbindung zu Hollywood.

Für Swatch war 2019 ein ereignisreiches Jahr. Im Mai lancierte die legendäre Marke ihre Uhren aus der Kollaboration mit der Designermarke A Bathing Ape (Bape®). Swatch lud mehr als 300 Gäste aus der ganzen Welt zu diesem Anlass ein und erntete unmittelbaren Erfolg, wovon lange Schlangen vor den Swatch Stores zeugten. Im Juni präsentierte die Marke ihre Flymagic in einem Pop-up Store in Daikanyama. Am Jahresende stärkte Swatch ihren Ruf als innovativste Marke der Branche mit der Lancierung der Swatch X You Designs in einem Pop-up Store im Einkaufszentrum Isetan.



86



88



87



89

SWATCH GROUP INDIEN

90/91/92/93

Swatch Group Indien verzeichnete trotz der schwierigen Marktbedingungen erneut ein Rekordjahr. Die Prestigemarken etablierten ihre Präsenz in Hyderabad. Breguet und Blancpain eröffneten einen neuen Verkaufspunkt in Mumbai. Breguet stärkte ihre führende Position in der Haute Horlogerie mit dem Verkauf einer Sympathischen Pendule. Blancpain personalisierte eine Lakshmi-Uhr mit einem Zifferblatt aus Shakudō, präsentierte eine einzigartige Ganesh-Uhr und Zeitmesser mit grosser Komplikation in Delhi, wo Jaquet Droz ihre Kollektion Automaton vorstellte. Omega erzielte ein solides Wachstum und lancierte ihre Kollektion Constellation Manhattan im Beisein der Schauspielerin Vani Kapoor in der modernisierten Boutique im renommierten Einkaufszentrum UB City Mall in Bangalore. Longines lancierte ihre HydroConquest in Chennai gemeinsam mit Botschafterin der Eleganz Aishwarya Rai Bachchan. Die Marke bewarb ihre Kollektionen Conquest V.H.P., Record und Master mit den Freunden der Marke Rana Daggubati, Bhumi Pednekar und Sanya Malhotra. Die digitalen Kampagnen der Marke umfassten #PairupwithLongines und #AnniversarywithLongines. Rado eröffnete drei neue Verkaufspunkte und ist nunmehr mit insgesamt 24 Boutiquen in Indien präsent. Im Kino-Blockbuster *War* mit Markenbotschafter Hrithik Roshan war der Zeitmesser HyperChrome nicht zu übersehen. Rado nahm an der Kunstmesse *India Art Fair* teil, kündigte den *Rado Star Prize India* an und arbeitete mit den Designern Thukral & Tagra zusammen. Markenbotschafterin Lisa Ray und Markenfreundin Chitrangadha Singh warben für die Damenkollektion der Marke. Tissot baute ihr Vertriebsnetz mit 35 Shop-in-Shops und drei neuen Stores weiter aus. Markenbotschafterin Deepika Padukone eröffnete eine der neuen Boutiquen im Einkaufszentrum VR Chennai und lancierte gleichzeitig das Damenmodell PR100 Chrono Sports Chic. Tissot konzentrierte sich im Online-Marketing auf Influencer-Kampagnen. Balmain stärkte ihre Prä-

senz im Travel Retail mit neuen Verkaufspunkten im Duty-Free von Mumbai und Delhi. Die Bollywood-Modeikone Disha Patani, die 28 Millionen Follower in den sozialen Medien zählt, lancierte #MYCALVINS bei einem Event in Mumbai und bewarb die Uhren von Calvin Klein bei Festivals auf Instagram. Eine gross angelegte PR-Kampagne und gezielte Werbung in den sozialen Medien verhalf Swatch X Bape® zum grossen Erfolg. Swatch erweiterte ihre Präsenz im Travel Retail mit 11 Verkaufsstellen in sechs Flughäfen. Swatch Group Indien stieg mit Online-Verkäufen von Tissot, Balmain, Calvin Klein und Swatch beim Modeeinzelhändler Mynta ins E-Commerce-Geschäft ein.

SWATCH GROUP MITTLERER OSTEN

94/95/96/97/98

Swatch Group Mittlerer Osten verzeichnete ein ertragreiches Jahr. Die Marken optimierten ihre Ressourcen und festigten ihre Beziehungen zu den Einzelhändlern.

Breguet feierte den *Tourbillon Day* in ihrer Boutique in der Dubai Mall mit der Live-Präsentation einer Guillochiermaschine. Im Beisein von VIP-Gästen und Pressevertretern lancierte die Marke ihre Kollektion Marine. Harry Winston wurde ihrem Ruf als «König der Diamanten» und Top-Marke für luxuriöse Schmuck- und Uhrenkreationen erneut gerecht und führte VIP-Kunden ihre Uhrenneuhheiten und Schmuckstücke der Kollektionen New York und Winston Candy vor. Blancpain behauptete ihre Position mit Umsatzzuwächsen als führende Uhrenmarke. Mit ihrer spektakulären Fifty-Fathoms-Präsentation im Dubai Aquarium & Underwater Zoo begeisterte die Marke auch im Berichtsjahr viele internationale Besucher und lokale Luxus-Kunden. Mit einer Roadshow präsentierte Glashütte Original ihre Uhrmacherkunst und sorgte bei lokalen und internationalen Kunden für Aufsehen.

Mit der Lancierung der PanoMaticLunar und der SeaQ festigte die Marke ihre Marktposition. Jaquet Droz präsentierte ihre neue Kollektion VIP-Kunden und Journalisten in ihrer Boutique. Die exklusive Lancierung der Kollektion Grande Seconde Quantième in den Vereinigten Arabischen Emiraten festigte ihre Marktposition. Omega feierte das 50. Jubiläum der Apollo-11-Mission und ihre legendäre Speedmaster, die als erste Uhr auf dem Mond in die Geschichte einging. Im Libanon und in den Vereinigten Arabischen Emiraten führte die Marke ihr neues Storekonzept ein. Sie war zudem als Titelsponsorin der Golfturniere Dubai Desert Classic und Dubai Moonlight Classic im Einsatz.

Longines setzte als offizielle Zeitnehmerin und Uhr des President of the UAE Show Jumping Cup presented by Longines und des Dubai World Cup ihre langjährigen Partnerschaften im Reitsport fort. Rado stärkte ihre Präsenz mit der Einweihung eines neuen Flagship Stores in der Dubai Mall. An der Dubai Design Week präsentierte die Marke ihre jüngste Kollektion True Thinline Les Couleurs™ Le Corbusier und gab den Gewinner des ersten *Rado Star Prize* in den Vereinigten Arabischen Emiraten bekannt.

Zur Lancierung ihrer Kollektion 2019 und der neuen Kommunikationstools ihrer 360°-Kampagne *This Is Your Time* organisierte Tissot einen Regional *Brand Summit* für ihre Partner und ausgewählte Journalisten. Balmain wertete mit neuen Displays und Merchandising-Materialien ihr Image auf. Certina legte ihren Fokus auf die äusserst erfolgreichen DS-Action-Modelle der Kollektion Aqua und die Kollektion Heritage, deren Vintage-Taucheruhr DS PH200M einen beispiellosen Ausverkauf erlebte. Zu ihrem 75. Jubiläum startete Mido eine wirkungsvolle Aussenwerbekampagne für ihre Kollektion Ocean Star. Ihr Store in der Dubai Mall übertraf alle Erwartungen und befand sich unter den zehn erfolg-

reichsten Verkaufsstellen des Konzerns. Hamilton lud ihre wichtigsten Vertreter zum Red Bull Air Race ein. Ihre Hauptpartner profitierten von der Präsenz der Marke im neuen Film *Men in Black: International*. Rivoli unterstrich mit zentralen Aktivitäten die enge Verbindung von Hamilton zur Luftfahrt im Allgemeinen und dem Red Bull Air Race im Besonderen. Calvin Klein behauptete ihre Position als Lifestyle-Marke in den Kategorien Schmuck und Uhren.

Swatch optimierte ihre Marktpräsenz mit kontinuierlichen Renovierungen und neuen Standorten ihrer Stores. Als offizielle Countdown-Partnerin der Dubai Expo 2020 bekräftigte die Marke ihre Partnerschaft mit der spektakulärsten Messeveranstaltung der Welt.



90



92



95



97



91



93



94



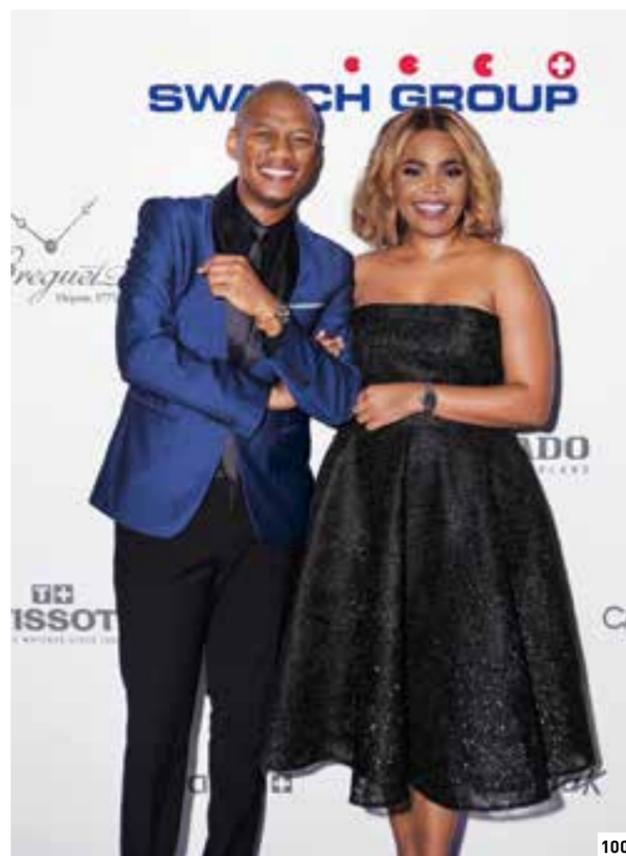
96



98

Ende 2019 richtete Swatch Group Südafrika eine Feier zu ihrem zehnjährigen Jubiläum sowie zur Einweihung der neuen Geschäftsräume und des Kundendienstes aus. Der Anlass sendete ein deutliches Signal an den Markt: Swatch Group verfügt über ein starkes, engagiertes Team, einen hervorragenden Kundendienst und einen optimal organisierten Betrieb. Zu den Gratulanten und Gästen des Events zählten Einzelhändler, VIP-Gäste, Journalisten und prominente Influencer, darunter die Botschafterin der Eleganz von Longines Terry Pheto und der Rapper ProVerb, ein Markenbotschafter von Rado. Diese Berühmtheiten veröffentlichten sehr positive Beiträge in den sozialen Medien und sorgten für eine landesweite Visibilität von Swatch Group Südafrika.

Alle Marken bauten ihre Position und ihren Marktanteil in Südafrika 2019 deutlich aus, dies einerseits durch die Lancierung neuer Produkte und andererseits durch eine gesteigerte Markenbekanntheit und Kundenbindung. Omega erweiterte ihre lokale Präsenz mit neuen Shop-in-Shops in wichtigen Einkaufszentren und führte erfolgreiche Werbekampagnen. Longines und Rado stärkten ihre Beziehung zu Einzelhändlern durch erfolgreiche Verkaufssalons. Dank ihrer Einzelhändler und zweier Boutiquen setzte sich Tissot als Marktführerin in ihrem Preissegment durch. Mit Verkaufsstellen in zentraler Lage und gezielter In-Store-Markenpflege steigerte Hamilton ihre Visibilität. Swatch behauptete sich mit eigenen Boutiquen in den hoch frequentierten Einkaufszentren des Landes und einem neuen Online-Shop als Marktführerin in ihrem Segment.



100



99



101

GOVERNANCE

UMWELTSCHUTZPOLITIK
SOZIALPOLITIK
CORPORATE GOVERNANCE



NACHHALTIGKEITSBERICHT

UMWELTSCHUTZPOLITIK UND SICHERHEIT

Umweltschutz und Sicherheit sind in allen Bereichen und Unternehmen der Swatch Group selbstverständlich und ein prioritärer Grundsatz, der tagtäglich von jeder Mitarbeiterin und jedem Mitarbeiter des Unternehmens respektiert, gefördert und umgesetzt wird. Taten statt Worte – oder umfassende Berichte – lautet die Devise. Dabei ist es uns allen ein Anliegen, unserer Umwelt Sorge zu tragen und ihr, ebenso wie der Sicherheit im Allgemeinen, höchste Beachtung zu schenken. Diese Leitgedanken sind Teil der ESG-Werte (Environment, Social, Governance), denen wir alle grösste Bedeutung zuschreiben, wie dies im vorliegenden Geschäftsbericht auch an verschiedenen Stellen zum Ausdruck kommt.

Unsere Verantwortung zum Schutz des Lebens, der Lebensqualität, der Sicherheit und Gesundheit sowie zum Schutz unserer Umwelt ist uns allen sehr bewusst und wir unternehmen das Bestmögliche auf allen Stufen unserer Unternehmung, um dieser Verantwortung auch gerecht zu werden. Höchste Beachtung und Sorge gilt der Gesellschaft, der Umwelt und dem Umfeld. Die Konzernleitung, die erweiterte Konzernleitung und die Geschäftsleitungen der einzelnen Einheiten sorgen tagtäglich dafür, dass diese Umweltverantwortungskultur vorgelebt und auf allen Ebenen stets mitgetragen wird. Grundsätzlich werden Ressourcen effizient und sparsam eingesetzt, um sicherzustellen, dass die Produkte auf nachhaltige und umweltschonende Weise hergestellt und vertrieben werden. Bereits in der Planungs- und Entwicklungsphase eines jeden neuen Produkts werden recycelbare Materialien und Hilfsstoffe sowie umweltschonende Produktionsmethoden berücksichtigt.

Darüber hinaus werden Massnahmen zur Reduktion des Energie- und Ressourcenverbrauchs umgesetzt, sei es durch Produktionsanlagen mit intelligenten Energiesteuerungssystemen oder durch energieoptimierte, wärmeisolierte und umweltfreundliche Infrastrukturen und Betriebsstätten. Bei den neuen Betrieben und bei Renovierungen werden modernste Technologien und Baumaterialien zur bestmöglichen Verbesserung der Öko- und Energiebilanz eingesetzt, was auch im Berichtsjahr zu einem weiteren positiven Beitrag führte.

Jährlich werden alle betriebsökologisch relevanten Werte in einer umfassenden Datenerhebung konsolidiert. Diese Daten werden ausgewertet und dienen der Messung der erreichten Ergebnisse sowie als Grundlage für weitere Zielsetzungen.

UMWELT, SICHERHEIT UND GESUNDHEIT – RELEVANTE MASSNAHMEN

Der Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeitenden sowie auch unserer weltweiten Kundschaft und unserem Umfeld wird grösste Beachtung geschenkt. Unsere Vorgaben in der Beschaffung, sei es direkt oder indirekt, in der Produktion, im Vertrieb und auch im Gebrauch unserer Produkte entsprechen nicht nur den strengsten internationalen Gesetzen und Richtlinien, sondern auch unseren eigenen weitergehenden, sehr hochgehaltenen Standards, die wir auch laufend weiter ausbauen und verbessern. Diesbezüglich haben auch wir nie ausgelernt und dies führt in der Unternehmung auch ständig zu Innovationen und neuen Investitionen.

Umwelt, Ethik und Sozialkriterien sind ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur sowie unserer Beschaffungspolitik. Die verantwortungsbewusste Beschaffung von industriesspezifischen Rohstoffen wie Edelmetallen, Diamanten und exotischen Ledern ist von grösster Bedeutung. Zudem hat sich die Swatch Group entschieden, freiwillig auf den Gebrauch von Hölzern bedrohter Baumarten zu verzichten und nur Hölzer zu verwenden, die aus nachhaltigem Anbau stammen. Dies erlaubt den Gesellschaften der Swatch Group einen weiteren wichtigen Beitrag zur Verbesserung des ökologischen Gleichgewichts zu leisten. Auch bei exotischen Ledern gibt es klare eigene Vorgaben auf Verzicht von Materialien, sofern diese nicht nachhaltig und ethisch vertretbar produziert werden, auch wenn diese gesetzlich unproblematisch wären. So halten wir uns auch bei der Beschaffung von Gold an eine einfache und klare Politik. Die Goldbeschaffung erfolgt ausschliesslich als *traceable Gold* aus den USA, Kanada oder Australien, da in diesen Ländern die gesetzlichen Standards am höchsten sind diesbezüglich und die Goldminen und Erstverarbeitung des Goldes von den Behörden strengstens und laufend überwacht werden. Die Lieferkette wird so kurz wie möglich gehalten, das heisst, Direktlieferung von der Mine zur Raffinerie und dann weiter zur eigenen Goldverarbeitung. Ebenso stellen wir sicher, dass die Diamanten, die in den Produkten verwendet werden, ausschliesslich von Lieferanten stammen, die das Zertifizierungssystem des Kimberley-Prozesses vollumfänglich respektieren und auch anwenden.

In Bezug auf klar nachhaltige Produktionsmethoden und Produkte hält sich die Swatch Group an die geltenden Richtlinien, insbesondere die EU-Richtlinien wie die Restriktionen der gefährlichen Substanzen (RoHS), die Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung chemischer Stoffe (REACH) und die Entsorgung der Elektro- und Elektronik-Altgeräte (WEEE). Für ergänzende Informationen im Bereich Energie und Ökologie wird auch auf den Beitrag von Belenos auf den Seiten 117 und 118 sowie im Bereich Umweltschutz und Sicherheit auf die Ausführungen von Swatch Group Quality Management auf Seite 114 verwiesen.

RISIKOMANAGEMENT

Das *Corporate Risk Management System* ist integrierter Bestandteil der Umweltschutz- und Sicherheitspolitik. In diesem System, nach Funktionen aufgeteilt, werden laufend entscheidende Risiken identifiziert, analysiert und erfasst, damit wir Umweltschutz-, Sicherheits- und Gesundheitsrisiken frühzeitig erkennen und gezielte Massnahmen zur Verhinderung einleiten und umsetzen können. Ein wesentlicher Bestandteil ist das *Business Continuity Management*. Experten ermitteln die für den Konzern wichtigen operativen Einheiten und ihre Vernetzung, identifizieren die Hauptrisiken (wie zum Beispiel Cyberrisk, Feuer, Wasser, chemische Substanzen, Betriebsunterbruch) und definieren Massnahmen, um die *Business Continuity* möglichst sicherzustellen. Prävention und Notfalldispositive stehen dabei im Zentrum. Ein wesentliches Element des Risikomanagements der Swatch Group ist ihre Unabhängigkeitspolitik. Folglich werden Abhängigkeiten von einzelnen Lieferanten, Vertriebspartnern und Finanzdienstleistern sinnvoll reduziert. Dazu gehören auch eine genügende Lagerhaltung, der Ausbau und die Modernisierung der Produktionskapazitäten, die Berücksichtigung von Alternativlieferanten, strategisch wichtige Akquisitionen und ein hohes Eigenkapital.

EIGENE PRODUKTIONSBETRIEBE

Swatch Group ist ein vollständig vertikalisiertes Unternehmen und verfügt neben dem weltweiten Vertriebsnetz und Servicecentern über verschiedenste Betriebs- und Produktionsstätten im Bereich der Herstellung von Uhren und Haute-Joallerie-Schmuckstücken sowie elektronischen Komponenten. Swatch Group produziert in den rund 150 Betriebsstätten in der Schweiz die eigenen

Uhrwerke, Schalen, Gläser, Zeiger und weitere Uhrenkomponenten. Auch die Betriebe des elektronischen Segments haben die Produktionsstätten in der Schweiz. Swatch Group hat nur wenige Produktionsbetriebe im Ausland, wie in Glashütte, Deutschland die Manufaktur der Glashütte Original und in New York die Manufaktur von Harry Winston *Haute Joaillerie*. Hingegen werden die Harry-Winston-Uhren unter Swisness in der Manufaktur in Plan-les-Ouates bei Genf hergestellt. Im Ausland, jedoch just an der Schweizer Grenze, hat Swatch Group drei Produktionsbetriebe, die Komponenten für Armbänder oder einzelne Präzisionsteile herstellen. In Asien betreibt Swatch Group nur zwei Produktionsbetriebe im Bereich der Assemblage von elektronischen Komponenten und im Bereich Oberflächenbehandlung.

Die Produktionsbetriebe sind in ihrem Bereich jeweils hochspezialisiert und verfügen deshalb über ein eigenes spezifisches Profil in Bezug auf Sicherheit, Gesundheits- und Umweltschutz. Die Entwicklung jedes einzelnen Betriebs wird genau begleitet, sodass weitere optimierende Massnahmen definiert und umgesetzt werden können. Die wichtigsten Messgrössen sind jene der umweltrelevanten Bereiche mit Einfluss auf den Energieverbrauch, insbesondere Strom-, Wärme- und Kälteverbrauch, und den damit zusammenhängenden CO₂-Ausstoss, die Kenngrössen zu Wasserverbrauch, Abfallmanagement, Batterien-Recycling und VOC-Emission (Volatile Organic Components). Diese Messgrössen werden über alle Einheiten der Swatch Group erhoben und analysiert.





wobei die Wechselrichtertechnologie aus den eigenen Reihen stammt. Dies bedeutet eine Reduktion bis zu 30 Tonnen CO₂ pro Jahr. Das widerspiegelt die Philosophie, mit der Neubauten der Swatch Group konzipiert und gebaut werden und auch Altbauten nachhaltig renoviert werden.

Mit derselben Sorgfalt und mit ähnlichem Energiekonzept wurden die früheren Neubauten wie beispielsweise die Omega-Manufaktur, der Industriepark Boncourt und das kombinierte Industriegebäude Universo und Rubattel et Weyermann in La Chaux-de-Fonds gebaut. In den Industriegebäuden wie Boncourt und Universo wird durch den Fabrikationsbetrieb jedoch sehr viel mehr Wärmeenergie produziert, die über Wärmetauscher rekuperiert wird und für die Heizung von Gebäudeteilen und Warmwasser zum Einsatz kommt. So müssen diese Produktionsgebäude fast nicht oder gar nicht mehr mit fossilen Energien beheizt werden. Das Produktionsgebäude in Boncourt verfügt weiter über ein Rekuperationssystem von Regenwasser. So wird das Industrierwasser nicht etwa dem normalen Wassernetz entnommen. Das rekuperierte Regenwasser wird als Industrierwasser in der hauseigenen Wasseraufbereitungsanlage gesäubert und aufbereitet und in einem Wasserspeicher von 100 m³ gelagert und von dort aus der Produktion zugeführt. Das gebrauchte Industrierwasser wird ab der Produktion wiederum rekuperiert und der Wasseraufbereitungsanlage neu zugeführt. So wird das Industrierwasser in einem geschlossenen Kreislauf immer wieder von Neuem aufbereitet. Das Industriegebäude Universo und Rubattel et Weyermann in La Chaux-de-Fonds ist ebenfalls ein erwähnenswertes Projekt, da ein sanierungsbedürftiges Industrieareal von einer ausländischen Firma, die den Produktionsstandort Schweiz verlassen hatte, erworben wurde. Ein ganzheitlicher Rückbau und eine Totalsanierung des belasteten Geländes wurde vorgenommen, um dort ein neues und energieeffizientes Industriegebäude in der Philosophie der Gruppe zu erstellen. Weiter verfügt das neue Industrieareal auch über eine eigene hochtechnologische und vollautomatische Abwasserreinigungsanlage. Das Abwasser wird ab dem Auffangspeicher in einen Reaktor geleitet, wo die verschiedenen Flüssigkeiten und Substanzen getrennt werden. Danach werden die einzelnen Lösungen und Substanzen neu aufbereitet, in Bezug auf Qualität und Reinheit geprüft und in einem geschlossenen Kreislauf wiederum der Produktion zugeführt. Diese Aufbereitungsanlage wurde von den schweizerischen Behörden als bestes Industriebeispiel und Vorzeigeprojekt definiert. Diese Totalsanierung des Industrieareals half, das Ortsbild zu verbessern und wurde von den lokalen Behörden sowie von der Bevölkerung sehr gelobt.

INVESTITIONEN IN NEUBAUTEN UND RENOVATIONEN

Das neue «Zuhause der Marke Swatch» ist nicht nur eines der grössten Gebäude aus Holzkonstruktionen der Welt, sondern auch eine einmalige Arbeits- und Innovationsstätte der neuen Art. Neue Dimensionen wurden auch betreffend Nachhaltigkeit und Energieeffizienz erreicht. Das Gebäude wurde mehrheitlich mit dem natürlichen Rohstoff Holz gebaut. Die hierfür benötigten 1997 Kubikmeter Fichtenhölzer stammen aus Schweizer Wäldern und wachsen in weniger als zwei Stunden wieder nach. Das verwendete Fichtenholz hat während seiner Wachstumsphase ca. 1847 Tonnen Treibhausgas aus der Umwelt abgebaut und in Form von Kohlenstoff absorbiert. Mit einer cleveren geothermischen Grundwassernutzung zur Beheizung und Kühlung des Gebäudes sowie mit Solarstrom aus der Photovoltaikanlage wird massgeblich zu einer optimalen CO₂-Bilanz beigetragen. Diese Nutzung ist im Verbund mit dem Omega-Gebäude und der Cité du Temps. Auf dem Swatch-Areal sind verschiedene Wasserspeicher verteilt. Für den Kühlvorgang wird kaltes Wasser aus einem Förderbrunnen in den Kaltwassertank gepumpt. Dieses kalte Wasser wird anschliessend zum Wärmetauscher gefördert, wobei ihm Kälte entzogen wird und dabei über die Kühldecken und Lüftung zur Kühlung des Gebäudes beiträgt. Das durch diesen Vorgang erwärmte Wasser wird anschliessend vom Wärmetauscher wieder einem Warmwasserspeichertank zugeführt, wo es bei Bedarf den Gebäuden auf dem Areal zum Heizen zur Verfügung steht. Mit diesem raffinierten Prinzip wird das Gebäude Teil des natürlichen Wasserkreislaufs. Für die Leistungsbestimmung der Photovoltaikanlage wurde bei der Planung des Gebäudes der gesamte Strombedarf aller Funktionen wie Lüftung, Kühlung, Heizung, Grundbeleuchtung etc. einkalkuliert. In der Wabenstruktur der Fassade wurden 442 massangefertigte Photovoltaikmodule mit einer Fläche von insgesamt 1770 Quadratmetern eingesetzt,

ENERGIE AUS EIGENER ERNEUERBARER SOLARENERGIE- UND WASSERKRAFTPRODUKTION

Seit Jahrzehnten investiert Swatch Group nicht nur im Bereich der elektronischen Systeme in energiearme und energieeffiziente Komponenten und Integrierte Schaltungen (IC), sondern betreibt auch eine eigene Energieproduktion erneuerbarer Energien wie Solarenergie und Wasserkraft. Die Eigenproduktion an nachhaltigen Energien konnte in den letzten Jahren durch neue Anlagen erhöht werden. Auch wenn die eigene nachhaltige Stromproduktion bescheiden ist, trägt sie dennoch zum Klima- und Umweltschutz bei. Im Berichtsjahr konnten durch die verschiedenen Energieproduktionsanlagen ca. 1600 MWh erzeugt werden. Die gesamte Energieproduktion ist nicht konstant, da diese bei den Wasserkraftwerken von der durchschnittlichen Niederschlagsmenge abhängt und bei der Solarenergie von den durchschnittlich hohen Lichteinfall auf die Photovoltaikanlagen.



Die Photovoltaikanlagen, die bei der Omega-Manufaktur, beim Swatch Hauptsitz, bei Distico in Biel (BE), bei Longines in St. Imier (BE) und bei der ETA in Boncourt (JU) installiert sind, haben insgesamt eine installierte Leistung von 1,42 MW. Die im Berichtsjahr produzierte Energie dieser Anlagen erreichte rund 1131 MWh bei einer Fläche von über 8000 m². Die Energieproduktion der Photovoltaikanlagen wird nicht nur in der eigenen Haustechnik der genannten Immobilien eingesetzt, sondern auch, um die eigenen Elektrofahrzeuge zu betreiben. Die Photovoltaikanlagen sind mit modernster Technik ausgerüstet – insbesondere bei Omega und Swatch – wo der patentierte Mikroinverter von Belenos Clean Power AG im Einsatz ist.

Die Wasserkraftwerke La Suze und Le Bez in Corgémont (BE) wurden im Jahr 2010 komplett saniert und automatisiert und im Berichtsjahr revidiert. Diese Anlagen haben eine installierte Leistung von 160 KW. Jährlich produzieren diese Anlagen nach Massgabe der Niederschlagsmenge im langzeitigen Durchschnitt rund 525 MWh.

CO₂-Emission durch Energieverbrauch

Bereits im 2001 hat Swatch Group begonnen, klare Klima- und Effizienzziele zu setzen und einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Jede einzelne Einheit wurde somit in das Programm aufgenommen und Massnahmen wurden definiert, um den Energieverbrauch zu senken.

Um den Klimabeitrag zu erhöhen und den Energieverbrauch weiter zu reduzieren, ist im Frühjahr 2013 entschieden worden, alle Produktionseinheiten in der Schweiz einem Programm zur CO₂-Befreiung zu unterstellen. Dabei werden mit dem Bundesamt für Umwelt (BAFU) freiwillige wirtschaftliche und ökologische Massnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs und der damit verbundenen CO₂-Emission vereinbart und die vorgegebenen Ziele vertraglich festgehalten. Ziel dieser Vereinbarung ist es, im Zeitraum von 2013 bis 2020 den Energieverbrauch weiter zu reduzieren, insbesondere eine weitere CO₂-Reduktion von 27% zu erreichen und gleichzeitig bis 2020 die Energieeffizienz um 8% zu steigern. In Zusammenarbeit mit der Energieagentur der Wirtschaft (EnAW) sind seit 2013 jedes Jahr durch Spezialisten Energieaudits durchgeführt und weitere Möglichkeiten zur Senkung des CO₂-Ausstosses zusammengetragen worden. Entsprechend wurde ein optimaler Massnahmenkatalog zur Erreichung der gesetzten Ziele ausgearbeitet. Seither werden die definierten Massnahmen konsequent umgesetzt, was zu einer beachtlichen CO₂-Reduktion und Abgabebefreiungen von Produktionsstandorten geführt hat. Der Massnahmenkatalog wird laufend überprüft und aktualisiert, sodass auch weiterhin ein wesentlicher Beitrag zum Klimaschutz geleistet werden kann. Die jährliche Zielerreichung wird vom Bundesamt für Umwelt (BAFU) und vom Bundesamt für Energie (BFE) begleitet und geprüft. Die detaillierten Prü-

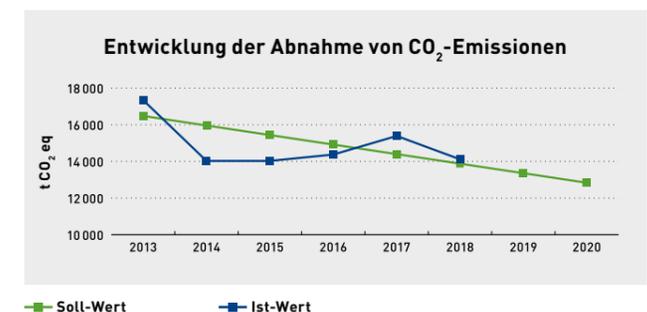
fungen an den einzelnen Standorten sowie das Zusammentragen der Daten durch die Spezialisten sind sehr zeitaufwendig, weshalb die geprüften Zahlen des Berichtsjahres jeweils erst Mitte des laufenden Folgejahres vorliegen. Die EnAW stellt jährlich bei Zielerreichung und erfolgter Prüfung ein spezifisches Zertifikat aus.

Bereits 1990 hat sich Swatch Group als Sponsorin des Solarautos *Spirit of Biel* für die Reduktion der CO₂-Emission und die Herabsetzung des Energieverbrauchs eingesetzt. Das Solarauto hatte damals den *World Solar Challenge* in Australien gewonnen. Aus dieser Zeit stammt auch die erste solarbetriebene Swatch (1995), die an Attraktivität nicht verloren hat und noch heute im Verkauf ist. Damit bleibt das bereits frühzeitige Bekenntnis zum Klimaschutz immer präsent und motiviert, unseren Beitrag zum Klimaschutz auch nachhaltig zu leisten.

Die folgenden Grafiken zeigen den CO₂-Ausstoss seit dem Start des neuen Programms im Jahr 2013 sowie die gesetzten Ziele bis 2020, diesen um 27% zu reduzieren. Seit der Einführung des neuen Programms konnte der Ausstoss an CO₂ insgesamt um 2951 Tonnen reduziert werden, was die Grafik 1 zeigt.

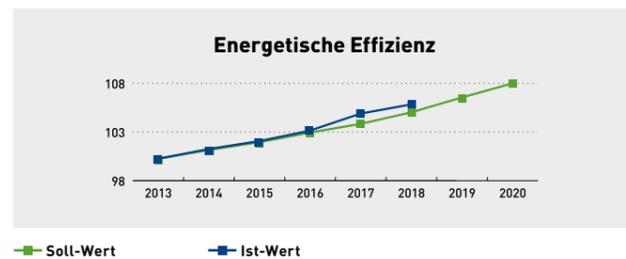
Die geprüften Werte 2019 werden Mitte 2020 verfügbar sein

Grafik 1



Die geprüften Werte 2019 werden Mitte 2020 verfügbar sein

Grafik 2



Die Energieeffizienz sollte bis und mit 2020 um insgesamt 8% gesteigert werden, was zu einer linearen Solllinie in Grafik 2 führt. In den ersten sechs Jahren nach der Einführung des neuen Programmes ist aus der Grafik 2 ersichtlich, dass die Energieeffizienzsteigerung wie vorgegeben übertraffen wurde.

Die ausländischen Produktionsbetriebe und Vertriebsgesellschaften, insbesondere mit deren vielen Boutiquen und den Servicecentern, arbeiten selbstverständlich ebenfalls an der Verbesserung der Energiebilanz und mit klaren Vorgaben. Die Boutiquen und Servicecenter verbrauchen natürlich weit weniger Energie als die Produktionsbetriebe in der Schweiz.

Wärmeverbrauch pro Nutzfläche (kWh/m² pro Jahr)

Der Energieverbrauch aus fossilen Energien wie Heizöl, Erdgas und Fernwärme in kWh pro Quadratmeter Nutzfläche und Jahr nahm im Berichtsjahr um 5,7% gegenüber dem Vorjahr ab. Durch kontinuierliche Investitionen in Produktionsanlagen und -gebäude wird die Energieeffizienz laufend verbessert. Durch die mit modernster Wärmepumpentechnologie ausgerüsteten Neubauten, weiteren Gebäudeisolationen und -sanierungen, die Optimierung respektive den Ersatz der diversen Klima- und Kühlwasseranlagen, Sanierungen von Heizungsanlagen und der Inbetriebnahme von neuen Wärmerückgewinnungsanlagen wurde dieses Ziel erreicht. Aufgrund der ständigen Investitionen zur Minimierung des Wärmeverbrauchs pro Nutzfläche wurde dieser seit Einführung des Programms im Jahr 2001 weit mehr als halbiert. Beispielhaft hierfür sind die Erweiterungsbauten des Omega/Swatch-Areals in Biel (BE), bei welchen der Verbrauch pro m² um 48%, die CO₂-Emissionen um stattliche 55% gesenkt werden konnten.



Stromverbrauch pro Nutzfläche (kWh/m² pro Jahr)

Gemessen in Stromverbrauch (kWh) pro Flächeneinheit (m²) und Jahr konnte der Stromverbrauch gegenüber dem Vorjahr um 6,7% gesenkt werden. Durch den Einsatz neuer, energieeffizienter Maschinen und Anlagen in verschiedenen Produktionseinheiten, durch Blindleistungskompensationsanlagen sowie beachtliche Investitionen im Beleuchtungsbereich in Form von Sanierungen von Beleuchtungsanlagen konnte ein geringerer Stromverbrauch erreicht werden. Mit dem Einsatz von neuen LED-Leuchten konnte optimales Licht erreicht und die Wärmelast verringert werden, was den Stromverbrauch vermindert und sich zusätzlich positiv auf die Kosten der Raumklimatisierung auswirkt. Auf dem Omega/Swatch-Areal entfalten die Investitionen einen positiven Effekt, wo durch Substitution von fossilen Energieträgern durch Wärmepumpen die Energiebilanz verbessert werden konnte.

Abfallmanagement

Der anfallende Sondermüll (ohne Uhrenbatterien) hat im Berichtsjahr aufgrund von optimierten Prozessen in der Produktion und der weiteren Integration der Produktion um 13,1% abgenommen. Der Anteil des rekurperierten bzw. rezyklierten Sondermülls hat durch den geringeren Sonderabfall auch um 6,8% abgenommen. Die sonstigen Industrieabfälle wie Papier, Karton, Kunststoff und elektronische Komponenten nahmen um 11,2% zu.

Batterie-Recycling

Bereinigt um die intern über das Haltbarkeitsdatum abgelaufenen aussortierten Batterien und den Verkauf der Restposten bei Renata wurden den autorisierten Spezialfirmen im Berichtsjahr insgesamt über 8,2 Tonnen Batterien zur Aufbereitung übergeben. Renata betreibt als einzige Batterienproduzentin eine eigene Knopfzellenbatterienrecyclinganlage (Silberrecycling) mit einer jährlichen Kapazität von 250 Millionen Knopfzellenbatterien bzw. einer Produktionskapazität von über 26 Tonnen Silberoxid und demonstriert damit einen bisher weltweit einmaligen nachhaltigen Umweltbeitrag als Knopfzellenbatterienhersteller. Die Altbatterien werden in einer Mühle zerkleinert und die Werkstoffe sowie die Elementpartikel voneinander getrennt. Danach erfolgt die Rückgewinnung des Silberoxides und der anderen Elemente durch ein spezielles Aufbereitungsverfahren. Die eingesetzten chemischen Lösungen werden in einem internen geschlossenen Stoffkreislauf aufbereitet und den Reaktoren wieder zugeführt.

Wasserbewirtschaftung

Der Verbrauch an Frischwasser nahm gegenüber dem Vorjahr um 6,7% ab, derjenige von Nicht-Trinkwasser bzw. rezykliertem Industrierwasser um 20,2% zu. Besonders hervorzuheben sind der Rückgang des anfallenden Gebrauchtwassers durch vermehrten Einsatz von geschlossenen Wasserkreisläufen, die Effizienzsteigerung bei den Wasseraufbereitungsanlagen sowie die Nutzung von aufgefangenem und aufbereitetem Regenwasser für die Verwendung in Kühlsystemen und Sanitäranlagen.

VOC-Emission (Volatile Organic Components)

Infolge Produktionserhöhung, Einschluss neuer Produktionsstätten und weiterer Internalisierung der Produktion während dem Berichtsjahr erhöhte sich der Verbrauch an VOCs im Vergleich zur Vorjahresperiode um 10%, dies hauptsächlich durch den Einsatz von Aceton, Alkohol und Benzin als Reinigungsmittel für die produzierten Komponenten. Durch den Einsatz von Rückgewinnungsanlagen für Benzin und andere flüchtige Lösungsmittel wurden im Berichtsjahr 1,7% weniger VOCs rekuperiert bzw. rezykliert. Eine höhere VOC-Emission wurde durch vermehrte Substitution der flüchtigen Substanzen dank der Umstellung auf ein wässriges Verfahren ohne Lösungsmittel oder weniger flüchtige Substanzen verhindert.

GENERELLE BESCHAFFUNG VON MATERIALIEN

Umwelt, Ethik und Sozialkriterien sind ein fester Bestandteil unserer Beschaffungspolitik, weshalb als Lieferant oder dessen Unterlieferanten nur berücksichtigt werden kann, wer die klar definierten und vertraglich festgehaltenen Kriterien in Bezug auf die sicherheits-, umwelt- und sozialpolitischen Aspekte vollumfänglich erfüllt. Dazu gehören nicht nur die Einhaltung der nationalen und internationalen Gesetze, sondern auch die OECD-Richtlinie für die Beschaffung von Rohmaterialien und Komponenten (OECD *Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains from Conflict-Affected and High-Risk Areas and its Supplement on Gold*) sowie der Standard SA8000 (*Social Accountability International*) zur verantwortungsbewussten Beschaffung unter den Prämissen der ethischen und fairen Arbeitsbedingungen, des Gesundheitsschutzes und der Arbeitssicherheit, der Beachtung der Menschenrechte, das heisst auch ausdrückliches Verbot von Zwangs- und Kinderarbeit oder dergleichen, und des Umgangs mit Geschäftspartnern sowie des Einbezugs der Zulieferkette, lokaler Entwicklung und weiterer sozial- und umweltrelevanter Faktoren.

Zudem müssen die Lieferanten natürlich die internen Vorgaben von Swatch Group Quality Management zur Qualitätssicherung, zu den ökologischen und gesetzlichen Bestimmungen sowie zur gesetzlichen Compliance in Bezug auf die Produkte vollumfänglich übernehmen, insbesondere REACH (*Regulation on Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals*), RoHS (*Restriction of Hazardous Substances*) und WEEE (*Waste Electrical and Electronic Equipment*). Um dies sicherzustellen, erhält jeder Lieferant einen direkten und geschützten Zugriff auf die von Swatch Group Quality Management erstellten Konformitätsspezifikationen der angewendeten Rohmaterialien und Werkstoffe. Diese Spezifikationen in der umfassenden Datenbank werden laufend aktualisiert. Swatch Group FEPS (*Far East Procurement Service*) und Swatch Group Quality Management überprüfen regelmässig, ob die Bedingungen seitens der Lieferanten effektiv erfüllt werden. Der Überprüfungsprozess bei den Lieferanten ist klar definiert. Das FEPS definiert, welche Lieferanten im Berichtsjahr überprüft werden, beauftragt eine Auditfirma, die Prüfung nach den Vorgaben durchzuführen, und analysiert danach den Rapport. Die Lieferanten erhalten ein Rating. Sofern die Vor-

gaben nicht eingehalten werden oder das Rating ungenügend ist, werden korrektive Massnahmen bei den Lieferanten verlangt. Sofern der Zulieferer sich betreffend Vorgaben nicht oder nicht mehr qualifizieren kann, so wird er nicht weiter berücksichtigt. Die Anzahl der Lieferanten, welche vom FEPS überprüft werden, ist eine überschaubare Grösse, wobei nur etwa dreissig der rund zweihundert qualifizierten FEPS-Lieferanten bereits neunzig Prozent der Lieferungen abdecken.

Beschaffung von biologischen Rohmaterialien

In Bezug auf biologische Rohmaterialien wie Baumwolle, Leder, Hölzer usw. werden nicht nur die vielen nationalen und internationalen Gesetze (EU 995/2010 und EC 338/97, *Lacey Act*, *CITES Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora*, *UICN Union Internationale pour la Conservation de la Nature*, *FSC Forest Stewardship Council*, *PEFC Programme for the Endorsement of Forest Certification*, *Timber Regulation* usw.) eingehalten, sondern es wird sogar auf legale und nicht bedrohte Materialien, welche von unseren Spezialisten jedoch als ethisch kritisch eingestuft werden, freiwillig verzichtet. So wird freiwillig auf den Gebrauch von Hölzern bedrohter und eventuell bedrohter Baumarten verzichtet und es werden nur Hölzer verwendet, die aus nachhaltigem Anbau stammen und in Bezug auf Ursprung, Forstwirtschaft und CITES deklariert und zertifiziert sind. Ferner achtet Swatch Group darauf, ihren Bedarf an exotischen Ledern nur aus sehr wenigen, klar identifizierten, kontrollierten und nachhaltigen Zuchtbetrieben zu decken. Dies hat zur Folge, dass nur noch einzelne Betriebe in den Vereinigten Staaten berücksichtigt werden können, welche die sehr strengen *US Fish and Wildlife* sowie die bereits genannten CITES-Vorschriften garantieren können.

Beschaffung von Edelmetallen

Swatch Group verfügt über eine klare Beschaffungspolitik auch in Bezug auf Edelmetalle. Diese werden nur von einzelnen, etablierten und langjährigen Lieferanten bezogen, welche sich über die gesetzlichen und sämtliche Vorschriften der Finanzmarktaufsicht hinaus mindestens als zertifiziertes Mitglied des *Responsible Jewellery Council* (RJC) oder der *London Bullion Market Association* (LBMA) ausweisen können und auch die Zusicherung erbringen, dass die gelieferten Edelmetalle aus ethisch einwandfreien Quellen sowie konfliktfreien Regionen stammen. Die RJC-Norm ist spezifisch auf die *Haute Joaillerie* und Schmuckindustrie ausgerichtet und umfasst die OECD-Richtlinie für die Beschaffung von Edelmetallen (OECD *Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains from Conflict-Affected and High-Risk Areas and its Supplement on Gold*) sowie den Standard SA8000 (*Social Accountability International*) zur verantwortungsbewussten und ethischen Beschaffung von Materialien.

Die Prozesse der Edelmetallbeschaffung werden seit Jahren laufend verbessert und können noch weiter verbessert werden, insbesondere in Bezug auf die lückenlose Rückverfolgbarkeit in der Beschaffungskette.

Die Goldbeschaffung erfolgt ausschliesslich als *traceable Gold* aus den USA, Kanada oder Australien, da in diesen Ländern die gesetzlichen Standards am höchsten sind und wo die Minen unter den sehr strengen Auflagen der Behörden betrieben werden und von Letzteren auch laufend überwacht werden. Die Lieferkette wird direkt und sehr kurz gehalten, das heisst, Direktlieferung von der Mine zur Raffinerie und dann weiter zur eigenen Goldverarbeitung. Die Goldbeschaffung aus anderen Regionen, wo die Standards weniger hoch gehalten werden als in den USA, Kanada und Australien und wo Restrisiken bestehen, dass *non-traceable Gold* in die Beschaffungskette gelangen könnte, ist klar keine Alternative. Diese sehr einfache und klare Beschaffungspolitik ist sehr wirksam.

Weiter wurden auch die Prozesse und Edelmetallverarbeitungen in den letzten Jahren durch Investitionen in gruppeneigene Giessereien und Aufbereitungsanlagen vollständig internalisiert, um die bereits gehaltenen Edelmetallbestände selber zu verarbeiten und Legierungen selber herzustellen und wieder zu recyceln. Nach der Aufbereitung der Legierungen werden Stangenprofile und Rohbarren hergestellt. Danach wird das Material über weitere interne Produktionsabläufe zu Halbfabrikaten und Fertigungskomponenten verarbeitet. Demnach kontrolliert Swatch Group die gesamte Goldverarbeitungskette intern nach einem klar definierten Goldverarbeitungszyklusprozess. Dabei hat die Nivarox-Metallurgie eine Schlüsselfunktion, diese verarbeitet die gesamten Goldbestände der Swatch Group in einem geschlossenen und kontrollierten Kreislauf. Nivarox-Metallurgie ist im Besitz der notwendigen eidgenössischen Bewilligungen als Giesser und Handelsprüfer (Edelmetallprüfer) und ist zudem *Responsible Jewellery Council Code of Practice and Chain of Custody* (RJC COP und CoC) zertifiziert.

Beschaffung von Diamanten und Edelsteinen

Beim Einkauf von Diamanten wird sichergestellt, dass diese ausschliesslich von wenigen Lieferanten stammen, welche das Zertifizierungssystem des Kimberley-Prozesses vollumfänglich respektieren und auch anwenden. Auch hier wird die Lieferkette direkt gehalten, denn nur eine kleine Anzahl von bekannten und qualifizierten Lieferanten wird hierfür berücksichtigt. Durch die Zertifizierung wird sichergestellt, dass die Diamanten nachweislich aus konfliktfreien Regionen und aus legalem Handel stammen. Staaten, Unternehmen und Händler, welche dieses Zertifizierungssystem nicht vollumfänglich anwenden, werden vom Handel ausgeschlossen. Zudem werden nur langjährige Partner berücksichtigt, welche bei der Beschaffung neben dem Kimberley-Prozess auch die CIBJO-Vorgaben (*Confédération Internationale de la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie; the World Jewellery Confederation*) einhalten, um so jegliche Qualitäts- und Beschaffungsrisiken auszuschlies-

sen. Auch hier müssen natürlich die einzelnen Lieferanten zum Vertrag eine schriftliche Erklärung abgeben und sicherstellen, dass sie neben dem Kimberley-Prozess den *Swatch Group Code of Conduct* vollumfänglich akzeptieren und einhalten, die volle Transparenz der Eigentümer der Liefer- und/oder Produktionsgesellschaft offenlegen, die RJC sowie die *Social Accountability International* 8000 Richtlinien vollumfänglich respektieren, so wie oben unter den generellen Bedingungen für die Beschaffung von Materialien beschrieben. Bei Nichtbeachtung dieser Vorgaben oder bei aufkommenden Zweifeln von irgendeiner Informationsquelle werden die Lieferanten sofort disqualifiziert und nicht weiter berücksichtigt.

Zertifikat Energie-Agentur der Wirtschaft
Freiwilliger Klimaschutz und Energieeffizienz



Tissot Le Locle

Das Unternehmen Tissot Le Locle setzt sich aus Überzeugung für den nachhaltigen Klimaschutz ein. Mit der freiwilligen Teilnahme am Programm der Energie-Agentur der Wirtschaft bekennt sich das Unternehmen Tissot Le Locle zur aktiven Reduktion der CO₂-Emissionen und zur Optimierung der Energieeffizienz. Die Zielvereinbarung ist vom Bund, den Kantonen und Partnern der Wirtschaft anerkannt.

Dr. Jacqueline Jakob
Energie-Agentur der Wirtschaft

1. Januar 2019

Martin Kern
Energie-Agentur der Wirtschaft

ENERGIE-AGENTUR
DER WIRTSCHAFT EnAW

SOZIALPOLITIK

Unberechenbare geopolitische Spannungen wie die Gelbwesten-Proteste über mehr als ein Jahr in Frankreich oder die Demonstrationen in Hongkong, um nur zwei der wichtigsten Länder zu nennen, erschwerten das Personalmanagement im Berichtsjahr. In beiden Ländern sanken die Umsätze von Luxusartikeln und somit der Uhrenindustrie drastisch. Die Wirtschaftsaktivität in den Grossstädten wurde beeinträchtigt.

Auch der Handelsstreit zwischen den USA und China um die Erhöhung von Importzöllen und die Frankenstärke trugen dazu bei, dass die Umsätze nicht immer den Erwartungen entsprechen.

Durch all diese exogenen Faktoren sah sich die Swatch Group gezwungen, ihre personellen Ressourcen sehr gezielt einzusetzen, um die Motivation, Weiterbildung und -entwicklung ihrer Mitarbeitenden sicherzustellen und ihre Talente für eine aussichtsreiche Zukunft zu halten.

Arbeitsplätze

die zuvor beschriebenen exogenen Faktoren wirkten sich auf die Nachfrage in den Märkten aus. Die Gesellschaften der Swatch Group mussten ihre Strukturen anpassen und gleichzeitig ihre Kompetenzen für das Ende der Krisensituation, wie zum Beispiel in Hongkong, bereithalten.

Personalentwicklung

jede wirtschaftliche Lage und jeder Wirtschaftszyklus bietet sich dazu an, nicht nur die Kompetenzen zu ermitteln, sondern auch eine langfristige Vision für die Berufe von morgen zu entwickeln. Dadurch können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf eine gewisse berufliche Neuausrichtung vorbereitet werden, um die in Zukunft erforderlichen Kenntnisse zu erlangen.

Berufliche Grundausbildung

trotz der wirtschaftlichen Turbulenzen kam die Swatch Group nicht von ihrem Kurs ab und setzte ihre duale Berufsausbildung unvermindert fort. Im August 2019 wurden genauso viele Lernende eingestellt, wie im Juli 2019 ihre Berufslehre abgeschlossen hatten. Die Absolventen der technischen Lehrberufe, die eine weitere Beschäftigung im Unternehmen wünschten, erhielten einen Arbeitsvertrag.

Trotz der Unruhen und Strassenproteste verbrachten im Sommer zum sechsten Mal zwei Uhrmacherlernende elf Wochen in Hongkong. Sie entdeckten die uhrentechnischen Tätigkeiten des Reparaturzentrums und erlebten die Ereignisse in Hongkong unmittelbar. Sie entschieden sich, trotz der Proteste zu bleiben. Selbstverständlich war alles für eine schnelle Rückkehr im Bedarfsfall vorbereitet.

Wie in den Vorjahren gingen zudem drei Deutsch- und drei Westschweizer Lernende im Rahmen eines Sprachaustauschprogramms für sechs Wochen nach Paris bzw. Berlin. Sie waren bei Gastfamilien untergebracht, besuchten Sprachschulen und entdeckten während ihrer Arbeit in Swatch-Boutiquen die Praxis vor Ort.

In der Schweiz bot die Swatch Group Ende August 2019 492 Lernenden eine Ausbildung in 32 verschiedenen Berufszweigen an und zählte in dem am stärksten vertretenen Beruf 83 Lernende.

Die Swatch Group bleibt somit der grösste Ausbildner der Uhrenindustrie, sowohl in Bezug auf die Anzahl Lernender als auch auf die Anzahl der nach ihrem Abschluss eingestellten Absolventen.



Uhrmacherschulen Nicolas G. Hayek

Die sechs *Nicolas G. Hayek Watchmaking Schools* sind nach wie vor wichtig, da der Bedarf in Sachen Reparatur, Beratung und Schulung in den verschiedenen Ländern weiter besteht. Schulungen vor Ort für bestehende und künftige Mitarbeitende sind erforderlich, da es in vielen Ländern selten oder gar keine offizielle Uhrmacherausbildung gibt. Dies stellt stets eine grosse Herausforderung dar, die jedoch jedes Mal erfolgreich bewältigt wird.

Berufliche Entwicklung

Zum Ende dieses Jahrzehnts befindet sich das Unternehmen an einem gesellschaftlichen und technologischen Wendepunkt, der zunehmend von der Digitalisierung bestimmt wird.

In den Produktionsgesellschaften zeigt sich dies durch die Industrie 4.0, die Ingenieure, Techniker und Produzenten mit immer flexibleren und nachfrage- und kundenorientierten Dienstleistungen unterstützt. Neue Kompetenzen sind gefragt, die noch nicht akademisch erworben werden können, sondern direkt am Arbeitsplatz entwickelt werden. Dies stellt eine grosse Herausforderung für die Rekrutierung künftiger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aber auch für die Begleitung des aktuellen Personals beim Erwerb von neuen Fähigkeiten für eine berufliche Neuausrichtung dar.

Gleiches gilt für Verkauf und Einzelhandel mit dem Auftreten von E-Commerce und Omnichannel. Vertrieb und Verkaufsstellen müssen neue Wege finden, um den Konsumenten immer besser, schneller und individueller zu bedienen, da dieser bei seinen Besuchen im Verkaufspunkt oder im Online-Shop einen besonderen Service und ein einzigartiges Einkaufserlebnis erwartet.

Alle diese Herausforderungen müssen als Chancen zum Fortschritt und zur Erschliessung von neuen Geschäftsfeldern begriffen werden, mit denen wir unseren Marktanteil ausbauen und unsere Position in der Uhrenbranche festigen können.

Soziale Partnerschaft und Arbeitsbedingungen

Wir befinden uns mitten in der Umsetzung des Gesamtarbeitsvertrags 2017–2021. Die Beziehungen zu unseren Gewerkschaftspartnern sind gut. Der Dialog und die Zusammenarbeit basieren auf beidseitigem Vertrauen und Offenheit und lassen uns mit Zuversicht in die Zukunft blicken. Die Swatch Group kann sich auf einen Partner verlassen, der ihre Überzeugungen und Ziele teilt, die Arbeitsplätze in der Schweiz zu bewahren und so vielen Menschen wie möglich die Option zur Weiterentwicklung unter ergonomisch sicheren, motivierenden und zuverlässigen Arbeitsbedingungen zu bieten.

.....



1. Konzernstruktur und Aktionariat

1.1 Konzernstruktur

Die Swatch Group ist ein weltweit tätiges Unternehmen, das sowohl im Uhrenbereich mit 18 Marken als auch im Schmuckbereich in allen Markt- und Preissegmenten vertreten ist. Hinzu kommt eine sehr starke industrielle Position mit einem hohen Grad an Vertikalisierung im Bereich Produktion sowie dem strategisch wichtigen Bereich Elektronischer Systeme. Im Bereich der allgemeinen Dienste des Konzerns sind die Organisationseinheiten zusammengefasst, welche für den ganzen Konzern Leistungen erbringen. Die Swatch Group weist auf allen Ebenen schlanke und effiziente Führungsstrukturen auf. Während sich der Verwaltungsrat mit den obersten Führungs-, Strategie- und Überwachungsaufgaben beschäftigt, obliegen der Konzernleitung die operativen Führungsaufgaben, in welchen sie durch die Erweiterte Konzernleitung unterstützt wird. Eine Übersicht über die operative Organisation sowie die Vertriebsstrukturen findet sich auf den Seiten 4 und 5. Die vollkonsolidierten Gesellschaften, von denen ausser The Swatch Group AG keine börsenkotiert ist, sind auf den Seiten 205 bis 208 mit Firmenbezeichnung, Sitz, Grundkapital sowie Beteiligungsanteil aufgeführt. Die Aktien von The Swatch Group AG sind an der SIX Swiss Exchange AG kotiert. Die Inhaberaktien mit der ISIN-Nummer CH0012255151 sind in den Indexen SMI, SPI sowie SLI gelistet; die Namenaktien mit der ISIN-Nummer CH0012255144 sind in den Indexen SPI, SPI Extra und SMIM gelistet.

ISIN:	CH0012255144	Namenaktien
	CH0012255151	Inhaberaktien
Reuters:	UHRN.S	Namenaktien
	UHR.VX	Inhaberaktien
Telekurs:	UHRN, 1	Namenaktien
	UHR, 1	Inhaberaktien

Seit Februar 2007 sind die Aktien der Swatch Group auch an der BX Swiss kotiert.

Weitere Angaben zur Börsenkapitalisierung und die Kennzahlen pro Aktie sind auf Seite 229 ersichtlich.

Der rechtliche Sitz der Gesellschaft befindet sich in Neuenburg, Faubourg de l'Hôpital 3. Der Verwaltungssitz ist in Biel, Seevorstadt 6.

1.2 Bedeutende Aktionäre

Per 31. Dezember 2019 kontrollieren der Hayek-Pool sowie die ihm nahestehenden Gesellschaften, Institutionen und Personen über 61 721 546 Namenaktien und 12 855 Inhaberaktien insgesamt 42.3% (Vorjahr 39.8%) aller Stimmrechte.

Der Hayek-Pool umfasst per 31. Dezember 2019 folgende Mitglieder:

Name / Gesellschaft	Ort	Wirtschaftlich Berechtigte
Erbengemeinschaft N. G. Hayek vertreten durch Marianne Hayek	Meisterschwanden	Erbengemeinschaft N. G. Hayek
WAT Holding AG	Meisterschwanden	Erbengemeinschaft N. G. Hayek
Ammann Group Holding AG	c/o Walder Wyss AG, Bern	Nachkommen U. Ammann-Schellenberg Sen.
Pensionskasse Swatch Group	Neuchâtel	-

Die Gesellschaften, Institutionen und Personen, die dem Hayek-Pool nahestehen, ihm aber formal nicht angehören, sind folgende:

Name / Gesellschaft	Ort	Wirtschaftlich Berechtigte
Hayek Holding AG	Meisterschwanden	Erbengemeinschaft N. G. Hayek
Erbengemeinschaft N.G. Hayek und Familienmitglieder		Erbengemeinschaft N. G. Hayek
Personalfürsorgestiftung der Hayek Engineering AG	Meisterschwanden	-
Familien Ammann (Stiftungen, Pensionskassen und Privatpersonen, Madisa AG)	c/o Ammann Group Holding AG, Bern	Vertreten durch Daniela Aeschlimann
Fondation d'Ebauches SA et des maisons affiliées	Neuenburg	-
Diverse patronale Stiftungen 1)	diverse	-

1) Wohlfahrtsstiftung der Renata AG, ETA Wohlfahrtsstiftung, Fonds de prévoyance d'Universo, Fondation Technocorp, Fondation de prévoyance de The Swatch Group Les Boutiques SA, Fonds de prévoyance SSIH und Swatch Group Kaderkasse

Die Gruppe der Erbengemeinschaft N. G. Hayek kontrolliert direkt, durch nahestehende Gesellschaften und Institutionen und im Rahmen des Pools über insgesamt 41.8% (im Vorjahr 39.3%) aller Stimmrechte; die darin enthaltenen Dritt-Poolmitglieder werden vertreten, sie umfassen 3.6% aller Stimmrechte.

Am 31. Dezember 2019 sind der Gesellschaft keine anderen Aktionärsgruppen oder individuellen Aktionäre bekannt, welche über eine Beteiligung von mehr als 5% verfügen. Werden Grenzwerte an Stimmrechten gemäss Art. 120 FinfraG erreicht, über- oder unterschritten, muss die meldepflichtige Person eine Offenlegungsmeldung absetzen. Der Einfachheit halber wird auf die Webseite der Offenlegungsstelle «<https://www.six-exchange-regulation.com/de/home/publications/significant-shareholders.html>» verwiesen, auf welcher die stets aktualisierten Meldungen von bedeutenden Beteiligungen eingesehen werden können.

1.3 Kreuzbeteiligungen

Es bestehen keine Kreuzbeteiligungen.

2. Kapitalstruktur

2.1 Kapital

Per 31. Dezember 2019 weist The Swatch Group AG die folgende Kapitalstruktur auf:

Aktienkategorie	Anzahl	Nominalwert pro Aktie	Nominalwert total in CHF
Namenaktien	116 919 500	CHF 0.45	52 613 775.00
Inhaberaktien	28 936 000	CHF 2.25	65 106 000.00
Total Aktienkapital per 31.12.2019			117 719 775.00

2.2 Bedingtes und genehmigtes Kapital

Per 31. Dezember 2019 besteht kein bedingtes und genehmigtes Kapital.

2.3 Kapitalveränderungen

Über die letzten drei Jahre hat sich das Aktienkapital der The Swatch Group AG wie folgt verändert:

Bilanzstichtag	Namenaktien zu CHF 0.45	Inhaberaktien zu CHF 2.25	Aktienkapital in CHF
31.12.2017	124 045 000	30 840 000	125 210 250.00
31.12.2018	124 045 000	30 840 000	125 210 250.00
Vernichtete Aktien	-7 125 500	-1 904 000	-7 490 475.00
31.12.2019	116 919 500	28 936 000	117 719 775.00

Ein detaillierter, von der Revisionsstelle revidierter Eigenkapitalnachweis ist für die konsolidierte Rechnung der Jahre 2018 und 2019 auf Seite 177 und für The Swatch Group AG für die Jahre 2018 und 2019 unter Anmerkung 9 auf Seite 220 publiziert. Für die Vorjahre wird auf die Geschäftsberichte der Jahre 2016, 2017 und 2018 verwiesen.

2.4 Aktien und Partizipationsscheine

Die Aktien der Gesellschaft gemäss Punkt 2.1 sind voll einbezahlt. Jede Aktie berechtigt zu einer Stimme. Beide Titelkategorien haben entsprechend ihrem Nominalwert einen gleichwertigen Anspruch auf Dividenden. Partizipationsscheine wurden keine ausgegeben.

2.5 Genussscheine

Es bestehen keine Genussscheine.

2.6 Beschränkung der Übertragbarkeit von Aktien und Nominee-Eintragungen

Die Statuten der Swatch Group sehen vor, dass der Verwaltungsrat Eintragungsgesuche jedes Erwerbers von Namenaktien ablehnt, wenn dieser nicht ausdrücklich schriftlich erklärt, dass er die Aktien in eigenem Namen und auf eigene Rechnung erworben hat. Ausserdem lehnt der Verwaltungsrat eine Eintragung ab, wenn der Erwerber allein (oder zusammen mit verbundenen Personen) bereits direkt oder indirekt 5% oder mehr des Namenaktienkapitals kontrolliert oder mit dem neuen Erwerb diese Schwelle überschreiten würde (Art. 9 Abs. 3 der Statuten). Der Verwaltungsrat kann in besonderen Fällen Ausnahmen von dieser Regel bewilligen. Solche Ausnahmegewilligungen wurden in der Berichtsperiode nicht beantragt.

Sofern eine natürliche oder juristische Person bereits vor dem Stichtag des 31. Mai 1997 mit 5% oder mehr des Namenaktienkapitals im Aktienregister eingetragen war, hat der Verwaltungsrat der Eintragung auch bei Überschreitung des Schwellenwertes zuzustimmen. Die gleiche Ausnahme gilt für eng verbundene Personen (Ehegatte, Nachkommen, Geschwister), den Erwerb durch Erbgang oder eheliches Güterrecht sowie für gewisse Transfers zwischen den der Ausnahme unterstehenden juristischen und natürlichen Personen (vgl. Art. 9 Abs. 6 und 7 der Statuten).

Reicht ein Aktienkäufer ein Gesuch um Anerkennung als Aktionär bei der Gesellschaft ein, so gilt er als Aktionär ohne Stimmrecht bis ihn die Gesellschaft als Aktionär mit Stimmrecht anerkannt hat. Lehnt die Gesellschaft das Gesuch des Erwerbers um Anerkennung nicht innert zwanzig Tagen ab, so ist er als Aktionär mit Stimmrecht anerkannt. Der Aktionär ohne Stimmrecht kann weder das Stimmrecht noch die mit diesem zusammenhängenden Rechte ausüben.

2.7 Wandelanleihen

Die Swatch Group hat zurzeit keine Wandelanleihe ausstehend.

2.8 Optionen

Im Zusammenhang mit der Übernahme der Kontrolle über die Swatch Group durch den Hayek-Pool wurde im Jahr 1986 ein Aktienpaket zugunsten eines Kaderaktienplans reserviert. Zum Bestand dieses Portefeuilles per 31. Dezember 2019 wird auf die Anmerkung 13 auf Seite 189 verwiesen. Im Jahre 2019 wurden 212 114 Namenaktien zu einem Vorzugspreis von CHF 4.– pro Namenaktie gemäss nachstehenden Details verkauft:

Jahr der Zusage	Anzahl Namenaktien	Anzahl Begünstigte	Jahr der Zeichnung/Liberierung
2017	68 428	218	2019
2018	76 492	220	2019
2019	67 194	218	2019
Total	212 114		

Darüber hinaus bestehen folgende Zusagen der Gruppe an begünstigte Kaderangestellte, in Zukunft weitere Namenaktien zu Vorzugspreisen zeichnen zu können:

Jahr der Zusage	Anzahl Namenaktien	Anzahl Begünstigte	Jahr der Zeichnung/Liberierung
2018	65 897	210	2020
2019	67 061	216	2020
2019	67 248	216	2021
Total	200 206		

Die Zuteilung erfolgt aufgrund von Beurteilungen und Vorschlägen für Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, welche im abgelaufenen Jahr besondere Leistungen erbracht und einen überdurchschnittlichen Einsatz geleistet haben. Die Zuteilung wird vom Verwaltungsrat / Compensation Committee genehmigt. Sie berechtigt zum Bezug eines ersten Drittels der zugesagten Anzahl Namenaktien im laufenden Jahr, welche sofort liberiert werden können und frei verfügbar sind, sowie zur Einlösung der Zusage nach Ablauf von einem bzw. von zwei Jahren für je ein weiteres Drittel, unter den gleichen Voraussetzungen. Die Bezüger können die ausgeübten Optionen wahlweise einer Sperrfrist von 5 oder 10 Jahren unterstellen. Mit Ausnahme von Frau Nayla Hayek und Herr Nick Hayek haben keine Mitglieder des Verwaltungsrates im Rahmen dieses Plans Optionen oder Aktien der Gesellschaft erhalten.

3. Verwaltungsrat

3.1 Mitglieder des Verwaltungsrates

Der Verwaltungsrat setzt sich per 31. Dezember 2019 wie folgt zusammen:

Nayla Hayek, Schweizer Staatsbürgerin, Dr. h.c. European University Montreux, Montreux, ist seit dem 30. Juni 2010 Präsidentin des Verwaltungsrates der Swatch Group. Frau Nayla Hayek gehört dem Verwaltungsrat seit 1995 an. Als Mitglied der World Arabian Horse Organisation (WAHO) sowie internationale Richterin für arabische Pferde bringt Frau Hayek ihre Kontakte auf höchster Ebene für viele Geschäfts- und Promotionsaktivitäten der Swatch Group ein und ist vor Ort verantwortlich für die lokale Organisation in Dubai (Swatch Group Middle East). Frau Hayek ist ebenfalls Präsidentin des Verwaltungsrates der Rivoli Group, Dubai, und vertritt dabei die Interessen der Swatch Group. Mit der Übernahme der Harry Winston per 26. März 2013 wurde Frau Hayek als Präsidentin und CEO dieser neuen Geschäftseinheit ernannt. Ferner ist Frau Hayek auch Mitglied des Verwaltungsrates der Belenos Clean Power Holding AG und der Wat Holding AG. Als Mitglied des Verwaltungsrates der Hayek Holding AG ist sie verantwortlich für die Hayek Engineering AG und die Hayek Immobilien AG. Sie übt weder amtliche Funktionen noch politische Ämter aus.

Ernst Tanner, Schweizer Staatsbürger, ist seit 1995 Mitglied des Verwaltungsrates. Seit dem 29. Juni 2011 übt er die Funktion des Vizepräsidenten des Verwaltungsrates aus. Herr Tanner ist Exekutiver Verwaltungsratspräsident der Lindt & Sprüngli-Gruppe. Vor seiner Tätigkeit bei Lindt & Sprüngli war Herr Tanner über 25 Jahre in führenden Managementpositionen im Konzern Johnson & Johnson in Europa und den USA tätig, zuletzt in der Funktion als Company Group Chairman Europe. Zudem ist er Mitglied des Aufsichtsrates der deutschen Krombacher Brauerei GmbH & Co. KG sowie im Beirat der österreichischen SIGNA Gruppe. Daneben übt er keine anderen Leitungs- und Beratungsfunktionen, amtlichen Funktionen oder politischen Ämter aus.

Nick Hayek, Schweizer Staatsbürger, zweijähriges Studium an der Universität St.Gallen (HSG), Besuch der Filmakademie CLCF in Paris. Präsident der Konzernleitung seit 2003 und Mitglied des Verwaltungsrates seit 2010. Herr Hayek ist seit 1992 für die Swatch Group tätig, zuerst als Marketingleiter der Swatch AG, dann als Direktionspräsident der Swatch AG und schliesslich als Delegierter des Verwaltungsrates der Swatch AG. Herr Hayek gründete Mitte der 1980er Jahre seine eigene Produktionsfirma Sésame Films in Paris und war im In- und Ausland tätig. Die Mitarbeit bei verschiedenen Filmproduktionen (z.B. Dokumentarserien für das Schweizer Fernsehen), die spätere Produktion verschiedener Kurzspielfilme (z.B. 1. Preis beim Thessaloniki-Festival, offizieller Beitrag für das Filmfestival von Cannes, usw.) und seine Tätigkeit als Produzent und Regisseur von zwei Langspielfilmen: «Das Land von Wilhelm Tell», und «Family Express» mit Peter Fonda (als bester Schweizer Comedy-Beitrag ausgezeichnet am Charlie Chaplin Comedy Film Festival in Vevey) führten dazu, dass Herr Hayek bereits anfangs der 90er Jahre u.a. in verschiedenen Swatch-Projekten beratend mitwirkte oder als Verantwortlicher für verschiedene Swatch-Ausstellungen (z.B. Lingotto in Turin) beigezogen wurde. Herr Hayek ist Mitglied des Verwaltungsrates des CSEM (Centre suisse d'électronique et de microtechnique) und Präsident des Verwaltungsrates der Belenos Clean Power Holding AG.

Prof. Dr. h. c. Claude Nicollier, Schweizer Staatsbürger, Hochschulabschlüsse als Physiker und Astrophysiker an den Universitäten Lausanne und Genf. Herr Nicollier ist seit 2005 Mitglied des Verwaltungsrates. Herr Nicollier hat seine Tätigkeit als Astronaut bei der Europäischen Raumfahrtorganisation ESA im März 2007 aufgegeben. Als Astronaut kam er bei der NASA insbesondere in den Weltraummissionen Atlantis 1992, Endeavour 1993, Columbia 1996 und Discovery 1999 zum Einsatz. Die Endeavour- und Discovery-Missionen hatten zum Ziel, Reparaturarbeiten am Hubble-Weltraumteleskop durchzuführen, und waren beide ein voller Erfolg. Herr Nicollier wurde zudem mit der Ehrendoktorwürde der Universitäten Genf und Basel, und der Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne geehrt, wo er auch als Ehrenprofessor an der Ingenieurschule lehrt. Herr Nicollier betreute das «Solar Impulse»-Projekt und war für die Testflüge verantwortlich. Er ist Mitglied des Verwaltungsrates der Belenos Clean Power Holding AG und Präsident des Verwaltungsrates des CSEM in Neuchâtel. Herr Nicollier übt keine operative Tätigkeit in der Swatch Group aus, unterhält keine geschäftliche Beziehung zur Swatch Group und hat keine politischen Ämter.

Dr. Jean-Pierre Roth, Schweizer Staatsbürger, Dr. oec. Institut Universitaire de Hautes Etudes Internationales (HEI), Genf, ist seit 2010 Mitglied des Verwaltungsrates. Nach weiterführenden Studien am Massachusetts Institute of Technology in den USA unterrichtete Herr Roth an der Universität Genf und am Institut HEI. 2009 verlieh ihm die Universität Neuenburg die Ehrendoktorwürde in Wirtschaftswissenschaften. Jean-Pierre Roth trat 1979 in die Schweizerische Nationalbank ein und war in verschiedenen Bereichen in Zürich und Bern tätig. Am 1. Mai 1996 ernannte ihn der Bundesrat zum Vizepräsidenten des Direktoriums. Am 1. Januar 2001 wurde er zum Präsidenten des Direktoriums gewählt. Jean-Pierre Roth war schweizerischer Gouverneur des Internationalen Währungsfonds (IWF) in Washington. Vom 1. März 2006 bis Ende Februar 2009 war er Präsident des Verwaltungsrates der Bank für International Zahlungsausgleich (BIZ) in Basel. Ende 2009 trat Herr Roth als Präsident der Schweizerischen Nationalbank zurück. 2010 wurde Jean-Pierre Roth als Präsident der Genfer Kantonalbank und Mitglied des Verwaltungsrates der Schweizerischen Rückversicherung AG und von Nestlé SA gewählt. Im Jahr 2014 ist er als Mitglied des Verwaltungsrates von MKS (Schweiz) gewählt worden. Seitdem ist Jean-Pierre Roth altersbedingt aus dem Verwaltungsrat der Schweizerischen Rückversicherung AG, von Nestlé SA und der Genfer Kantonalbank zurückgetreten. Seit dem 1. Juli 2017 ist er als Vize-Präsident der Arab Bank (Switzerland) Ltd tätig.

Daniela Aeschlimann, Schweizer Staatsbürgerin, ist seit 2016 Mitglied des Verwaltungsrates. Frau Aeschlimann verfügt über einen Abschluss in Betriebswirtschaft, Bachelor of Science in Business Administration, der Hochschule in Luzern. Zudem hat sie 2016 den Executive MBA an der Hochschule in St. Gallen erfolgreich abgeschlossen. Sie ist seit 2010 Mitglied und seit 2013 Vizepräsidentin des Verwaltungsrates der Avesco Gruppe. Frau Aeschlimann übt diverse weitere Verwaltungsrats- und Stiftungsratsmandate aus, unter anderem ist sie seit 2014 Mitglied des Verwaltungsrates der Belenos Clean Power Holding AG.

3.2 Wahl und Amtszeit

Die Mitglieder des Verwaltungsrates werden von der Generalversammlung der Aktionäre jeweils für eine Amtsdauer von einem Jahr gewählt. Die Periode zwischen zwei ordentlichen Generalversammlungen gilt als ein Jahr. Die Mitglieder des Verwaltungsrates sind jederzeit wieder wählbar. Es gibt keine Alters- und/oder Amtszeitbegrenzung. Gemäss Artikel 19 der Statuten der Swatch Group erfolgt die Wahl offen, sofern der Vorsitzende nicht eine schriftliche oder elektronische Wahl anordnet. Einer oder mehrere Aktionäre, die zusammen über mindestens 10% der vertretenen Stimmen verfügen, können schriftliche Abstimmungen oder Wahlen verlangen.

Erstmalige Wahl und verbleibende Amtsdauer der Mitglieder des Verwaltungsrates:

Name	Erstmalige Wahl	Amtsdauer
Nayla Hayek	1995	bis 2020
Georges Nicolas Hayek	2010	bis 2020
Prof. Dr. h.c. Claude Nicollier	2005	bis 2020
Dr. Jean-Pierre Roth	2010	bis 2020
Ernst Tanner	1995	bis 2020
Daniela Aeschlimann	2016	bis 2020

Anlässlich der Generalversammlung 2019 wurden die Mitglieder des Verwaltungsrates für eine weitere Amtsdauer von einem Jahr gewählt. Herr Jean-Pierre Roth ist als Vertreter der Inhaberaktionäre, Frau Nayla Hayek als Vertreterin der Namenaktionäre bestimmt worden.

3.3 Änderungen im Verwaltungsrat

Im Berichtsjahr haben sich keine Änderungen im Verwaltungsrat ergeben.

3.4 Anzahl der zulässigen Tätigkeiten

Gemäss Art. 40 der Statuten dürfen Mitglieder des Verwaltungsrates nicht mehr als 4 weitere Mandate in börsenkotierten Unternehmen und 10 weitere Mandate in nicht börsenkotierten Unternehmen ausüben. Nicht unter diese Beschränkung fallen (i) Mandate in Unternehmen, die durch die Gesellschaft direkt oder indirekt kontrolliert werden oder die Gesellschaft kontrollieren, (ii) Mandate, die ein Mitglied des Verwaltungsrates im Auftrag oder auf Anordnung der Gesellschaft oder einer von ihr kontrollierten Gesellschaften ausübt, wobei kein Mitglied des Verwaltungsrates mehr als 20 solche Mandate wahrnehmen kann und (iii) Mandate in Vereinen, wohltätigen Organisationen, gemeinnützigen Stiftungen sowie Personalfürsorgestiftungen, wobei kein Mitglied des Verwaltungsrates mehr als 30 solche Mandate wahrnehmen kann. Als Mandate gelten Mandate im obersten Leitungsorgan einer Rechtseinheit, die zur Eintragung im Handelsregister oder in ein entsprechendes ausländisches Register verpflichtet ist. Mandate in verschiedenen Rechtseinheiten, die unter einheitlicher Kontrolle oder gleicher wirtschaftlicher Berechtigung stehen, gelten als ein Mandat.

3.5 Interne Organisation des Verwaltungsrates

Anlässlich der Generalversammlung 2019 wurde die Präsidentin des Verwaltungsrates (Frau Nayla Hayek) durch die Aktionäre gewählt (bis zur nächsten Generalversammlung). Im Übrigen konstituiert sich der Verwaltungsrat selbst. Er hat aus seiner Mitte einen Vizepräsidenten bestimmt (Herrn Ernst Tanner). Das Sekretariat des Verwaltungsrates wird von Frau Jennifer Meyer-Kluge wahrgenommen. Die Sekretärin des Verwaltungsrates ist nicht Mitglied des Gremiums. Die Amtsdauer der Präsidentin, des Vizepräsidenten und der Sekretärin beträgt jeweils ein Jahr. Sie sind für weitere Amtsdauern wieder wählbar. Bei Ersatz eines Funktionsträgers tritt der Nachfolger in die restliche Amtsdauer des Vorgängers ein. Der Verwaltungsrat verfügt über ein Audit Committee und ein Compensation Committee. Diesen Ausschüssen, welche separat (in der Regel anschliessend an eine ordentliche Sitzung) tagen, gehören wegen der relativ kleinen Anzahl Verwaltungsräte der Gesellschaft sämtliche Mitglieder des Verwaltungsrates an. Das Audit Committee wird von Frau Nayla Hayek präsiert. Das Präsidium des Vergütungsausschusses (Compensation Committee) wird von Herrn Ernst Tanner, Vizepräsident des Verwaltungsrates, ausgeübt. Die Präsidentin des Audit Committees und der Präsident des Vergütungsausschusses wurden vom Verwaltungsrat anlässlich seiner ersten Sitzung nach der Generalversammlung 2019 gewählt.

Das Audit Committee ist hauptsächlich für die Überwachung der finanziellen Berichterstattung und die Beurteilung der internen und externen Revision zuständig. Es hat insbesondere folgende Funktionen wahrgenommen:

- Besprechung des Audit-Berichtes,
- Vertiefung von Punkten, welche die Revisionsgesellschaft aufbringt,
- Festlegung der Prüfungsschwerpunkte,
- Diskussionen über die Effizienz des internen Kontrollsystems mit Einbezug des Risikomanagements
- Beurteilung der Leistung, Honorare und Unabhängigkeit der externen Revisoren
- Behandlung von Sonderfragen der Rechnungslegung (s. weitere Hinweise Ziffer 8.3).

Der Vergütungsausschuss (Compensation Committee) befasst sich mit der Vergütungspolitik der Gesellschaft. Er unterstützt den Verwaltungsrat bei der Festlegung des Vergütungssystems und der Vergütungsgrundsätze sowie bei der Vorbereitung der Anträge an die Generalversammlung zur Genehmigung der Vergütungen. Der Vergütungsausschuss kann dem Verwaltungsrat in allen Vergütungsangelegenheiten Anträge und Empfehlungen unterbreiten.

Der Vergütungsausschuss bearbeitet alle vergütungsrelevanten Fragen und schlägt Lösungen zu Händen des Verwaltungsrates vor. Entscheidungsinstanz ist der Verwaltungsrat. Dieser unterbreitet der Generalversammlung die notwendigen Beschlüsse zur Genehmigung. Weitere Einzelheiten zum Vergütungsausschuss sind im separaten Vergütungsbericht für das Geschäftsjahr 2019 enthalten.

Der Verwaltungsrat verfügt über keinen Nominationsausschuss (Nomination Committee). Die Aufgaben des Nominationsausschusses (Festlegen von Kriterien zur Auswahl von Kandidaten zur Wahl in den Verwaltungsrat, Auswahlverfahren, etc.) werden vom Verwaltungsrat angesichts der geringen Anzahl von Mitgliedern direkt wahrgenommen.

Im Berichtsjahr hat der Verwaltungsrat sechsmal getagt. Die Sitzungen dauerten etwa drei bis vier Stunden. Das Compensation Committee hat zweimal, das Audit Committee hat dreimal getagt.

Die Mitglieder der Konzernleitung nehmen an den ordentlichen Sitzungen des Verwaltungsrates regelmässig teil (zweite Hälfte). Zu den Sitzungen des Audit Committee werden neben dem Präsidenten der Konzernleitung (CEO) der Finanzverantwortliche (CFO) sowie gegebenenfalls weitere Konzernleitungsmitglieder eingeladen. An den Sitzungen des Compensation Committee nimmt der Finanzverantwortliche (CFO) teil, da sich dieser um die personellen Belange der KL/EKL-Mitglieder kümmert. Bei Diskussionspunkten, die eine der anwesenden Personen betreffen, tritt diese in den Ausstand.

3.6 Kompetenzregelung

Der Verwaltungsrat ist für die oberste Leitung des Konzerns zuständig. Er trifft strategische Entscheide und definiert die zur Erreichung der langfristigen Ziele erforderlichen Mittel. Er entscheidet u.a. über Beteiligungen und die Ernennung der Mitglieder der Konzernleitung, der Erweiterten Konzernleitung sowie der Leiter der wichtigen Konzerngesellschaften. Überdies genehmigt der Verwaltungsrat die Budgets des Konzerns und der Tochtergesellschaften. Der Verwaltungsrat bereitet die Generalversammlung vor und verabschiedet den Geschäftsbericht sowie den Halbjahresbericht.

Der Verwaltungsrat hat die laufenden operativen Geschäfte an die Konzernleitung, die Erweiterte Konzernleitung und an die Direktion von The Swatch Group AG übertragen.

Die Konzernleitung ist für die Umsetzung der Konzernstrategien zuständig. Sie legt Strategien und Zielsetzungen für die Konzerngesellschaften fest und überwacht deren Geschäftsführung.

Die Erweiterte Konzernleitung unterstützt und berät die Konzernleitung bei ihren operativen Aufgaben. Sie macht Vorschläge zur Gestaltung der Konzernstrategie.

Die einzelnen Mitglieder der Konzernleitung und Erweiterten Konzernleitung führen die ihnen zugeteilten Bereiche im Rahmen der Konzernpolitik und gemäss Vorgaben der Konzernleitung. Die Direktion von The Swatch Group AG führt die laufenden operativen Geschäfte von The Swatch Group AG.

3.7 Informations- und Kontrollinstrumente

Jedes Mitglied des Verwaltungsrates kann Auskunft über alle Angelegenheiten der Gesellschaft und über wichtige Angelegenheiten der Konzerngesellschaften verlangen.

Die Konzernleitungsmitglieder orientieren anlässlich der Sitzungen des Verwaltungsrates über den laufenden Geschäftsgang und über wichtige Geschäftsvorfälle. Insbesondere erhalten die Mitglieder des Verwaltungsrates regelmässig detaillierte Informationen zur Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns und der Konzernbereiche. Im Weiteren wird detailliert über wichtige Geschäftsvorfälle, neue Produkte und die Finanzlage berichtet. Ausserordentliche Vorfälle werden dem Verwaltungsrat zudem unverzüglich zur Kenntnis gebracht.

Ausserhalb der Sitzungen kann jedes Mitglied von den mit der Geschäftsführung betrauten Personen (nach Information an die Präsidentin) Auskunft über den Geschäftsgang verlangen. Mit Ermächtigung der Präsidentin kann es auch direkt Auskunft über einzelne konkrete Geschäfte verlangen. Lehnt die Präsidentin ein Gesuch um Auskunft, Anhörung oder Einsicht ab (was bisher noch nie vorgekommen ist), entscheidet der Gesamtverwaltungsrat auf Antrag des Gesuchstellers.

Die Verwaltungsratspräsidentin verfügt über ein Audit-Team, welches sie gezielt fallweise einsetzen kann.

4. Geschäftsleitung (Konzernleitung / Erweiterte Konzernleitung)

Per 31. Dezember 2019

4.1 Mitglieder der Konzernleitung

Nick Hayek, Schweizer Staatsbürger, zweijähriges Studium an der Universität St. Gallen (HSG), Besuch der Filmakademie CLCF in Paris. Präsident der Konzernleitung seit 2003 und Mitglied des Verwaltungsrates seit 2010. Herr Hayek ist seit 1992 für die Swatch Group tätig, zuerst als Marketingleiter der Swatch AG, dann als Direktionspräsident der Swatch AG und schliesslich als Delegierter des Verwaltungsrates der Swatch AG. Herr Hayek gründete Mitte der 1980er Jahre seine eigene Produktionsfirma Sésame Films in Paris und war im In- und Ausland tätig. Die Mitarbeit bei verschiedenen Filmproduktionen (z.B. Dokumentarserien für das Schweizer Fernsehen), die spätere Produktion verschiedener Kurzspielfilme (z.B. 1. Preis beim Thessaloniki-Festival, offizieller Beitrag für das Filmfestival von Cannes, usw.) und seine Tätigkeit als Produzent und Regisseur von zwei Langspielfilmen: «Das Land von Wilhelm Tell», und «Family Express» mit Peter Fonda (als bester Schweizer Comedy-Beitrag ausgezeichnet am Charlie Chaplin Comedy Film Festival in Vevey) führten dazu, dass Herr Hayek bereits anfangs der 90er Jahre u.a. in verschiedenen Swatch-Projekten beratend mitwirkte oder als Verantwortlicher für verschiedene Swatch-Ausstellungen (z.B. Lingotto in Turin) beigezogen wurde. Herr Hayek ist Mitglied des Verwaltungsrates des CSEM (Centre suisse d'électronique et de microtechnique) und Präsident des Verwaltungsrates der Belenos Clean Power Holding AG.

Florence Ollivier-Lamarque, französische Staatsbürgerin, Juristin, Mitglied der Erweiterten Konzernleitung seit 1992 und der Konzernleitung seit 2005. Frau Ollivier-Lamarque ist seit 1988 für die Gruppe tätig, dem Zeitpunkt der Übernahme der damaligen Société Inthor, Paris, welche verschiedene Uhren der Gruppe auf dem französischen Markt vertrieb. Sie war zu diesem Zeitpunkt als Brand Managerin Swatch und Tissot tätig. 1990 übernahm sie die Leitung der Swatch Group France und ab 2002 die Leitung von Swatch Group France Les Boutiques. Bis Ende 2018 war sie für Swatch Group France und Swatch Group France Les Boutiques verantwortlich sowie auch für Italien, Spanien, Belgien und die Niederlande. Frau Ollivier-Lamarque ist verantwortlich für die Marke Flik Flak, Vorstandsmitglied des Comité Colbert und Vizepräsidentin der Fédération de l'Horlogerie, Paris.

Pierre-André Bühler, Schweizer Staatsbürger, technische Berufsausbildung, Mitglied der Erweiterten Konzernleitung seit 2008, Mitglied der Konzernleitung seit 2013. Herr Bühler startete seine Laufbahn bei der Gruppe 1977 als Verantwortlicher des Bereiches Industrialisierung der Michel SA in Grenchen. Später übernahm Herr Bühler leitende Funktionen bei ETA (technische Leitung der Division Michel) und bei Nivarox (Produktionsleitung). Vor Übernahme der Gesamtleitung der ETA war Herr Bühler als Direktionspräsident der Nivarox-Far (Le Locle) tätig. Seit September 2019 ist er CEO der Gesellschaft DYB, Verantwortlicher für neue Industrietechnologien der Gruppe und Verantwortlicher für Comadur innerhalb der Konzernleitung. Herr Bühler vertritt die Swatch Group im Vorstand des Verbandes der schweizerischen Uhrenindustrie FH und er ist Mitglied des Verwaltungsrates des CSEM.

Dr. Mougahed Darwish, Schweizer Staatsbürger, Doktorat in Physik an der EPFL Lausanne, Mitglied der Erweiterten Konzernleitung seit 1994 und der Konzernleitung seit 2005, er war für EM Microelectronic, Micro Crystal, Renata und Oscilloquartz verantwortlich. Herr Darwish ist seit 1979 für die Gruppe tätig, zuerst als Projektmanager für das Joint Venture Xicor-Ebauches. Vorher war Herr Darwish in der Forschung und Entwicklung des Centre électronique horloger (CEH) tätig (heute CSEM, Centre suisse d'électronique et de microtechnique SA). 1985 bis 2007 leitete Herr Darwish die EM Microelectronic als Direktionspräsident. Herr Darwish vertritt die Gruppe im Verwaltungsrat und im Wissenschaftsrat des CSEM sowie im Rat der FLRH; er ist Mitglied der Schweizerischen Akademie der Technischen Wissenschaften. Herr Darwish ist Mitglied des Verwaltungsrates der Belenos Clean Power Holding AG und ist an verschiedensten Projekten aktiv beteiligt.

Marc Alexander Hayek, Schweizer Staatsbürger, Dr. h.c. European University Montreux, Montreux, Wirtschaftsmatura, Marketing- und Wirtschaftsausbildung, Mitglied der Erweiterten Konzernleitung seit 2002 und der Konzernleitung seit 2005, Verantwortlicher für Blancpain, Breguet, Jaquet Droz und Glashütte Original sowie für CHH Microtechnique. Seit August 2017 ist Herr Hayek zudem Mitglied, seit 2019 Vizepräsident und Delegierter des Verwaltungsrates der Belenos Clean Power Holding AG. Herr Hayek ist 2001 als Marketingverantwortlicher bei Blancpain eingetreten. Er war vorher als selbständiger Unternehmer (Restaurant Colors, Zürich) tätig. Herr Hayek war früher im PR-Bereich der Swatch und im Marketing der Certina beschäftigt.

Dr. Thierry Kenel, Schweizer Staatsbürger, Dr. oec., Dipl.Masch.Ing., Postgraduate Dipl. in Management of Technology, Mitglied der Erweiterten Konzernleitung seit 2009 und der Konzernleitung seit 2012, verantwortlich für Corporate Finance, Reporting, Investor Relations, Swatch Group Belgien, Swatch Group Niederlande, Swatch Group Luxemburg, Swatch Group Griechenland und Swatch Group Südafrika. Herr Kenel ist seit 2003 für die Swatch Group tätig, zuerst als Group Controller im Segment Elektronische Systeme und anschliessend als Finanz-, IT- und Administrationsverantwortlicher bei Montres Breguet SA. Vor seinem Eintritt in die Swatch Group war Herr Kenel an der Universität Lausanne als Wirtschaftswissenschaftler und Dozent tätig; zuvor war er Mitglied des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung der Flumroc-Spoerry Unternehmungen. Herr Kenel vertritt die Swatch Group im Vorstand der economiesuisse, der Convention Patronale und der FH. In der FH ist er Präsident der Wirtschaftskommission. Herr Kenel betätigt sich weiterhin als Privatdozent für Finanzen und Rechnungslegung an der HEC Universität Lausanne sowie an der Schweizerischen Kammer für Wirtschaftsprüfer und Steuerexperten. An der HEC Universität Lausanne ist er unter anderem auch Mitglied des Verbindungskomitees Universität-Industrie.

Dr. Peter Steiger, Schweizer Staatsbürger, Dr. oec. publ., Mitglied der Erweiterten Konzernleitung seit 2002 und der Konzernleitung seit 2019, verantwortlich für das Corporate Controlling und die Logistik der Swatch Group, sowie Swatch Group Singapur, Swatch Group UK, Swatch Group Mexico und Swatch Group USA. Herr Steiger startete seine Laufbahn bei der Gruppe 1989 als Chef Finanzen und Administration des PC Quartz. Später hatte Herr Steiger leitende Finanz- und Logistikfunktionen bei verschiedenen Gruppengesellschaften inne (u.a. Swatch, Longines). Vor seinem Eintritt bei der Swatch Group war Herr Steiger bei internationalen Konzernen im In- und Ausland tätig (Shell, Philips).

François Thiébaud, französischer Staatsbürger, ICG (Institut Contrôle de Gestion), Paris, Rechtsstudien an der Universität Besançon, Mitglied der Erweiterten Konzernleitung seit 1998 und der Konzernleitung seit 2006, Verantwortlicher für Tissot, Mido, Certina, Union Glashütte, Swatch Group Nordic (Dänemark, Finnland, Schweden, Norwegen) und den Schweizer Markt. Herr Thiébaud kam 1996 als Präsident der Tissot zur Swatch Group. Vorher war er als Verwaltungsratsdelegierter der Juvenia und während 13 Jahren als Generaldirektor der Breitling tätig. Herr Thiébaud vertritt die Gruppe in der AMS Association des fournisseurs d'horlogerie, marché suisse (Präsident).

4.2 Mitglieder der Erweiterten Konzernleitung

Raynald Aeschlimann, Schweizer Bürger, schloss sein Studium mit dem Lizentiat in Wirtschaft und einem M.A. der Hochschule St. Gallen ab. 2013 wurde er in die Erweiterte Konzernleitung der Swatch Group befördert. Raynald Aeschlimann ist seit 2016 Präsident der Omega AG. Davor war er bei der Omega AG seit 2001 als Vizedirektor und internationaler Leiter Verkauf, Einzelhandel und Vertrieb tätig, nachdem er 1996 als Verkaufs- und Marketing-Projektmanager zur Marke gestossen war und im Jahr 2000 zudem als Brand Manager für Omega und Blancpain Spanien verantwortlich zeichnete. Seit 2010 ist Raynald Aeschlimann Koordinator des Konzerns für die indische Tochtergesellschaft der Swatch Group, seit 2019 zudem verantwortlich für Swatch Group France und Swatch Group Monaco Les Boutiques. Ausserdem ist er Vorstandsmitglied des Verbands der Schweizerischen Uhrenindustrie FH. Von 1992 bis 1996 hatte er bei Longines und der Complemanta AG in St. Gallen gearbeitet.

Matthias Breschan, österreichischer Staatsbürger, Abschluss an der Wirtschaftsuniversität Wien, Mitglied der Erweiterten Konzernleitung seit 2005, verantwortlich für Rado, Hamilton, Swatch Group Taiwan und Swatch Group Österreich. Herr Breschan ist seit 1. Januar 2011 als Präsident der Rado tätig. Vorher war er während sieben Jahren als Präsident der Hamilton und während drei Jahren als Area Sales Manager und später als Abteilungschef bei Swatch Telecom tätig. Zwischen seiner Zeit bei Hamilton und Swatch Telecom war er als Geschäftsführer der Aldi (Aldi Marché Est) in Frankreich tätig. Vor dem Eintritt bei der Swatch Group arbeitete Herr Breschan bei Texas Instruments und Alcatel Mobile Phones im Bereich Produktmarketing, Internationales Marketing und Verkauf.

Daniel Everts, Schweizer Staatsbürger, lic.iur., Rechtsanwalt, MBA der INSEAD in Fontainebleau, Frankreich. Mitglied der Erweiterten Konzernleitung seit 2019, dort verantwortlich für Swiss Timing und Swatch Group Polen. Daniel Everts ist 2010 in die Swatch Group eingetreten, seit 2016 übt er die Funktion als Chief Legal Officer Corporate & Industry aus und verantwortet die juristische Betreuung der Gruppengesellschaften in den Bereichen Produktion, Elektronische Systeme und Corporate. Vor seinem Eintritt in die Swatch Group hat Daniel Everts als Anwalt in international tätigen Wirtschaftskanzleien gearbeitet. Er vertritt die Swatch Group als Delegierter beim Arbeitgeberverband der Schweizerischen Uhrenindustrie (Convention Patronale) und ist Vorstandsmitglied des Schweizerischen Arbeitgeberverbands (SAV).

Yann Gamard, französischer Staatsbürger, MBA Lausanne, Mitglied der Erweiterten Konzernleitung seit 1998, ist verantwortlich für die Marke Swatch, Swatch Group Deutschland sowie für die Uhren Distributionslogistik in Europa und Batterien weltweit. Herr Gamard trat 1995 in die Swatch Group ein (Swatch AG). In der Folge übernahm er die Verantwortung für den Telecom Bereich der Swatch Group und anschließend wurde er zum Country Manager in den USA, verantwortlich für Hamilton und später Glashütte Original, sowie weiteren europäischen Ländern ernannt. Vor seinem Eintritt in den Konzern war Herr Gamard in verschiedenen Funktionen bei Procter & Gamble und Cartier tätig.

Hans-Rudolf Gottier, Schweizer Staatsbürger, Abschluss als Elektroingenieur an der FH in Biel, Mitglied der erweiterten Konzernleitung seit 2013. Hier ist er verantwortlich für die Firmen Renata und Micro Crystal sowie für das FEPS in Shenzhen. Herr Gottier hat seine Tätigkeit für die Swatch Group 1980 als Engineering Leiter für die Quarzherstellung begonnen. Seit 1990 ist er als CEO für die Firma Micro Crystal verantwortlich. In dieser Zeit wurde Micro Crystal von einem internen Uhrenquarz Lieferanten zu einem weltweiten Quarzanbieter ausgebaut. In den letzten Jahren hat Herr Gottier verschiedene Firmen innerhalb der Swatch Group Electronic Systems geleitet, und deren Umstrukturierung abgeschlossen. Vor seinem Eintritt bei der Swatch Group arbeitete Herr Gottier in Südamerika, wo er für die technische Abwicklung beim Import von Grossmaschinen und Anlagen verantwortlich war.

Roger Juillet, Schweizer Staatsbürger, ist seit 2019 Mitglied der Erweiterten Konzernleitung der Swatch Group. Er ist seit 2012 CEO der Nivarox-FAR sowie seit 2019 Mitglied der Geschäftsleitung der ETA. Herr Juillet stiess im Jahr 1969 zur Gruppe. Er hatte bereits diverse Funktionen bei verschiedenen Firmen der Gruppe inne. So trat er z. B. im Jahr 1985 dem Unternehmen ETA bei und wurde zum Gruppenleiter Automatisierung berufen, nachdem er über mehrere Jahre für die FHF tätig war. Im 1998 übernahm er die Rolle als Produktionsverantwortlicher von Mikrotechnik-Komponenten bei Nivarox-FAR. Drei Jahre später wurde Herr Juillet in derselben Tochtergesellschaft als Produktionsverantwortlicher Komponenten und Montage nominiert und übernahm darauf am 1. April 2012 die Geschäftsleitung dieses Schlüsselunternehmens der Swatch Group.

Walter von Känel, Schweizer Staatsbürger, kaufmännische Ausbildung, Mitglied der Erweiterten Konzernleitung seit 1991, verantwortlich für Longines. Herr von Känel ist seit 1969 bei Longines tätig; seit 1988 als Vorsitzender der Direktion. Herr von Känel war vor seinem Eintritt in die Swatch Group bei einer Zifferblattfabrik und bei der Eidgenössischen Zollverwaltung tätig.

Mireille Koenig, Schweizer Staatsbürgerin, lic.iur., Rechtsanwältin, LL.M. (Chinese Law) der Hong Kong University. Mitglied der Erweiterten Konzernleitung seit 2019, verantwortlich für die juristischen Interessen der Marken- und Ländergesellschaften, sowie für Swatch Group Russland und Swatch Group Südkorea. Mireille Koenig ist seit 2009 in der Rechtsabteilung der Swatch Group tätig, seit 2016 in der Funktion als Chief Legal Officer Brands & Countries. Sie vertritt die Swatch Group als Delegierte in der juristischen Kommission des Verbands der Schweizer Uhrenindustrie (FH). Vor ihrer Tätigkeit für die Swatch Group hat Mireille Koenig mehrere Jahre als Rechtsanwältin in einer international ausgerichteten Wirtschaftskanzlei in Zürich sowie in leitender Stellung einer chinesischen Unternehmensberatung in Shanghai gearbeitet.

Lionel a Marca, Schweizer Staatsbürger, ist seit 2019 Mitglied der Erweiterten Konzernleitung der Swatch Group. Er verfügt über eine technische Ausbildung als Uhrmacher-Rhabilleur, welche er an der EHMP (Ecole Horlogerie Microtechnique) in Porrentruy erlangt hat. Herr a Marca ist seit 2004 Vizepräsident bei Blancpain und seit 2015 auch Vizepräsident von Harry Winston als Head of Technical and Development Management. Zuvor wirkte er zwei Jahre lang als Head of Product bei Blancpain. Er war auch als Berater und Projektmanager für Swatch Group Quality Management sowie als Uhrmacher für Komplikationen bei der ETA tätig, wie bereits zuvor, bei der Frédéric Piguet SA. Vor seinem Eintritt bei der Swatch Group war Lionel a Marca Uhrmacher-Rhabilleur in verschiedenen Uhrenfirmen im Juragebiet.

Calogero Polizzi, italienischer und Schweizer Staatsbürger, Inhaber eines Diploms in Informationstechnologie des Istituto Tecnico Industriale L. Cobianchi in Verbania, Italien. Er trat 1999 in die Swatch Group ein und ist Verantwortlicher für die Informatiksysteme der Swatch Group seit 2005 sowie Country Manager der Swatch Group Italy seit 2019. 2013 wurde er in die Erweiterte Konzernleitung der Swatch Group befördert. Auch auf dieser Stufe ist er für die Informatiksysteme und Swatch Group Italy verantwortlich. Dazu ist er für die Software-Aspekte des neuen Swiss Operating Systems of IoT (Internet of Things) verantwortlich. Zuvor hatte er als Informatikverantwortlicher der Swatch Group Italy sowie als Leiter der Abteilung Informatik der The Swatch Group Distribution AG gearbeitet. Zwischen diesen beiden Aktivitäten arbeitete er als Chief Information Officer der Tod's S.p.A. Vor seinem Eintritt in die Swatch Group hatte Calogero Polizzi bei Whirlpool auf internationaler Ebene verschiedene Funktionen im Bereich der Informationstechnologien wahrgenommen.

Kevin Rollenhagen, amerikanischer Staatsbürger, Abschluss in Wirtschaft (BA) an der Michigan State University, Mitglied der Erweiterten Konzernleitung seit 2005, verantwortlich für Swatch Group China, Swatch Group Taiwan, Swatch Group Australien und Swatch Group Macau und Country Manager Swatch Group Hong Kong (vorher seit 2000 Ländervertreter in der Erweiterten Konzernleitung). Herr Rollenhagen ist seit 1989 für die Swatch Group tätig. Er hat seine Tätigkeit für die Swatch Group als Trainee bei Tissot begonnen und wurde anschliessend Regional Sales Manager für Tissot und Omega. Seit 1994 ist er in Hongkong und China tätig (zuerst als Brand Manager für Omega). Vor seinem Eintritt bei der Swatch Group hat Herr Rollenhagen bei Caterpillar im Verkaufsbereich gearbeitet. Herr Rollenhagen vertritt die Swatch Group in der Hong Kong Watch Importers' Association, wo er als Treasurer tätig ist.

4.3 Anzahl der zulässigen Tätigkeiten

Gemäss Art. 40 der Statuten dürfen Mitglieder der Geschäftsleitung kein Mandat in einem börsenkotierten Unternehmen, jedoch 4 Mandate in nicht börsenkotierten Unternehmen ausüben. Nicht unter diese Beschränkung fallen (i) Mandate in Unternehmen, die durch die Gesellschaft direkt oder indirekt kontrolliert werden oder die Gesellschaft kontrollieren, (ii) Mandate, die ein Mitglied der Geschäftsleitung im Auftrag oder auf Anordnung der Gesellschaft oder einer von ihr kontrollierten Gesellschaften ausübt, wobei kein Mitglied der Geschäftsleitung mehr als 20 solche Mandate wahrnehmen kann, (iii) Mandate in Vereinen, wohltätigen Organisationen, gemeinnützigen Stiftungen sowie Personalfürsorgestiftungen, wobei kein Mitglied der Geschäftsleitung mehr als 30 solche Mandate wahrnehmen kann. Als Mandate gelten Mandate im obersten Leitungsorgan einer Rechtseinheit, die zur Eintragung im Handelsregister oder in ein entsprechendes ausländisches Register verpflichtet ist. Mandate in verschiedenen Rechtseinheiten, die unter einheitlicher Kontrolle oder gleicher wirtschaftlicher Berechtigung stehen, gelten als ein Mandat.

4.4 Arbeitsverträge

Die Arbeitsverträge mit den Mitgliedern der Konzernleitung und der Erweiterten Konzernleitung sind auf unbestimmte Zeit geschlossen und können beidseitig mit einer Kündigungsfrist von sechs Monaten aufgelöst werden. Im Fall einer Auflösung werden keine Abgangsschädigungen fällig. Bei Abschluss neuer Verträge werden bei der Swatch Group keine Eintrittsboni (Golden Hellos) bezahlt.

Im Falle eines Ausscheidens bestehen keinerlei andere Ansprüche auf Entschädigungen.

4.5 Änderung in der Konzernleitung bzw. in der Erweiterten Konzernleitung

Per 1. Februar 2019 ist Herr Jean-Claude Eggen aus der Erweiterten Konzernleitung ausgeschieden. Per 1. August 2019 ist Herr Dr. Peter Steiger von der Erweiterten Konzernleitung in die Konzernleitung übergetreten. Neu in die Erweiterte Konzernleitung gewählt wurden per 1. August 2019 Frau Mireille Koenig sowie die Herren Daniel Everts, Roger Juillet und Lionel a Marca. Ansonsten haben sich in der Berichtsperiode in der Konzernleitung und der Erweiterten Konzernleitung keine Änderungen ergeben.

4.6 Managementverträge

Im Rahmen eines Rahmenvertrages stellte Hayek Engineering AG, Zürich Managementpersonal für operative Tätigkeiten sowie in den Bereichen Immobilien und Logistik zur Verfügung.

5. Vergütungen, Beteiligungen und Darlehen / Kredite

5.1 Vergütungen

Die wesentlichen Elemente zu den Vergütungsgrundsätzen, zu den Aufgaben und Kompetenzen im Vergütungsbereich, zur Zusammensetzung und zur Funktion des Vergütungsausschusses, sowie zu den einzelnen Vergütungselementen werden in einem separaten Vergütungsbericht festgehalten. Ergänzend wird darauf hingewiesen, dass gemäss Art. 32 Abs. 7 der Statuten die Vergütung in der Form von Geld, Aktien oder Sach- oder Dienstleistungen ausgerichtet werden kann; die Vergütung der exekutiven Mitglieder des Verwaltungsrates und der Mitglieder der Geschäftsleitung kann überdies in der Form von anderen Beteiligungspapieren, Optionen, vergleichbaren Instrumenten oder Einheiten ausgerichtet werden. Der Verwaltungsrat oder, soweit an ihn delegiert, der Vergütungsausschuss legt Zuteilungsbedingungen, Ausübungsbedingungen und -fristen sowie allfällige Sperrfristen und Verfallsbedingungen fest.

Der separate Vergütungsbericht spricht sich auch zu Darlehen, Krediten und Aktienprogrammen aus, sodass an dieser Stelle auf diesen Bericht verwiesen werden kann.

5.2 Beteiligungsprogramme

Der Beteiligungsfonds für Kader und Mitarbeiter der Swatch Group soll besondere Leistungen der wesentlichen Kadermitglieder honorieren, die Motivation und Verantwortungsbewusstsein im Konzern verstärken, die Firmentreue und die Stabilität der führenden Mitarbeiter fördern und eine günstige Vermögensbildung ermöglichen. Die Zuteilung der Aktienbezugsrechte erfolgt aufgrund einer individuellen Leistungsbeurteilung. Die Stimmrechte der Aktien im Fondsbesitz werden nicht ausgeübt.

Das Aktienprogramm wird im Vergütungsbericht beschrieben.

Eine Übersicht der per 31. Dezember 2019 gehaltenen Aktien und Optionen der Mitglieder des Verwaltungsrates, der Konzernleitung und der Erweiterten Konzernleitung sowie der diesen Mitgliedern nahestehenden Personen befindet sich auf Seite 223.

5.3 Darlehen, Kredite

Zu Darlehen und Krediten an Organmitgliedern wird im Vergütungsbericht Stellung genommen.

5.4 Genehmigung durch die Generalversammlung

Gemäss Art. 31 der Statuten genehmigt die Generalversammlung jährlich die Anträge des Verwaltungsrates in Bezug auf die Gesamtbeträge für (i) die maximale fixe Vergütung für die Mitglieder des Verwaltungsrates für die Dauer bis zur nächsten ordentlichen Generalversammlung, (ii) die maximale fixe Vergütung für die Mitglieder der Geschäftsleitung für das laufende Geschäftsjahr, (iii) die variable Vergütung für die exekutiven Mitglieder des Verwaltungsrates für das abgeschlossene Geschäftsjahr und (iv) die variable Vergütung für die Mitglieder der Geschäftsleitung für das abgeschlossene Geschäftsjahr. Der Verwaltungsrat kann davon soweit rechtlich zulässig abweichende oder zusätzliche Anträge an die Generalversammlung stellen.

Die Gesellschaft oder von ihr kontrollierte Gesellschaften sind ermächtigt, jeder Person, die nach dem Zeitpunkt der Genehmigung der entsprechenden Vergütung durch die Generalversammlung in die Geschäftsleitung eintritt oder innerhalb der Geschäftsleitung befördert wird, während der Dauer der bereits genehmigten Vergütungsperiode(n) einen Zusatzbetrag auszurichten, wenn die bereits genehmigte Vergütung für deren Vergütung nicht ausreicht. Der Zusatzbetrag darf 40% der jeweils letzten genehmigten Gesamtbeträge der Vergütung der Geschäftsleitung nicht übersteigen.

Genehmigt die Generalversammlung einen Antrag des Verwaltungsrates nicht, setzt der Verwaltungsrat den entsprechenden (maximalen) Gesamtbetrag oder mehrere (maximale) Teilbeträge unter Berücksichtigung aller relevanten Faktoren fest. Der Verwaltungsrat legt den oder die so festgelegten Beträge derselben Generalversammlung, einer nachfolgenden ausserordentlichen Generalversammlung oder der nächsten ordentlichen Generalversammlung zur Genehmigung vor.

Die Gesellschaft oder von ihr kontrollierte Gesellschaften können Vergütungen vor Genehmigung durch die Generalversammlung ausrichten, unter Vorbehalt der nachträglichen Genehmigung durch die Generalversammlung.

6. Mitwirkungsrechte der Aktionäre

6.1 Stimmrechtsbeschränkungen und -vertretung

Bei der Ausübung des Stimmrechts darf kein Aktionär für eigene und vertretene Aktien zusammen mehr als 5% des gesamten Aktienkapitals direkt oder indirekt auf sich vereinen. Diese Begrenzung gilt nicht für diejenigen Aktien, welche vom Eintragungsverbot ausgenommen sind (vgl. Ziff. 2.6 vorne). Diese Begrenzung gilt auch nicht für die Ausübung von Stimmrechten durch den unabhängigen Stimmrechtsvertreter.

Der Verwaltungsrat ist im Übrigen gemäss Art. 16 Abs. 4 der Statuten befugt, in besonderen Fällen von dieser Beschränkung abzuweichen. Im Geschäftsjahr wurden keine Ausnahmen beantragt oder gewährt. Eine Änderung der Stimmrechtsbeschränkungen ist nur durch eine Änderung der Statutenbestimmungen möglich. Hierfür ist ein Beschluss der Generalversammlung mit relativer Mehrheit notwendig.

Aktionäre, die nicht persönlich an der Generalversammlung teilnehmen können, haben die Möglichkeit, sich durch den gesetzlichen Vertreter, durch einen anderen stimmberechtigten Aktionär oder durch den unabhängigen Stimmrechtsvertreter vertreten zu lassen.

6.2 Statutarische Quoren

Zusätzlich zu den in Art. 704 OR vorgesehenen speziellen Quorumsbestimmungen sehen die Statuten die gleiche Quorumsbestimmung (zwei Drittel der vertretenen Stimmen und die absolute Mehrheit der Aktiennennwerte) auch für die Abberufung von Mitgliedern des Verwaltungsrates vor.

6.3 Einberufung der Generalversammlung

Die Generalversammlung wird gemäss Artikel 13 und 14 der Statuten einberufen. Aktionäre, welche zusammen mindestens 10% des Aktienkapitals vertreten, können jederzeit die Einberufung einer ausserordentlichen Generalversammlung verlangen. Eine solche ausserordentliche Generalversammlung hat innert 40 Tagen nach Eingang eines solchen Begehrens stattzufinden.

6.4 Traktandierung

Aktionäre, die Aktien im Nennwert von einer Million Franken vertreten, können schriftlich und unter Angaben der Anträge die Traktandierung eines Verhandlungsgegenstandes verlangen (vergleiche Art. 14 Abs. 3 der Statuten in Verbindung mit Art. 699 und Art. 700 OR).

6.5 Eintragungen im Aktienbuch

Das Aktienbuch wird in der Regel jeweils 20 Tage vor der Generalversammlung für Eintragungen geschlossen.

7. Kontrollwechsel und Abwehrmassnahmen

7.1 Angebotspflicht

Art. 10 der Statuten sieht vor, dass ein Aktienerwerber, welcher direkt oder indirekt oder in gemeinsamer Absprache mit Dritten Aktien erwirbt und damit zusammen mit den Aktien, die er bereits besitzt, den Grenzwert von 49% der Stimmrechte, ob ausübbar oder nicht, überschreitet, ein Kaufangebot für alle kotierten Beteiligungspapiere der Gesellschaft unterbreiten muss (Art. 10 der Statuten in Verbindung mit Art. 135 FinfraG).

7.2 Kontrollwechselklauseln

Es gibt keinerlei Vereinbarungen mit Mitgliedern des Verwaltungsrates, der Konzernleitung oder weiteren Kadermitarbeitern für den Fall eines Wechsels der Aktionariatsstruktur.

8. Revisionsstelle

8.1 Dauer des Revisionsmandats und Amtsdauer des leitenden Revisors

PricewaterhouseCoopers AG nimmt seit 1992 die Funktion des Konzernprüfers als Revisionsstelle wahr. Zuvor waren die Vorgängerorganisationen bereits für die Gruppe und viele ihrer Gesellschaften als Revisionsorgane tätig.

Herr Thomas Brüderlin ist als leitender Revisor (Engagement Partner) seit dem Geschäftsjahr 2018 für die Prüfung bzw. für die Konzernprüfung verantwortlich.

8.2 Revisionshonorar und zusätzliche Honorare

Die folgenden Honorare wurden von den Revisionsgesellschaften und Experten der Jahresrechnung 2019 belastet:

(Mio CHF)	Revision	Steuern	Sonstige Dienstleistungen	Total
PricewaterhouseCoopers	4.7	1.0	1.2	6.9
Andere Revisionsgesellschaften	0.6	0.4	0.5	1.5
Total 2019	5.3	1.4	1.7	8.4
Total 2018	5.2	1.6	1.5	8.3

8.3 Aufsichts- und Kontrollinstrumente gegenüber der Revision

Die Aufsicht und Kontrolle bezüglich Beurteilung der externen Revision wird vom Audit Committee bzw. vom Gesamtverwaltungsrat wahrgenommen (siehe auch Aufgaben und Funktionen gemäss Beschreibung unter Punkt 3.5). Das Audit Committee beurteilt zusammen mit der Konzernleitung die Leistungen der Revisionsstelle und schlägt dem Verwaltungsrat zuhanden der Generalversammlung die unabhängige externe Revisionsstelle jeweils zur Wahl vor. Das Audit Committee trifft sich in der Regel zweimal jährlich mit der Revisionsstelle. Die Revisionsstelle erstellt zuhanden des Audit Committee einen Bericht über Feststellungen zur Prüfung, zur Rechnungslegung und zur internen Kontrolle. Gemeinsam mit der Revisionsstelle werden Prüfungsschwerpunkte für die Folgeperiode festgelegt und die von der Revisionsstelle festgehaltenen prüfungsrelevanten Schlüsselrisiken diskutiert. In Zusammenarbeit mit der Konzernleitung wird die Unabhängigkeit der Revisionsstelle jährlich beurteilt. Insbesondere werden zu diesem Zweck die weltweiten Aufwendungen für die Prüfungstätigkeiten vorgelegt, Abweichungen zu den veranschlagten Kosten analysiert und erläutert und es wird ein Budgetrahmen für die nächstfolgende Revisionsperiode festgelegt. Die Vergabe von Aufträgen an die Revisionsstelle unterliegt einem Genehmigungsverfahren.

9. Informationspolitik

Die Swatch Group berichtet voraussichtlich zu folgenden Zeitpunkten über den Geschäftsgang der Gruppe:

- 30. Januar 2020 Kennzahlen 2019
- 19. März 2020 Pressekonferenz / Geschäftsbericht 2019
- 14. Mai 2020 Generalversammlung der Aktionäre
- 31. Juli 2020 Halbjahreszahlen 2020

Die Auflistung kann sich im Verlauf des Jahres ändern, falls Daten angepasst oder hinzugefügt werden. Die Informationen werden jeweils in den schweizerischen und internationalen Pressemedien veröffentlicht und auch in Publikationen führender internationaler Banken publiziert und verarbeitet.

Diese Informationen können auf der Website der Swatch Group unter www.swatchgroup.com, im Besonderen unter der Rubrik «Investor Relations», abgerufen werden. Der Geschäftsbericht kann auch auf dem Link <https://www.swatchgroup.com/de/investor-relations/geschaeftsbericht> eingesehen und heruntergeladen werden. Ausserdem bietet die «swatchgroup.com»-Homepage die Möglichkeit, sich an der Informationsdienstleistung «push- und pull» zu abonnieren, um die ad hoc Finanzmitteilungen zu erhalten.

Ein Kontaktformular steht für Anfragen zur Verfügung (www.swatchgroup.com/kontakt). Anfragen können gleichermassen per Post (The Swatch Group AG, Seevorstadt 6, CH-2501 Biel) oder mittels Fax an +41 32 343 69 11 oder telefonisch an Tel. +41 32 343 68 11 gerichtet werden.

JAHRESRECHNUNG 2019

KONZERNRECHNUNG JAHRESRECHNUNG THE SWATCH GROUP AG



KONZERNRECHNUNG**Finanzieller Lagebericht****Konsolidierte Erfolgsrechnung****Konsolidierte Bilanz****Konsolidierte Geldflussrechnung****Konsolidierter Eigenkapitalnachweis****Anhang zur Konzernrechnung****Allgemeine Informationen**

1. Allgemeine Angaben
2. Grundlagen der Abschlusserstellung
3. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Wichtige Betriebspositionen

4. Segmentinformationen
5. Erträge und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
6. Aufwendungen
7. Vorräte
8. Sachanlagen
9. Immaterielles Anlagevermögen
10. Rückstellungen

Personal

11. Personalaufwand
12. Vorsorgeverpflichtungen
13. Mitarbeiterbeteiligungsplan

Kapital und Treasury

14. Aktienkapital und Reserven
15. Gewinn pro Aktie
16. Bezahlte und vorgeschlagene Dividenden
17. Finanzrisikomanagement
18. Nettofinanzergebnis
19. Flüssige und geldnahe Mittel
20. Wertschriften und derivative Finanzinstrumente
21. Finanzverbindlichkeiten und derivative Finanzinstrumente

Anmerkungen zur konsolidierten Bilanz

22. Sonstiges Umlaufvermögen
23. Aktive Rechnungsabgrenzungen
24. Sonstige Verbindlichkeiten
25. Passive Rechnungsabgrenzungen
26. Sonstige langfristige Vermögenswerte

Weitere Informationen

27. Ertragssteuern
28. Verpflichtungen und Eventualverbindlichkeiten
29. Transaktionen mit nahestehenden Personen

Konsolidierung und Konzernstruktur

30. Konsolidierung
31. Unternehmenszusammenschlüsse
32. Aufzugebende Geschäftsbereiche
33. Erworbenener Goodwill
34. Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften und Joint Ventures
35. Konzerngesellschaften

JAHRESRECHNUNG THE SWATCH GROUP AG**TITEL THE SWATCH GROUP AG**

168

169

173

174

176

177

178

178

178

178

179

179

180

181

182

182

184

186

187

187

189

190

191

191

192

193

193

193

194

195

195

195

195

196

197

199

200

201

201

202

202

203

204

205

214

229

1. Eckdaten Konzern

(Mio CHF)	2019	2018	Veränderung in %		
			zu konstanten Wechselkursen	Währungs-effekt	Total
Nettoumsatz	8 243	8 475	-1.8%	-0.9%	-2.7%
Betriebsergebnis	1 023	1 154			-11.4%
- in % des Nettoumsatzes	12.4%	13.6%			
Konzerngewinn	748	867			-13.7%
- in % des Nettoumsatzes	9.1%	10.2%			
Eigenkapital	11 493	11 274			1.9%
- in % der Bilanzsumme	83.9%	82.5%			
Dividende in CHF 1)	2019	2018			
- pro Inhaberaktie	8.00	8.00			
- pro Namenaktie	1.60	1.60			

1) Für das Berichtsjahr: Antrag des Verwaltungsrates

Die Swatch Group ist mit ihren 18 Marken in allen Segmenten präsent und ein vollständig vertikalisiertes Unternehmen, von der Produktion bis hin zum Vertrieb. Weltweit ist der Konzern mit eigenem Retailnetz inklusive E-Commerce und dem eigenen Kundenservice bestens aufgestellt. Der Konzern tätigt fortlaufend langfristige Investitionen, nicht nur in Forschung und Entwicklung innovativer und einmaliger Produkte, sondern auch in die rund 150 Produktionsbetriebe in der Schweiz und in die weltweite Distribution. Somit verfügt der Konzern über eine einmalige Position in der schweizerischen, wie auch in der weltweiten Uhrenindustrie.

2. Umfeld / Geschäftsjahr

Entwicklung Nettoumsatz und Betriebsergebnis

2019 (Mio CHF)	Uhren & Schmuck	Elektronische Systeme	Corporate	Elimina- tionen	Total
Nettoumsatz	7 966	289	10	-22	8 243
Betriebsergebnis	1 145	7	-129	0	1 023
- in % des Nettoumsatzes	14.4%	2.4%			12.4%
2018 (Mio CHF)	Uhren & Schmuck	Elektronische Systeme	Corporate	Elimina- tionen	Total
Nettoumsatz	8 214	273	10	-22	8 475
Betriebsergebnis	1 258	14	-118	0	1 154
- in % des Nettoumsatzes	15.3%	5.1%			13.6%

Der Konzern hat sich im Geschäftsjahr 2019 trotz politischen Unsicherheiten und einem wiederum negativen Währungsumfeld sehr gut entwickelt. Die Abschwächung des US Dollar und Euro, sowie weiterer Währungen gegenüber dem Schweizer Franken in den letzten Monaten, beeinträchtigte den Umsatz um CHF 76 Mio oder 0.9%.

Die Entwicklung war im zweiten Halbjahr – unter Ausklammerung von Hong Kong SAR – in allen Regionen positiv. Die Verkäufe im eigenen Retail steigerten sich im Jahresvergleich um rund 2%, dies trotz dem negativen Einfluss von Hong Kong SAR und einem um rund 60 Geschäfte reduzierten Retailnetz.

In Hong Kong SAR belief sich der Umsatzeinbruch allein im 2. Halbjahr 2019 auf rund CHF 200 Mio. Swatch Group betreibt dort mehr als 90 eigene Retailgeschäfte.

Der Nettoumsatz im Segment Elektronische Systeme konnte um 5.9% auf CHF 289 Mio gesteigert werden, wobei sich alle Gesellschaften positiv entwickelten.

Entwicklung Konzerngewinn

(Mio CHF)	2019	2018
Betriebsergebnis	1 023	1 154
Nettofinanzergebnis	-20	-22
Ordentliches Ergebnis	1 003	1 132
Betriebsfremdes Ergebnis	1	1
Gewinn vor Ertragssteuern	1 004	1 133
Ertragssteuern	-256	-266
Konzerngewinn	748	867
- in % des Nettoumsatzes	9.1%	10.2%
- Veränderung zum Vorjahr in %	-13.7%	14.8%
Unverwässerter Gewinn pro Aktie in CHF	2019	2018
- Namenaktien	2.84	3.23
- Inhaberaktien	14.18	16.14

Das Nettofinanzergebnis schloss im Berichtsjahr mit einem Verlust von CHF 20 Mio ab (Vorjahr: Verlust von CHF 22 Mio), wiederum hauptsächlich geprägt durch ein stark negatives Nettoergebnis aus Fremdwährungen. Weitere Details zum Nettofinanzergebnis werden in Anmerkung 18 im Anhang zur Konzernrechnung dargestellt.

Der Steueraufwand im Verhältnis zum Gewinn vor Steuern stieg von 23.5% im Vorjahr auf 25.5% im Berichtsjahr. Der Anstieg ist u.a. auf eine Veränderung des Ländermixes bei Umsatz und Gewinn und insbesondere auf das Wachstum der Kundennachfrage in den asiatischen Märkten zurückzuführen. Eine detaillierte Analyse des Aufwands für Ertragssteuern wird in Anmerkung 27 im Anhang zur Konzernrechnung offengelegt.

Der Konzerngewinn erreichte CHF 748 Mio (-13.7% gegenüber dem Vorjahr) oder 9.1% zum Nettoumsatz (Vorjahr: 10.2%).

Der unverwässerte Gewinn pro Aktie betrug im Berichtsjahr CHF 2.84 (Vorjahr: CHF 3.23) pro Namenaktie bzw. CHF 14.18 (Vorjahr: CHF 16.14) pro Inhaberaktie. Wie in den Vorjahren war der Verwässerungseffekt nicht wesentlich. Detaillierte Informationen können der Anmerkung 15 im Anhang zur Konzernrechnung entnommen werden.

Der Verwaltungsrat der Swatch Group wird der Generalversammlung vom 14. Mai 2020 eine unveränderte Dividende von CHF 8.00 pro Inhaberaktie und CHF 1.60 pro Namenaktie vorschlagen.

FINANZIELLER LAGEBERICHT

Entwicklung Bilanzstruktur

(Mio CHF)	2019	2018
Umlaufvermögen	9 555	9 458
Kurzfristige Verbindlichkeiten	1 361	1 549
Eigenkapital	11 493	11 274
- in % der Bilanzsumme	83.9%	82.5%
Durchschnittliche Eigenkapitalrendite 1)	6.6%	7.7%

1) Konzerngewinn in Prozent des durchschnittlichen Eigenkapitals (Vorjahr plus Berichtsjahr geteilt durch zwei)

Das kurzfristige Fremdkapital war durch das Umlaufvermögen mit einem Faktor von 7.0 (Vorjahr: 6.1) gedeckt. Dieser Faktor zeigt nach wie vor eine äusserst gesunde Struktur der kurzfristigen Bilanzpositionen.

Trotz der Aktienkapitalreduktion bei der The Swatch Group AG im Anschluss an das anfangs 2019 abgeschlossene Aktienrückkaufprogramm 2016–2019 stieg das Eigenkapital des Konzerns auf CHF 11.5 Mia im Berichtsjahr (Vorjahr: CHF 11.3 Mia). Die Eigenkapitalquote betrug 83.9% (Vorjahr: 82.5%).

Entwicklung Liquidität

(Mio CHF)	2019	2018
Flüssige und geldnahe Mittel per 1. Januar	902	1 291
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	1 224	943
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-344	-651
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit (inkl. Wechselkursdifferenzen auf flüssige Mittel)	-634	-681
Flüssige und geldnahe Mittel per 31. Dezember	1 148	902

Der im 2019 erwirtschaftete operative Cash Flow nach Steuern betrug CHF 1 224 Mio und lag damit 30% über dem Vorjahr, hauptsächlich resultierend aus einer konsequenten Bewirtschaftung des Nettoumlaufvermögens.

Über alle Segmente hinweg investierte Swatch Group 2019 insgesamt CHF 459 Mio in Betriebsaktiven¹⁾. Nebst Investitionen zur weiteren Optimierung und Flexibilisierung von Produktionskapazitäten wurde ins eigene Retailnetz und den Customer Service investiert. Der Free Cash Flow²⁾ hat sich zum Vorjahr verdreifacht und betrug CHF 880 Mio.

Die Dividendenzahlung mit CHF 413 Mio (Vorjahr: CHF 394 Mio) sowie die Abnahme der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten waren die Hauptpositionen im Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit. Die Netto-Finanzposition³⁾ betrug per Ende Jahr CHF 1 348 Mio.

3. Ausblick

Die Konzernleitung erwartet für 2020 ein gesundes Wachstum in allen Märkten in Lokalwährungen mit Ausnahme von Hong Kong SAR. Die Währungssituation bleibt weiterhin sehr herausfordernd. Ein spezielles Highlight für den Konzern werden die im Sommer stattfindenden Olympischen Spiele in Tokyo sein, wo sich Omega in einem der grössten Luxusmärkte der Welt einzigartig präsentieren kann.

1) Investitionen in Sachanlagen, in immaterielles Anlagevermögen und in sonstige langfristigen Vermögenswerte gemäss Geldflussrechnung

2) Geldfluss aus Betriebstätigkeit abzüglich Geldfluss aus Investitionstätigkeit

3) Flüssige und geldnahe Mittel sowie Wertschriften und derivative Finanzinstrumente abzüglich kurz- und langfristige Finanzverbindlichkeiten und derivative Finanzinstrumente

KONSOLIDIERTE ERFOLGSRECHNUNG

	Anmerkungen	2019 Mio CHF	%	2018 Mio CHF	%
Nettoumsatz	(4, 5a)	8 243	100.0	8 475	100.0
Sonstige betriebliche Erträge	(5b)	134	1.6	180	2.1
Veränderung Vorräte		-16	-0.2	632	7.5
Waren- und Rohmaterialeinkäufe		-1 600	-19.4	-2 226	-26.3
Personalaufwand	(11)	-2 578	-31.3	-2 563	-30.3
Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen	(8)	-437	-5.3	-451	-5.3
Abschreibungen und Wertminderungen auf immaterielles Anlagevermögen	(9)	-43	-0.5	-43	-0.5
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(6a)	-2 680	-32.5	-2 850	-33.6
Betriebsergebnis		1 023	12.4	1 154	13.6
Sonstiger Finanzertrag und -aufwand	(18)	-3	-0.0	-19	-0.2
Zinsaufwand	(18)	-8	-0.1	-5	0.0
Anteil am Ergebnis von assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	(18, 34)	-9	-0.1	2	0.0
Ordentliches Ergebnis		1 003	12.2	1 132	13.4
Betriebsfremdes Ergebnis	(5c)	1	0.0	1	0.0
Gewinn vor Ertragssteuern		1 004	12.2	1 133	13.4
Ertragssteuern	(27a)	-256	-3.1	-266	-3.2
Konzerngewinn		748	9.1	867	10.2
Anteil Aktionäre The Swatch Group AG		730		845	
Anteil Minderheiten		18		22	
Gewinn pro Aktie in CHF	(15)				
Namenaktien					
Unverwässerter Gewinn pro Aktie		2.84		3.23	
Verwässerter Gewinn pro Aktie		2.83		3.23	
Inhaberaktien					
Unverwässerter Gewinn pro Aktie		14.18		16.14	
Verwässerter Gewinn pro Aktie		14.17		16.13	

Die Anmerkungen im Anhang sind Bestandteil der Konzernrechnung.

KONSOLIDIERTE BILANZ

Aktiven	Anmerkungen	31.12.2019		31.12.2018	
		Mio CHF	%	Mio CHF	%
Umlaufvermögen					
Flüssige und geldnahe Mittel	(19)	1 239	9.0	944	6.9
Wertschriften und derivative Finanzinstrumente	(20)	230	1.7	296	2.2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(5d)	838	6.1	893	6.5
Sonstiges Umlaufvermögen	(22)	132	1.0	159	1.2
Vorräte	(7)	6 852	50.1	6 917	50.6
Aktive Rechnungsabgrenzungen	(23)	264	1.9	249	1.8
Total Umlaufvermögen		9 555	69.8	9 458	69.2
Anlagevermögen					
Sachanlagen	(8)	3 189	23.3	3 245	23.8
Immaterielles Anlagevermögen	(9)	150	1.1	146	1.1
Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften und Joint Ventures	(34)	45	0.3	59	0.4
Sonstige langfristige Vermögenswerte	(26)	325	2.4	336	2.5
Latente Steuerforderungen	(27d)	428	3.1	417	3.0
Total Anlagevermögen		4 137	30.2	4 203	30.8
Total Aktiven		13 692	100.0	13 661	100.0

Die Anmerkungen im Anhang sind Bestandteil der Konzernrechnung.

KONSOLIDIERTE BILANZ

Passiven	Anmerkungen	31.12.2019		31.12.2018	
		Mio CHF	%	Mio CHF	%
Kurzfristige Verbindlichkeiten					
Finanzverbindlichkeiten und derivative Finanzinstrumente	(21)	101	0.7	203	1.5
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		313	2.3	393	2.9
Sonstige Verbindlichkeiten	(24)	185	1.4	222	1.6
Rückstellungen	(10)	84	0.6	94	0.7
Passive Rechnungsabgrenzungen	(25)	678	5.0	637	4.6
Total kurzfristige Verbindlichkeiten		1 361	10.0	1 549	11.3
Langfristige Verbindlichkeiten					
Finanzverbindlichkeiten	(21)	20	0.1	22	0.2
Latente Steuerverbindlichkeiten	(27d)	546	4.0	558	4.1
Vorsorgeverpflichtungen	(12)	46	0.3	43	0.3
Rückstellungen	(10)	57	0.4	53	0.4
Passive Rechnungsabgrenzungen	(25)	169	1.3	162	1.2
Total langfristige Verbindlichkeiten		838	6.1	838	6.2
Total Verbindlichkeiten		2 199	16.1	2 387	17.5
Eigenkapital					
Aktienkapital	(14a)	118		125	
Kapitalreserven	(14b)	-948		-961	
Eigene Aktien	(14d)	-195		-1 251	
Goodwill verrechnet		-1 372		-1 372	
Umrechnungsdifferenzen		-285		-210	
Gewinnreserven		14 087		14 854	
Eigenkapital Aktionäre The Swatch Group AG		11 405	83.3	11 185	81.9
Minderheiten		88	0.6	89	0.6
Total Eigenkapital		11 493	83.9	11 274	82.5
Total Passiven		13 692	100.0	13 661	100.0

Die Anmerkungen im Anhang sind Bestandteil der Konzernrechnung.

KONSOLIDIERTE GELDFLUSSRECHNUNG

(Mio CHF)	Anmerkungen	2019	2018
Betriebstätigkeit			
Konzerngewinn		748	867
Anteil am Ergebnis von assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	(34)	9	-2
Ertragssteuern	(27a)	256	266
Abschreibungen auf Anlagevermögen	(8, 9)	481	481
Wertminderungen	(8, 9)	-1	13
Veränderung von Rückstellungen und Vorsorgeverpflichtungen		-2	-10
Gewinne/Verluste aus Verkauf von Anlagevermögen		-9	-5
Sonstige fondsunwirksame Elemente		3	29
Veränderung Nettoumlaufvermögen:			
- Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		42	147
- Vorräte		21	-633
- Sonstiges Umlaufvermögen und aktive Rechnungsabgrenzungen		16	27
- Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		-91	57
- Sonstige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzungen		-7	-11
Erhaltene Dividenden von assoziierten Gesellschaften und Joint Ventures	(34)	4	0
Bezahlte Ertragssteuern	(27c)	-246	-283
Geldfluss aus Betriebstätigkeit		1 224	943
Investitionstätigkeit			
Investitionen in Sachanlagen		-399	-437
Einnahmen aus Verkäufen von Sachanlagen		26	5
Investitionen in immaterielles Anlagevermögen		-47	-44
Einnahmen aus Verkäufen von immateriellem Anlagevermögen		0	5
Investitionen in sonstige langfristige Vermögenswerte		-13	-222
Einnahmen aus Verkäufen von sonstigen langfristigen Vermögenswerten		11	14
Kauf von Wertschriften		-60	-77
Verkauf von Wertschriften		138	105
Geldfluss aus Investitionstätigkeit		-344	-651
Finanzierungstätigkeit			
Ausbezahlte Dividende an Aktionäre	(16)	-413	-394
Ausbezahlte Dividende an Minderheitsaktionäre		-17	-19
Rückkauf eigener Aktien		-34	-389
Verkauf eigener Aktien		1	1
Veränderung der langfristigen Finanzverbindlichkeiten		2	0
Veränderung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten		-153	144
Rückkauf von Minderheitsanteilen	(31c)	-1	-2
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit		-615	-659
Nettoeffekt der Wechselkursdifferenzen auf flüssige Mittel		-19	-22
Veränderung der flüssigen und geldnahen Mittel		246	-389
Veränderung der flüssigen und geldnahen Mittel			
- Bestand am Anfang der Rechnungsperiode		902	1 291
- Bestand am Ende der Rechnungsperiode	(19)	1 148	902

Die Anmerkungen im Anhang sind Bestandteil der Konzernrechnung.

KONSOLIDierter EIGENKAPITALNACHWEIS

(Mio CHF)	Anteil Aktionäre The Swatch Group AG							Minderheitsanteile	Total Eigenkapital
	Aktienkapital (Anm. 14a)	Kapitalreserven (Anm. 14b)	Eigene Aktien (Anm. 14d)	Goodwill verrechnet	Umrechnungs-differenzen	Gewinn-reserven	Total		
Stand 31. Dezember 2017	125	-977	-863	-1 372	-115	14 403	11 201	88	11 289
Konzerngewinn						845	845	22	867
Währungsumrechnung ausländische Konzerngesellschaften					-95		-95	0	-95
Ausgeschüttete Dividenden						-394	-394	-19	-413
Mitarbeiterbeteiligungsplan (Anm. 13):									
- Gegenwert der Arbeitnehmerleistungen (nach Steuern)		16					16		16
- Erlös aus Aktienverkauf		1					1		1
Rückkauf eigener Aktien		-1	-388				-389		-389
Transaktionen mit Minderheiten		0	0				0	-2	-2
Stand 31. Dezember 2018	125	-961	-1 251	-1 372	-210	14 854	11 185	89	11 274
Konzerngewinn						730	730	18	748
Währungsumrechnung ausländische Konzerngesellschaften					-75		-75	-2	-77
Ausgeschüttete Dividenden						-413	-413	-17	-430
Mitarbeiterbeteiligungsplan (Anm. 13):									
- Gegenwert der Arbeitnehmerleistungen (nach Steuern)		12					12		12
- Erlös aus Aktienverkauf		1					1		1
Kapitalherabsetzung	-7		1 091			-1 084	0		0
Rückkauf eigener Aktien		1	-35				-34		-34
Transaktionen mit Minderheiten		-1					-1	0	-1
Stand 31. Dezember 2019	118	-948	-195	-1 372	-285	14 087	11 405	88	11 493

Die Anmerkungen im Anhang sind Bestandteil der Konzernrechnung.

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG ALLGEMEINE INFORMATIONEN

Über diesen Bericht

Der Inhalt und die Struktur der Konzernrechnung 2019 wurden im Vergleich zum Vorjahr überarbeitet. Diese Anpassungen beinhalten Folgendes:

- Integration der Rechnungslegungsgrundsätze in die entsprechenden Anmerkungen
- Anpassung der Struktur des Anhangs

1. Allgemeine Angaben

The Swatch Group AG und ihre Tochterunternehmen (zusammen der Konzern) ist ein weltweit tätiges Unternehmen, welches im Fertighren- und Schmuckbereich mit 18 Marken in allen Markt- und Preissegmenten vertreten ist. Hinzu kommt eine sehr starke industrielle Position mit einem hohen Grad an vertikaler Integration im Bereich Uhrwerke und Komponenten sowie bei elektronischen Systemen.

The Swatch Group AG ist eine in der Schweiz gegründete und domizilierte Aktiengesellschaft. Der eingetragene Firmensitz befindet sich in Neuchâtel, Faubourg de l'Hôpital 3. Der Verwaltungssitz ist in Biel, Seevorstadt 6.

Die Aktien von The Swatch Group AG sind in der Schweiz im Swiss Reporting Standard der SIX Swiss Exchange unter den ISIN-Nummern CH0012255144 (Namenaktien) und CH0012255151 (Inhaberaktien) kotiert. Inhaberaktien sind in den Indexen SMI, SPI sowie SLI vertreten, Namenaktien in den Indexen SPI, SPI Extra und SMIM. Zudem sind die Swatch Group Aktien auch an der BX Berne eXchange kotiert.

Die Konzernrechnung wurde vom Verwaltungsrat am 26. Februar 2020 genehmigt und wird der ordentlichen Generalversammlung vom 14. Mai 2020 zur Annahme vorgelegt.

2. Grundlagen der Abschlusserstellung

a. Grundsätze der Rechnungslegung

Diese Konzernrechnung vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage („true and fair view“) der Swatch Group. Sie ist in Übereinstimmung mit den gesamten bestehenden Richtlinien der Fachempfehlungen zur Rechnungslegung (Swiss GAAP FER) erstellt worden. Als Grundlage für die Konzernrechnung dienen die nach einheitlichen Grundsätzen zur Rechnungslegung per 31. Dezember erstellten Jahresrechnungen der Konzerngesellschaften. Die Konzernrechnung basiert auf dem Prinzip der historischen Anschaffungskosten (mit Ausnahme von Wertschriften und derivativen Finanzinstrumenten, die zum Fair Value erfasst werden) und wird unter der Annahme der Fortführung der Unternehmenstätigkeit erstellt. Sie wird in Schweizer Franken (CHF) präsentiert. Soweit nicht anders vermerkt, wurden alle Beträge auf die nächste Million gerundet.

b. Veränderung bei Grundsätzen der Rechnungslegung

Im Berichtsjahr sind keine Änderungen von Swiss GAAP FER Standards veröffentlicht oder angekündigt worden.

c. Einschätzungen und Beurteilungen

Die Erstellung der Konzernrechnung in Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER erfordert die Anwendung von gewissen Einschätzungen und Beurteilungen bezüglich Rechnungslegung, welche sich auf die ausgewiesenen Aktiven und Passiven, Erträge und Aufwände sowie die Offenlegung von Eventualverbindlichkeiten auswirken. Diese Einschätzungen und Beurteilungen werden laufend vorgenommen und basieren auf Erfahrungswerten und anderen Faktoren wie zum Beispiel der Erwartungen und Einschätzung künftiger Ereignisse, die unter den gegebenen Umständen angemessen erscheinen. Die effektiven Resultate können von diesen Einschätzungen abweichen. Die Unternehmensleitung überprüft die Einschätzungen und zugrundeliegenden Annahmen fortlaufend und passt diese, falls notwendig, an. Änderungen werden in der Periode erfasst, in der die Einschätzung angepasst wird.

Vorwiegend in den folgenden Bereichen werden wesentliche Einschätzungen, Beurteilungen und Annahmen getroffen:

Vorräte. Der Konzern verbucht Wertberichtigungen für Lagerbestände mit Absatzrisiko oder ungenügendem Lagerumschlag. Dabei werden Erfahrungswerte, der erwartete zukünftige Bedarf sowie der Lebenszyklus der einzelnen Produkte mitberücksichtigt. Die notwendigen Wertberichtigungen werden regelmässig durch die einzelnen Konzerngesellschaften basierend auf den Konzernrichtlinien beurteilt und wenn notwendig angepasst. Details zu den im Berichtsjahr vorgenommenen Wertanpassungen sind in der Anmerkung 7 erläutert.

Steuern. Der weltweit tätige Konzern ist in mehr als 40 Ländern steuerpflichtig. Der Konzern befolgt Steuergesetze ausnahmslos und zahlt Steuern wo wirtschaftlicher Wert generiert wird. Konzerninterne Transaktionen erfolgen zu Marktkonditionen. Der Konzern legt die Höhe der geleisteten Steuern und steuerliche Kennzahlen jährlich im länderbezogenen Bericht („Country-by-Country Reporting“) offen. Die Berechnung von laufenden und latenten Steuerpositionen basiert auf den massgebenden Steuergesetzen. Neue Sachverhalte, wie Änderungen von Steuersätzen, Steuersystemen, die Verrechenbarkeit von Verlustvorträgen oder die Einschätzung von Auswirkungen laufender Steuerprüfungen können wesentliche Einflüsse auf die bestehenden Steuerverpflichtungen oder -forderungen der Konzerngesellschaften bewirken. Der Konzern klärt Steuerpositionen proaktiv und systematisch mit Steuerexperten ab um steuerliche Eventualitäten auszuschliessen. Der Konzern ist einer transparenten Zusammenarbeit mit Steuerbehörden verpflichtet. Details zu den Ertragssteuern und Steuerpositionen sind in der Anmerkung 27 erläutert.

3. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Es gab keine wesentlichen Ereignisse nach dem Bilanzstichtag.

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG WICHTIGE BETRIEBSPOSITIONEN

4. Segmentinformationen

a. Informationen zu den Geschäftssegmenten

Die Geschäftssegmente werden in Übereinstimmung mit dem internen Berichtswesen an die Geschäftsleitung offengelegt. Obwohl der Konzern weltweit tätig ist, liegt der hauptsächlich unternehmerische Fokus auf dem Produktportfolio. Dies spiegelt sich auch in der divisionalen Management- und Organisationsstruktur der Gruppe sowie den internen Finanzberichterstattungssystemen des Konzerns wider.

Die Aktivitäten des Konzerns umfassen zahlreiche einzelne Geschäftseinheiten (Profit Centers), die in folgende berichtspflichtige Geschäftssegmente zusammengefasst werden:

- Uhren & Schmuck Design, Produktion und Kommerzialisierung von Uhren und Schmuck
- Elektronische Systeme Design, Produktion und Kommerzialisierung von elektronischen Komponenten, Zeitmessungs-Aktivitäten für Sportveranstaltungen

Die berichtspflichtigen Geschäftssegmente generieren ihre Umsätze hauptsächlich durch die Produktion und den Verkauf von Produkten an Dritte oder an andere Geschäftssegmente des Konzerns.

Die Rubrik Corporate stellt kein Geschäftssegment dar, wird jedoch gesondert ausgewiesen. Darin enthalten sind die Aktivitäten der Holding-, Finanz-, Forschungs- und Entwicklungs-, Immobilien- und einiger anderer Gesellschaften. Die Elimination von Umsätzen zwischen den Segmenten werden in der Kolonne Eliminationen ausgewiesen.

Konzerninterne Umsätze werden wie bei Geschäften mit voneinander unabhängigen Partnern erfasst. Segmentaufwendungen sind Kosten, die dem Segment direkt zugeordnet werden können. Zentrale Kosten betreffend die Konzernleitung, Corporate Communication, Group Human Resources, Corporate Finance, Treasury, Tax und Legal Services werden nicht den Geschäftssegmenten zugeordnet und verbleiben in der Rubrik Corporate.

2019 (Mio CHF)	Uhren & Schmuck	Elektronische Systeme	Corporate	Elimina- tionen	Total
– Dritte	7 965	273	5		8 243
– Konzern	1	16	5	–22	0
Nettoumsatz	7 966	289	10	–22	8 243
Betriebsergebnis	1 145	7	–129	0	1 023
– in % des Nettoumsatzes	14.4%	2.4%			12.4%

2018 (Mio CHF)	Uhren & Schmuck	Elektronische Systeme	Corporate	Elimina- tionen	Total
– Dritte	8 213	257	5		8 475
– Konzern	1	16	5	–22	0
Nettoumsatz	8 214	273	10	–22	8 475
Betriebsergebnis	1 258	14	–118	0	1 154
– in % des Nettoumsatzes	15.3%	5.1%			13.6%

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG WICHTIGE BETRIEBSPOSITIONEN

b. Nettoumsatz nach geographischen Regionen

(Mio CHF)	2019	2018
Schweiz	753	748
Übriges Europa	1 564	1 623
Total Europa	2 317	2 371
Grossraum China	2 962	3 093
Übriges Asien	2 108	2 127
Total Asien	5 070	5 220
Total Amerika	707	733
Total Ozeanien	94	87
Total Afrika	55	64
Total	8 243	8 475

Für die geographische Präsentation werden die Umsätze entsprechend den auf den Rechnungen ausgewiesenen Bestimmungsländern aufgeteilt.

5. Erträge und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

a. Nettoumsatz

Der Nettoumsatz umfasst den Zufluss wirtschaftlichen Nutzens aus dem Verkauf von Gütern und Dienstleistungen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit während der Berichtsperiode. Erlösminderungen wie Skonti, Rabatte und übrige Preisnachlässe sowie Abgaben an Dritte wie Kommissionen und allfällige Mehrwertsteuern sind im ausgewiesenen Nettoumsatz abgezogen. Alle konzerninternen Umsätze werden bei der Konsolidierung eliminiert.

Umsatzerlöse werden verbucht, wenn ein Konzernunternehmen die massgeblichen Nutzen und Risiken, die mit dem Eigentum der verkauften Produkte verbunden sind, sowie die Verfügungsmacht auf den Kunden übertragen hat und die Einbringbarkeit der dadurch entstandenen Forderungen angemessen gesichert ist. Umsätze aus der Erbringung von Dienstleistungen werden im Abrechnungszeitraum erfasst, in dem die Dienstleistung erbracht wurde. Die Abgrenzung von Erlösminderungen an Kunden erfolgt für den gleichen Zeitraum wie die Umsätze, die diese Erlösminderungen gemäss den Auftragsbedingungen begründeten. Bei Vermittlungsgeschäften wird nur der Wert der selbst erbrachten Leistung ausgewiesen. Geschäftsvorfälle mit mehreren abgrenzbaren Bestandteilen werden separat erfasst und bewertet. Solche Transaktionen fallen in der Gruppe nur sehr selten an.

(Mio CHF)	2019	2018
Warenverkauf	8 222	8 454
Erbringung von Dienstleistungen	21	21
Total Nettoumsatz	8 243	8 475

b. Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge beliefen sich im Berichtsjahr auf CHF 134 Mio (Vorjahr: CHF 180 Mio). Die Abnahme ist hauptsächlich auf die an den Olympischen Spielen geleisteten Zeitmessungsdienstleistungen im Vorjahr zurückzuführen.

c. Betriebsfremdes Ergebnis

Das betriebsfremde Ergebnis beinhaltet ausschliesslich das Nettoergebnis aus Renditeliegenschaften.

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG WICHTIGE BETRIEBSPOSITIONEN

d. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden mit dem ursprünglichen Netto-Rechnungsbetrag erfasst, abzüglich einer Wertberichtigung für spezifische risikobehaftete Forderungen (Delkredere).

Wertberichtigungen werden bei Forderungen vorgenommen, welche mehr als 12 Monate überfällig sind oder für welche spezifische Risiken identifiziert wurden. Da für die meisten Kunden kein unabhängiges Rating verfügbar ist, wird ihre Bonität von den lokalen Kreditkontrollabteilungen eingeschätzt. Dabei werden deren Vermögens- und Finanzlage, frühere Erfahrungen und andere Faktoren in Betracht gezogen.

Zweifelhafte Forderungen werden definitiv ausgebucht, wenn der Konzern aus objektiver Sicht nicht in der Lage sein wird, die Forderungen einzutreiben. Sowohl Wertberichtigungen für risikobehaftete Forderungen als auch Debitorenverluste werden als sonstige betriebliche Aufwendungen erfasst.

(Mio CHF)	31.12.2019	31.12.2018
Bruttoforderungen	856	908
Delkredere	-18	-15
Total Nettoforderungen	838	893

Die Wertberichtigung von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (Delkredere) hat sich wie folgt verändert:

(Mio CHF)	2019	2018
Bilanzwert per 1. Januar	-15	-13
Umrechnungsdifferenzen	0	0
Verwendung	1	2
Auflösung	1	1
Neubildung	-5	-5
Bilanzwert per 31. Dezember	-18	-15

6. Aufwendungen

a. Sonstige betriebliche Aufwendungen

(Mio CHF)	2019	2018
Marketing, Verkauf und Administration	-1 245	-1 358
Auswärtige Bearbeitung und andere direkte Kosten der verkauften Produkte	-284	-315
Unterhalt, Miete und Energie	-1 096	-1 080
Übrige betriebliche Aufwendungen	-55	-97
Total sonstige betriebliche Aufwendungen	-2 680	-2 850

b. Forschungs- und Entwicklungskosten

Der Gesamtaufwand für Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten betrug im Berichtsjahr CHF 251 Mio, was 3.0% des Nettoumsatzes entspricht (Vorjahr: CHF 225 Mio oder 2.7% des Nettoumsatzes).

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG WICHTIGE BETRIEBSPOSITIONEN

7. Vorräte

Die Bewertung der Vorräte erfolgt zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten oder zum tieferen Nettomarktwert. Erhaltene Skonti werden als Anschaffungskostenminderungen behandelt. Die Herstellungskosten umfassen sämtliche direkt zurechenbaren Material- und Fertigungskosten sowie Gemeinkosten, die angefallen sind, um die Vorräte an ihren derzeitigen Standort bzw. in ihren derzeitigen Zustand zu bringen.

Die Anschaffungskosten werden nach der Methode des gewichteten Durchschnitts ermittelt. Einige Produktionsgesellschaften bewerten selbst hergestellte Vorräte nach der Standardkostenmethode. Aufgrund der regelmässigen Überprüfung und Aktualisierung der Standardkosten liegen die Ergebnisse dieser Methode nahe bei derjenigen des gewichteten Durchschnitts. Vorräte mit ungenügendem Lagerumschlag werden angemessen wertberichtigt.

(Mio CHF)	31.12.2019	31.12.2018
Rohmaterial, Hilfs- und Betriebsstoffe	519	666
Fabrikate in Arbeit	446	534
Halbfabrikate	1 910	1 896
Fertigfabrikate	3 625	3 476
Ersatzteile für den Kundendienst	352	345
Total Vorräte	6 852	6 917

Lagerbestände, bei welchen ein Absatzrisiko besteht, wurden wie folgt auf ihren Nettomarktwert abgeschrieben:

(Mio CHF)	2019	2018
Bildung von Wertberichtigungen	-44	-48
Auflösung von Wertberichtigungen	3	3
Netto-Effekt in der Erfolgsrechnung	-41	-45

8. Sachanlagen

Sachanlagen (inkl. Renditeliegenschaften) werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten abzüglich der betriebswirtschaftlich notwendigen Abschreibungen und allfälligen Wertminderungen bilanziert. Die Anschaffungskosten umfassen den Kaufpreis sowie die direkt zuordenbaren Kosten für die Nutzbarmachung der Sachanlagen. Investitionen in bestehende Sachanlagen werden nur aktiviert, wenn dadurch der Nutzwert nachhaltig erhöht oder die Lebensdauer wesentlich verlängert wird. Eigenleistungen werden nur aktiviert, wenn sie klar identifizierbar und die Kosten zuverlässig bestimmbar sind sowie wenn sie dem Konzern über mehrere Jahre einen messbaren Nutzen bringen. Nicht wertvermehrende Unterhalts- und Reparaturkosten werden direkt dem Periodenergebnis belastet.

Die Abschreibungen werden linear über die wirtschaftliche Nutzungsdauer der Sachanlagen vorgenommen. Folgende maximalen Abschreibungsdauern werden angewandt:

- Grundstücke	Keine Abschreibungen
- Betriebsgebäude	30 Jahre
- Verwaltungsgebäude	40 Jahre
- Renditeliegenschaften	50 Jahre
- Technische Anlagen und Maschinen	15 Jahre
- Andere Anlagen und Mobiliar	8 Jahre

Renditeliegenschaften bestehen hauptsächlich aus an Dritte vermieteten Wohn- und Geschäftsgebäuden. Die Position Anzahlungen und Anlagen im Bau beinhaltet Gebäude im Bau sowie nicht rückforderbare Anzahlungen für Grundstücke und Gebäude. Der Konzern aktiviert keine während der Bauphase anfallende Zinsaufwendungen.

Wertminderungen

Die Werthaltigkeit und die verbleibende Nutzungsdauer der langfristigen Vermögenswerte werden an jedem Bilanzstichtag einer Beurteilung unterzogen. Liegen Anzeichen für eine nachhaltige Wertminderung vor, wird eine Berechnung des erzielbaren Wertes durchgeführt. Der erzielbare Wert entspricht dem höheren der beiden Beträge aus Nettomarktwert und Nutzwert. Falls der erzielbare Wert eines einzelnen Vermögenswertes nicht bestimmbar ist, schätzt der Konzern den erzielbaren Wert für die kleinstmögliche Gruppe von Vermögenswerten, zu welcher das betreffende Aktivum gehört. Übersteigt der Buchwert eines Vermögenswertes den erzielbaren Wert, wird ein Wertminderungsaufwand gesondert in der Erfolgsrechnung verbucht.

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG WICHTIGE BETRIEBSPOSITIONEN

(Mio CHF)	Grundstücke, Bauten und Immobilien	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen und Mobiliar	Anzahlungen und Anlagen im Bau	Total
Historische Anschaffungswerte 31. Dezember 2018	2 456	4 109	757	198	7 520
Umrechnungsdifferenzen	-8	-9	-7	0	-24
Zugänge	65	214	104	26	409
Abgänge	-24	-87	-50	0	-161
Transfers	161	-3	11	-169	0
Historische Anschaffungswerte 31. Dezember 2019	2 650	4 224	815	55	7 744
Kumulierte Abschreibungen 31. Dezember 2018	-873	-2 930	-472	0	-4 275
Umrechnungsdifferenzen	2	5	5	0	12
Abschreibungen des Jahres	-75	-258	-105	0	-438
Wertminderungen	0	1	0	0	1
Abschreibungen auf Abgängen	15	83	47	0	145
Transfers	0	0	0	0	0
Kumulierte Abschreibungen 31. Dezember 2019	-931	-3 099	-525	0	-4 555
Nettobuchwerte					
Stand 31. Dezember 2018	1 583	1 179	285	198	3 245
Stand 31. Dezember 2019	1 719	1 125	290	55	3 189
<i>davon Renditeliegenschaften per 31.12.2019</i>	<i>435</i>				
<i>davon unbebaute Grundstücke per 31.12.2019</i>	<i>30</i>				

(Mio CHF)	Grundstücke, Bauten und Immobilien	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen und Mobiliar	Anzahlungen und Anlagen im Bau	Total
Historische Anschaffungswerte 31. Dezember 2017	2 390	4 006	712	180	7 288
Umrechnungsdifferenzen	0	-16	-13	0	-29
Zugänge	45	244	98	45	432
Abgänge	-4	-128	-39	0	-171
Transfers	25	3	-1	-27	0
Historische Anschaffungswerte 31. Dezember 2018	2 456	4 109	757	198	7 520
Kumulierte Abschreibungen 31. Dezember 2017	-806	-2 790	-411	0	-4 007
Umrechnungsdifferenzen	0	10	7	0	17
Abschreibungen des Jahres	-70	-265	-103	0	-438
Wertminderungen	0	-8	-5	0	-13
Abschreibungen auf Abgängen	3	126	37	0	166
Transfers	0	-3	3	0	0
Kumulierte Abschreibungen 31. Dezember 2018	-873	-2 930	-472	0	-4 275
Nettobuchwerte					
Stand 31. Dezember 2017	1 584	1 216	301	180	3 281
Stand 31. Dezember 2018	1 583	1 179	285	198	3 245
<i>davon Renditeliegenschaften per 31.12.2018</i>	<i>435</i>				
<i>davon unbebaute Grundstücke per 31.12.2018</i>	<i>27</i>				

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG WICHTIGE BETRIEBSPOSITIONEN

9. Immaterielles Anlagevermögen

Aktivierete Entwicklungskosten

Die anfallenden Forschungskosten werden im Zeitpunkt der Entstehung als Aufwand erfasst. Entwicklungskosten werden nur aktiviert, sofern sie als immaterieller Vermögenswert, der einen zukünftigen wirtschaftlichen Nutzen bringen wird und dessen Kosten zuverlässig bewertet werden können, identifizierbar sind. Übrige Entwicklungskosten werden im Zeitpunkt der Entstehung als Aufwand erfasst. Mit Beginn der kommerziellen Fertigung eines Produkts werden die aktivierten Entwicklungskosten linear über die geschätzte Nutzungsdauer abgeschrieben (maximal fünf Jahre).

Software

Diese Rubrik umfasst insbesondere folgende Positionen:

- Erworbene Lizenzen, die zur Nutzung neuer Technologien und Software berechtigen. Diese werden über ihre Nutzungsdauer abgeschrieben (maximal fünf Jahre).
- Intern entwickelte Software. Diese Kosten werden als immaterielle Vermögenswerte erfasst, wenn es wahrscheinlich ist, dass sie einen zukünftigen wirtschaftlichen Nutzen schaffen werden. Die Kosten beinhalten Personalkosten interner Softwareentwickler und den direkten Anteil der dazugehörigen Gemeinkosten. Die aktivierten Kosten werden linear über die geschätzte Nutzungsdauer abgeschrieben (maximal fünf Jahre).

Sonstiges immaterielles Anlagevermögen

Diese Rubrik umfasst insbesondere folgende Positionen:

- Aufgelder (Key Money) für strategisch gelegene Verkaufsgeschäfte. Sofern die Werthaltigkeit durch einen vorhandenen Markt nachweisbar ist, werden diese Aufgelder als immaterielles Anlagevermögen aktiviert und über die Nutzungsdauer der Lokalität, über maximal 20 Jahre, linear abgeschrieben. Dagegen werden Aufgelder, die sich nicht oder nur unter bestimmten Umständen geltend machen lassen, als vorausbezahlte Mieten behandelt und unter den Sonstigen langfristigen Vermögenswerten ausgewiesen (siehe Anmerkung 26)
- Patente und Nutzungsrechte
- Noch nicht fertiggestellte Entwicklungs- und Softwareprojekte. Diese werden nach Projektabschluss in die jeweiligen Kategorien transferiert.

Goodwill

Der aus Akquisitionen resultierende Goodwill wird im Zeitpunkt des Unternehmenserwerbs mit dem Konzerneigenkapital verrechnet. In Anmerkung 33 werden die Auswirkungen einer theoretischen Aktivierung und Abschreibung des erworbenen Goodwills offengelegt.

Wertminderungen

Der Grundsatz zur Erfassung von Wertminderungen auf langfristigen Vermögenswerten ist in Anmerkung 8 beschrieben.

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG WICHTIGE BETRIEBSPOSITIONEN

	Aktivierete Entwicklungs- kosten	Software	Sonstiges immat. Anlage- vermögen	Total
(Mio CHF)				
Historische Anschaffungswerte 31. Dezember 2018	179	189	106	474
Umrechnungsdifferenzen	0	-1	-2	-3
Zugänge	6	14	28	48
Abgänge	-1	-2	0	-3
Transfers	5	8	-13	0
Historische Anschaffungswerte 31. Dezember 2019	189	208	119	516
Kumulierte Abschreibungen 31. Dezember 2018	-134	-148	-46	-328
Umrechnungsdifferenzen	0	1	1	2
Abschreibungen des Jahres	-20	-20	-3	-43
Wertminderungen	0	0	0	0
Abschreibungen auf Abgängen	1	2	0	3
Transfers	0	-6	6	0
Kumulierte Abschreibungen 31. Dezember 2019	-153	-171	-42	-366
Nettobuchwerte				
Stand 31. Dezember 2018	45	41	60	146
Stand 31. Dezember 2019	36	37	77	150

	Aktivierete Entwicklungs- kosten	Software	Sonstiges immat. Anlage- vermögen	Total
(Mio CHF)				
Historische Anschaffungswerte 31. Dezember 2017	159	172	111	442
Umrechnungsdifferenzen	0	-2	-3	-5
Zugänge	7	18	20	45
Abgänge	-3	-2	-3	-8
Transfers	16	3	-19	0
Historische Anschaffungswerte 31. Dezember 2018	179	189	106	474
Kumulierte Abschreibungen 31. Dezember 2017	-116	-133	-46	-295
Umrechnungsdifferenzen	0	1	1	2
Abschreibungen des Jahres	-21	-18	-4	-43
Wertminderungen	0	0	0	0
Abschreibungen auf Abgängen	3	2	3	8
Transfers	0	0	0	0
Kumulierte Abschreibungen 31. Dezember 2018	-134	-148	-46	-328
Nettobuchwerte				
Stand 31. Dezember 2017	43	39	65	147
Stand 31. Dezember 2018	45	41	60	146

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG WICHTIGE BETRIEBSPOSITIONEN

10. Rückstellungen

Rückstellungen werden gebildet:

- wenn der Konzern eine gegenwärtige rechtliche oder faktische Verpflichtung aufgrund vergangener Ereignisse hat,
- wenn es wahrscheinlich ist, dass ein Mittelabfluss erforderlich sein wird, um die Verpflichtung zu erfüllen, und
- wenn eine verlässliche Schätzung für den Betrag der Verpflichtung möglich ist.

Wenn der Konzern mit der Rückerstattung eines Teils oder der gesamten Rückstellung rechnet, zum Beispiel aufgrund eines Versicherungsvertrags, wird die Rückerstattung als separate Forderung ausgewiesen, aber nur, wenn die Rückerstattung praktisch sicher ist. Aufwendungen im Zusammenhang mit einer Rückstellung, gegebenenfalls abzüglich einer Rückerstattung, werden in der Erfolgsrechnung erfasst. Es werden keine Diskontierungseffekte auf langfristigen Rückstellungen berücksichtigt, da diese als unwesentlich beurteilt werden.

(Mio CHF)	Garantien	Juristische Risiken	Rückbau	Andere	Total
Stand per 31. Dezember 2017	110	8	27	17	162
Umrechnungsdifferenzen	-1	0	-1	-1	-3
Zusätzliche Rückstellungen	66	1	5	4	76
Auflösung nicht verwendeter Rückstellungen	-6	0	0	-2	-8
Verwendung im Berichtsjahr	-76	-1	-1	-2	-80
Stand per 31. Dezember 2018	93	8	30	16	147
davon kurzfristige Rückstellungen	74	3	4	13	94
davon langfristige Rückstellungen	19	5	26	3	53
Umrechnungsdifferenzen	-1	0	0	0	-1
Zusätzliche Rückstellungen	82	1	1	7	91
Auflösung nicht verwendeter Rückstellungen	-5	0	-1	-7	-13
Verwendung im Berichtsjahr	-78	-1	-2	-2	-83
Stand per 31. Dezember 2019	91	8	28	14	141
davon kurzfristige Rückstellungen	70	3	3	8	84
davon langfristige Rückstellungen	21	5	25	6	57

a. Garantien

Produkte, die nicht zur Zufriedenheit der Kunden funktionieren, repariert oder ersetzt der Konzern im Rahmen von ein- oder mehrjährigen Garantien. Die per Ende Jahr gebildete Rückstellung für erwartete Garantieleistungen basiert auf Erfahrungswerten bezüglich des Reparatur- und Retourenvolumens.

b. Juristische Risiken

Einige Konzerngesellschaften sind aufgrund ihres normalen Geschäftsverlaufs in Rechtsstreitigkeiten verwickelt. Das Management hat den Ausgang dieser Rechtsfälle aufgrund gegenwärtig verfügbarer Informationen abgeschätzt und entsprechende Rückstellungen vorgenommen. Es bestehen jedoch inhärente Risiken in Zusammenhang mit Rechtsansprüchen, abhängig von der Verhaltensweise und der Betrachtung des zuständigen Gerichts und der jeweiligen Gegenpartei, die in einem wesentlichen Abfluss von wirtschaftlichen Ressourcen resultieren können.

c. Rückbau / Wiederherstellung

Diverse Konzerngesellschaften haben vertragliche oder rechtliche Verpflichtungen, Objekte am Ende der Vertragsdauer in ihrem ursprünglichen Zustand zurückzugeben. Die Kosten für den Rückbau bzw. die Wiederherstellung werden zu Beginn der Vertragsdauer auf der Basis von vertraglichen Elementen und/oder Erfahrungswerten geschätzt und rückgestellt. Solche Verpflichtungen entstehen meist aus Mietverträgen von Räumlichkeiten.

d. Andere

Die übrigen Rückstellungen entsprechen gegenwärtigen rechtlichen oder faktischen Verpflichtungen verschiedener Art von Konzerngesellschaften gegenüber Dritten. Diese Kategorie beinhaltet ebenfalls Restrukturierungsrückstellungen im Betrag von CHF 2 Mio (Vorjahr: CHF 2 Mio).

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG PERSONAL

11. Personalaufwand

(Mio CHF)	2019	2018
Löhne und Gehälter	-2 080	-2 066
Sozialversicherungen	-353	-354
Mitarbeiterbeteiligungsplan (Anmerkung 13)	-12	-16
Vorsorgeaufwand (Anmerkung 12)	-133	-127
Total Personalaufwand	-2 578	-2 563

Die Entwicklung des Personalbestands kann der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

(ungeprüft)	2019	2018
Personalbestand im Jahresdurchschnitt	36 596	36 074
Total Personalbestand am 31. Dezember	36 089	37 123
Männer	17 654	17 904
Frauen	18 435	19 219
Schweizerische Arbeitsverträge	17 562	18 055
Nichtschweizerische Arbeitsverträge	18 527	19 068

Der Personalbestand wird als Anzahl Arbeitsverträge ausgedrückt. Die Zahl der Angestellten beinhaltet Heimarbeiter, Praktikanten und Hilfspersonal.

12. Vorsorgeverpflichtungen

Pensionspläne und andere Vorsorgeverpflichtungen

Die Konzerngesellschaften verfügen über verschiedene Personalvorsorgepläne, die jeweils den rechtlichen Vorschriften und Bestimmungen der entsprechenden Länder entsprechen. Tatsächliche wirtschaftliche Auswirkungen von Personalvorsorgeplänen auf die Gruppe werden auf den Bilanzstichtag berechnet. Eine wirtschaftliche Verpflichtung wird passiviert, sofern die Voraussetzungen für die Bildung einer Rückstellung erfüllt sind. Die Aktivierung eines wirtschaftlichen Nutzens erfolgt, sofern es zulässig und beabsichtigt ist, diesen für künftige Vorsorgebeiträge der Gruppe zu verwenden. Frei verfügbare Arbeitgeberbeitragsreserven werden aktiviert.

Die Arbeitnehmer der Schweizer Konzerngesellschaften sind in der „Pensionskasse Swatch Group“ versichert. Diese Vorsorgeeinrichtung ist rechtlich unabhängig und wird aus Beiträgen der Arbeitgeber und Arbeitnehmer finanziert. Die Ermittlung einer allfälligen Über- oder Unterdeckung erfolgt aufgrund der nach Swiss GAAP FER 26 erstellten provisorischen Jahresrechnung der Pensionskasse. Der Personalvorsorgeaufwand des Konzerns beinhaltet die auf die Periode abgegrenzten Arbeitgeberbeiträge sowie allfällige wirtschaftliche Auswirkungen aus der Über- bzw. Unterdeckung und der Veränderung der Arbeitgeberbeitragsreserve.

Einige Gesellschaften im Ausland verfügen über voll finanzierte Vorsorgeeinrichtungen. Diese werden bezüglich Rechnungslegung gleich behandelt wie der Schweizer Plan, d.h. grundsätzlich werden die bezahlten Beträge als Aufwand verbucht. Ausserdem bestehen in einigen Ländern Vorsorgepläne ohne eigene Aktiven, wobei die entsprechenden Vorsorgerückstellungen direkt in der Bilanz und deren Veränderung in der Erfolgsrechnung erfasst werden.

Sonstige Leistungen nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses

Einige wenige Konzerngesellschaften bieten ihren pensionierten Mitarbeitern Gesundheitsvorsorgepläne an. Die Berechtigung zum Empfang dieser Leistungen hängt gewöhnlich davon ab, dass die Mitarbeiter bis zum Rentenalter beim Unternehmen bleiben und eine Mindestbetriebszugehörigkeit erreichen. Die voraussichtlichen Kosten dieser Leistungen laufen über den Beschäftigungszeitraum auf.

Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses

Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses (im normalen arbeitsvertraglichen Rahmen) fallen an, wenn ein Beschäftigungsverhältnis vor dem normalen Ablauf beendet wird oder wenn ein Mitarbeiter bereit ist, im Gegenzug für diese Leistungen freiwillig aus dem Unternehmen auszuschcheiden. Der Konzern verbucht derartige Leistungen, wenn er nachweislich dazu entschlossen ist, aktuelle Beschäftigungsverhältnisse von Mitarbeitern gemäss einem detaillierten formellen Plan ohne Rückzugsmöglichkeit zu beenden, oder Leistungen infolge eines Angebots für ein freiwilliges Ausscheiden aus dem Unternehmen gezahlt werden. Leistungen, die erst mehr als 12 Monate nach dem Bilanzstichtag fällig sind, werden auf den Barwert abgezinst. Das Unternehmen zahlt keine sogenannten Abgangsentschädigungen.

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG PERSONAL

a. Wirtschaftlicher Nutzen / Verpflichtung und Vorsorgeaufwand

2019 (Mio CHF)	Über- / Unter- deckung	Wirtschaft- licher Anteil Konzern	Veränderung zum Vorjahr		Auf die Periode abgegrenzte Beiträge	Total Vorsorge- aufwand
			erfolgs- neutral 1)	erfolgs- wirksam		
Patronale Fonds / patronale Vorsorgeeinrichtungen	399	0	0	0	12	12
Vorsorgepläne ohne Über- / Unterdeckungen	0	0	0	0	-7	-7
Vorsorgepläne mit Überdeckung	0	0	0	0	-2	-2
Vorsorgepläne mit Unterdeckung	-307	-2	2	-2	-126	-128
Vorsorgepläne ohne eigene Aktiven	0	-44	5	-8	0	-8
Total	92	-46	7	-10	-123	-133

2018 (Mio CHF)	Über- / Unter- deckung	Wirtschaft- licher Anteil Konzern	Veränderung zum Vorjahr		Auf die Periode abgegrenzte Beiträge	Total Vorsorge- aufwand
			erfolgs- neutral 1)	erfolgs- wirksam		
Patronale Fonds / patronale Vorsorgeeinrichtungen	383	0	0	0	8	8
Vorsorgepläne ohne Über- / Unterdeckungen	0	0	0	0	-8	-8
Vorsorgepläne mit Überdeckung	0	0	0	0	-2	-2
Vorsorgepläne mit Unterdeckung	-372	-2	1	0	-119	-119
Vorsorgepläne ohne eigene Aktiven	0	-41	5	-6	0	-6
Total	11	-43	6	-6	-121	-127

1) Die erfolgsneutralen Beträge beziehen sich auf Umrechnungsdifferenzen und Auszahlungen.

b. Zusammenfassung Vorsorgeaufwand

2019	2018					
	Schweiz	Ausland	Total	Schweiz	Ausland	Total
Beiträge an Vorsorgepläne zulasten von Gruppengesellschaften	-109	-14	-123	-102	-14	-116
Beiträge an Vorsorgepläne geleistet aus Arbeitgeberbeitragsreserve	0	0	0	0	0	0
Total Beiträge	-109	-14	-123	-102	-14	-116
Veränderung der Arbeitgeberbeitragsreserve aus Vermö- gensentwicklung, Wertberichtigungen, Diskontierung, etc.	0	0	0	-5	0	-5
Beiträge und Veränderung der Arbeitgeberbeitragsreserve	-109	-14	-123	-107	-14	-121
Zunahme / Reduktion wirtschaftlicher Nutzen Konzern an Überdeckungen	0	0	0	0	0	0
Reduktion / Zunahme wirtschaftliche Verpflichtung Konzern an Unterdeckungen	0	-10	-10	0	-6	-6
Total Veränderung wirtschaftliche Auswirkungen aus Über- / Unterdeckungen	0	-10	-10	0	-6	-6
Total Vorsorgeaufwand	-109	-24	-133	-107	-20	-127

c. Aktienbesitz Vorsorgeeinrichtungen

Anzahl Aktien der The Swatch Group AG	31.12.2019	31.12.2018
Namenaktien	3 703 796	3 693 987
Inhaberaktien	12 165	11 165

d. Arbeitgeberbeitragsreserve

Der Konzern verfügte weder per Ende des Berichtsjahres noch per Ende des Vorjahres über Arbeitgeberbeitragsreserven.

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG PERSONAL

13. Mitarbeiterbeteiligungsplan

Der Konzern verfügt über einen aktienbasierten Mitarbeiterbeteiligungsplan. Nach den Bestimmungen dieses Plans erhalten leitende Angestellte und Mitarbeiter, die sich durch einen besonders hohen Einsatz für das Unternehmen oder durch eine überdurchschnittliche Leistung ausgezeichnet haben, eine bestimmte Anzahl von Optionen zum Erwerb von Namenaktien. Ein Drittel der zugeteilten Optionen kann sofort ausgeübt werden, ein Drittel nach 12 Monaten und der Rest nach 24 Monaten. Die Ausübung der Optionen hängt davon ab, ob der Mitarbeiter bis zum jeweiligen Ausübungstag im Unternehmen arbeitet. Die Optionen sind nicht übertragbar und nur durch den Angestellten ausübbar. Der Mitarbeiter kann die ausgeübten Optionen wahlweise einer Sperrfrist von 5 oder 10 Jahren unterstellen. Der Konzern hat keine rechtliche oder faktische Verpflichtung, die Optionen zurückzukaufen oder in bar abzugelten.

Der beizulegende Zeitwert für die im Gegenzug zur Ausgabe der Optionen erbrachten Mitarbeiterleistungen wird als Aufwand verbucht. Der Gesamtbetrag der im Laufe der Sperrfrist zu verbuchenden Kosten bestimmt sich nach dem Verkehrswert der gewährten Optionen (Tageswert im Zeitpunkt der Zuteilung). Zu jedem Bilanzstichtag überarbeitet der Konzern die Berechnungen betreffend der Anzahl der voraussichtlich ausübbar werdenden Optionen. Die Auswirkungen einer Korrektur der ursprünglichen Berechnungen werden gegebenenfalls erfolgswirksam verbucht und eine entsprechende Berichtigung des Eigenkapitals vorgenommen.

Dem Plan wurden Namenaktien aus dem Bestand eigener Aktien zugeteilt. Es wurden keine neuen Aktien für den Mitarbeiterbeteiligungsplan ausgegeben. Bei Ausübung der Optionen werden die eingegangenen Erlöse dem Eigenkapital des Konzerns zugerechnet.

Der verwässernde Effekt der ausgegebenen Optionen auf den Gewinn pro Namenaktie ist in Anmerkung 15b offengelegt.

Bestand Namenaktien des Mitarbeiterbeteiligungsplans	2019	2018
Bestand per 1. Januar	2 954 449	449 319
Transfer aus Bestand eigener Aktien	0	2 715 000
Ausgeübte Aktien	-212 114	-209 870
Bestand per 31. Dezember	2 742 335	2 954 449

Ausstehende Optionen	2019	2018
Am 1. Januar ausstehende Optionen	212 327	207 287
Zugeteilt	201 503	215 296
Verwirkt oder verfallen	-1 510	-386
Ausgeübt	-212 114	-209 870
Am 31. Dezember ausstehende Optionen	200 206	212 327

Verfalldaten ausstehender Optionen	31.12.2019	31.12.2018
2019		140 519
2020	132 958	71 808
2021	67 248	
Total	200 206	212 327

Der in der Erfolgsrechnung des Berichtsjahres verbuchte Personalaufwand belief sich auf CHF 12 Mio (Vorjahr: CHF 16 Mio).

Bewertung der Optionen	2019		2018	
	Nach einem Jahr ausübbarer Teil	Nach zwei Jahren ausübbarer Teil	Nach einem Jahr ausübbarer Teil	Nach zwei Jahren ausübbarer Teil
Tag der Gewährung	31.05.2019	31.05.2019	31.05.2018	31.05.2018
Verfalldatum	31.05.2020	31.05.2021	31.05.2019	31.05.2020
Aktienkurs am Tag der Zuteilung	CHF 48.36	CHF 48.36	87.55	87.55
Ausübungspreis	CHF 4.00	CHF 4.00	4.00	4.00
Tageswert im Zeitpunkt der Zuteilung	CHF 44.36	CHF 44.36	83.55	83.55

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG KAPITAL UND TREASURY

14. Aktienkapital und Reserven

Aktien der The Swatch Group AG werden im Eigenkapital ausgewiesen. Emissionskosten, die direkt der Ausgabe von Aktien oder Optionen zuzuordnen sind, werden im Eigenkapital als Betrag nach Steuern vom Erlös in Abzug gebracht. Das Aktienkapital verteilt sich auf Namenaktien mit einem Nominalwert von je CHF 0.45 und Inhaberaktien mit einem Nominalwert von je CHF 2.25. Jede Aktie berechtigt zu einer Stimme. Beide Titelkategorien haben entsprechend ihrem Nominalwert einen gleichwertigen Anspruch auf Dividende.

Eigene Aktien, die zurückgekauft wurden, werden zum historischen Anschaffungswert vom Eigenkapital abgezogen. Der Kauf oder Verkauf sowie die Ausgabe oder Vernichtung eigener Aktien des Konzerns wird nicht erfolgswirksam verbucht. Bei einem späteren Wiederverkauf wird ein Mehr- oder Minderwert als Zugang bzw. Reduktion der Kapitalreserven erfasst.

a. Aktienkapital

Über die letzten drei Jahre hat sich das Aktienkapital von The Swatch Group AG wie folgt entwickelt:

Bilanzstichtag	Namenaktien zu CHF 0.45	Inhaberaktien zu CHF 2.25	Aktienkapital in CHF
31.12.2017	124 045 000	30 840 000	125 210 250.00
31.12.2018	124 045 000	30 840 000	125 210 250.00
Vernichtete Aktien	-7 125 500	-1 904 000	-7 490 475.00
31.12.2019	116 919 500	28 936 000	117 719 775.00

Gemäss Beschluss der Generalversammlung vom 23. Mai 2019 wurden sämtliche zurückgekauften Aktien des Aktienrückkaufprogramms 2016-2019 sowie die verbleibenden Inhaberaktien des Programms 2008 im Rahmen einer Kapitalreduktion vernichtet.

Per Ende des Berichtsjahres bestand wie im Vorjahr kein bedingtes oder genehmigtes Kapital. Sämtliche Aktien sind voll einbezahlt. Es bestehen keine Genuss- oder Partizipationsscheine. Entsprechend den Statuten der Swatch Group lehnt der Verwaltungsrat eine Eintragung von über 5% Namenaktien pro Aktionär ab. In besonderen Fällen kann der Verwaltungsrat einer Ausnahme von dieser Regel zustimmen.

b. Kapitalreserven

Die Kapitalreserven beinhalten das Resultat aus Verkäufen eigener Aktien und Transaktionen mit Minderheiten sowie Effekte aus Kapitalherabsetzungen.

c. Nicht ausschüttbare Reserven

Am Ende des Berichtsjahres umfassten die Reserven der Holding Gesellschaft The Swatch Group AG einen nicht ausschüttbaren Betrag von CHF 219 Mio (Vorjahr: CHF 1 276 Mio). Dieser Betrag bestand aus CHF 195 Mio, der mit dem Besitz von eigenen Aktien verbunden war (Vorjahr: CHF 1 251 Mio) und aus nicht ausschüttbaren gesetzlichen Reserven von CHF 24 Mio (Vorjahr: CHF 25 Mio).

d. Eigene Aktien

Die vom Konzern selbst gehaltenen Aktien von The Swatch Group AG haben sich wie folgt verändert:

	Namenaktien		Inhaberaktien		Total Mio CHF
	Anzahl	Mio CHF	Anzahl	Mio CHF	
Stand per 31. Dezember 2017	7 766 415	441	1 389 650	422	863
Zukäufe 1)	2 653 800	192	522 900	196	388
Veräusserungen 2)	-218 618	0	0	0	0
Stand per 31. Dezember 2018	10 201 597	633	1 912 550	618	1 251
Zukäufe 1)	314 433	18	56 450	17	35
Veräusserungen 2)	-212 114	0	0	0	0
Vernichtungen 3)	-7 125 500	-478	-1 904 000	-613	-1 091
Stand per 31. Dezember 2019	3 178 416	173	65 000	22	195

1) Im Berichtsjahr hat der Konzern 314 433 Namenaktien (Vorjahr: 2 653 800) zu einem Durchschnittspreis von CHF 58.55 (Vorjahr: CHF 72.22) gekauft. Zudem wurden 56 450 Inhaberaktien (Vorjahr: 522 900) zu einem Durchschnittspreis von CHF 295.67 gekauft (Vorjahr: CHF 376.02).

2) Im Berichtsjahr wurden 212 114 Namenaktien (Vorjahr: 209 870) im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsplans abgegeben (siehe Anmerkung 13). Im Vorjahr wurden im Zusammenhang mit der Übernahme der restlichen Minderheiten der Gesellschaft ASI-Centrum spol.s.r.o. 8 748 Namenaktien an die ehemaligen Aktionäre abgegeben (Berichtsjahr: keine). Details zur Transaktion sind der Anmerkung 31 zu entnehmen.

3) Die Vernichtungen stehen im Zusammenhang mit der von der Generalversammlung vom 23. Mai 2019 beschlossenen Kapitalreduktion.

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG KAPITAL UND TREASURY

15. Gewinn pro Aktie

a. Unverwässert

	2019	2018
Auf die Aktionäre von The Swatch Group AG entfallender Konzerngewinn (Mio CHF)	730	845
Prozentualer Anteil der ausstehenden Namenaktien im Verhältnis zum ausstehenden Aktienkapital	44.0%	44.1%
Prozentualer Anteil der ausstehenden Inhaberaktien im Verhältnis zum ausstehenden Aktienkapital	56.0%	55.9%

Namenaktien

	2019	2018
Auf die Namenaktionäre entfallender Konzerngewinn (Mio CHF)	322	373
Durchschnittliche Anzahl Aktien im Umlauf	113 428 394	115 449 571
Unverwässerter Gewinn pro Aktie (CHF)	2.84	3.23

Inhaberaktien

	2019	2018
Auf die Inhaberaktionäre entfallender Konzerngewinn (Mio CHF)	408	472
Durchschnittliche Anzahl Aktien im Umlauf	28 814 317	29 268 442
Unverwässerter Gewinn pro Aktie (CHF)	14.18	16.14

b. Verwässert

	2019	2018
Namenaktien		
Auf die Namenaktionäre entfallender Konzerngewinn (Mio CHF)	322	373
Durchschnittliche Anzahl Aktien im Umlauf – unverwässert (wie oben)	113 428 394	115 449 571
Anzahl potenzieller Aktien aus ausstehenden Optionen	185 285	201 235
Durchschnittliche Anzahl potenzieller Aktien im Umlauf – verwässert	113 613 679	115 650 805
Verwässerter Gewinn pro Aktie (CHF)	2.83	3.23

Inhaberaktien

	2019	2018
Auf die Inhaberaktionäre entfallender Konzerngewinn (Mio CHF)	408	472
Durchschnittliche Anzahl potenzieller Aktien im Umlauf	28 814 317	29 268 442
Verwässerter Gewinn pro Aktie (CHF)	14.17	16.13

16. Bezahlte und vorgeschlagene Dividenden

Dividendenzahlungen an Aktionäre werden im Konzernabschluss in dem Zeitraum erfasst, in dem die Generalversammlung der The Swatch Group AG die Dividenden genehmigt.

An der ordentlichen Generalversammlung vom 23. Mai 2019 wurde die Ausschüttung folgender Dividende beschlossen:

Bezahlte Dividende	Dividende pro Aktie CHF	Total Dividende Mio CHF
Namenaktien	1.60	198
Inhaberaktien	8.00	247
Total Dividende		445
Nicht ausgeschüttete Dividende auf eigenen Aktien		-32
Total ausgeschüttete Dividende		413

Der ordentlichen Generalversammlung vom 14. Mai 2020 wird für das Berichtsjahr die Ausschüttung folgender Dividende vorgeschlagen, welche als Gewinnverwendung im Jahr 2020 ausgewiesen wird:

Vorgeschlagene Dividende	Dividende pro Aktie CHF	Total Dividende Mio CHF
Namenaktien	1.60	187
Inhaberaktien	8.00	231
Total Dividende		418

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG KAPITAL UND TREASURY

17. Finanzrisikomanagement

a. Finanzielle Risikofaktoren

Aufgrund seiner vielfältigen und globalen Tätigkeit ist der Konzern verschiedenen finanziellen Risiken wie Wechselkurs-, Markt-, Kredit- und Liquiditätsrisiken unterworfen. Das Finanzrisikomanagement konzentriert sich auf die Erkennung und Analyse von Wechselkursrisiken, um deren Einfluss auf das Konzernergebnis zu minimieren. Dies betrifft hauptsächlich den US-Dollar, den Chinesischen Renminbi, den Euro und den Japanischen Yen. Zur Absicherung der Wechselkursrisiken kann der Konzern derivative Finanzinstrumente wie Devisenterminkontrakte oder Währungsoptionen einsetzen.

Das Finanzrisikomanagement obliegt der zentralen Treasury-Abteilung des Konzerns (Group Treasury). Diese handelt nach den von den Führungsorganen erlassenen Richtlinien. Die Risiken werden dabei in enger Zusammenarbeit mit den operativen Einheiten evaluiert und die entsprechenden Absicherungsentscheide unter der regelmässigen Aufsicht des Topmanagements der Gruppe getroffen.

Kreditrisiken. Kreditrisiken im Zusammenhang mit Kunden entstehen aus der Möglichkeit, dass diese unter Umständen nicht in der Lage sind, ihren Verpflichtungen vereinbarungsgemäss nachzukommen. Die Bonität der Geschäftspartner wird aufgrund der Kreditgewährungspolitik des Konzerns regelmässig auf Gruppenstufe überprüft. Da der Konzern eine grosse Zahl von Kunden hat, die international weit gestreut sind, besteht keine Konzentration des Kreditrisikos in Bezug auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

Um den Konzern beim Wertschriftenhandel gegen Ausfallrisiken abzusichern, sind Anlagerichtlinien zu beachten, die bei Anlagen in Wertschriften Mindestratings vorschreiben. Die Kreditrisiken werden durch das Management strikt überwacht und innerhalb festgelegter Bandbreiten gehalten. Infolge der rigorosen Bonitätsanforderungen, die an die Geschäftspartner gestellt werden, erscheinen die Risiken von Verlusten aus Nichterfüllung von Verträgen begrenzt.

Liquiditätsrisiken. Das Liquiditätsrisiko betrifft das Risiko, dass der Konzern nicht in der Lage sein könnte, seinen finanziellen Verpflichtungen rechtzeitig nachzukommen. Dank einer strengen, konzernweiten Überwachung der Liquidität sowie einer gezielten Vermögensallokation verfügt das Group Treasury jederzeit über eine angemessene Liquidität. Für ausserordentliche Finanzierungsbedürfnisse stehen überdies entsprechende Kreditlimiten bei Finanzinstituten zur Verfügung.

Die per Bilanzstichtag verfügbare Liquidität kann wie folgt zusammengefasst werden:

(Mio CHF)	31.12.2019	31.12.2018
Flüssige und geldnahe Mittel (Anmerkung 19)	1 239	944
Wertschriften und derivative Finanzinstrumente (Anmerkung 20)	230	296
Kurzfristig verfügbare Liquidität	1 469	1 240
Zugesicherte Kreditlimiten	809	824
./. Benutzte Kreditlimiten	-118	-222
Total kurzfristig verfügbare Liquiditätsreserven und unbenutzte Kreditlimiten	2 160	1 842

b. Kapitalmanagement

Im Zusammenhang mit dem Kapitalmanagement, besteht das Hauptziel des Konzerns darin, eine starke Eigenkapitalbasis zu bewahren, um das Vertrauen der Anleger, Gläubiger und der Märkte zu wahren und die künftige Entwicklung des Unternehmens zu unterstützen. Das Topmanagement des Konzerns überprüft regelmässig die Kapitalstruktur des Konzerns sowie das Eigenkapital seiner Tochtergesellschaften.

Zur Erhaltung oder Anpassung der Kapitalstruktur kann der Konzern die Dividendenausschüttungen an die Aktionäre verändern, Kapital an Aktionäre zurückführen, neue Anleihen ausgeben oder bestehende Anleihen zurückzahlen. Die Haltung des Konzerns in Bezug auf das Kapitalmanagement blieb im Berichtsjahr unverändert.

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG KAPITAL UND TREASURY

18. Nettofinanzergebnis

(Mio CHF)	2019	2018
Zinsertrag	21	14
Ergebnis aus zum Fair Value bewerteten Wertschriften	19	-4
Nettoergebnis aus Fremdwährungen	-39	-25
Sonstiger Finanzaufwand	-4	-4
Sonstiger Finanzertrag und -aufwand	-3	-19
Zinsaufwand	-8	-5
Anteil am Ergebnis von assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	-9	2
Nettofinanzergebnis	-20	-22

19. Flüssige und geldnahe Mittel

Die Bilanzposition flüssige und geldnahe Mittel beinhaltet Kassenbestände, Bankguthaben sowie kurzfristige Geldmarktanlagen mit einer ursprünglichen Laufzeit von höchstens drei Monaten. Sie werden zu Nominalwerten bilanziert. Die durchschnittliche Rendite der kurzfristigen Bankanlagen entspricht den Durchschnittszinssätzen der Geldmärkte für Anlagen mit einer Laufzeit von bis zu drei Monaten. In der Geldflussrechnung bestehen die flüssigen Mittel aus den vorstehend genannten Komponenten abzüglich Kontokorrentverbindlichkeiten (Fonds «Netto-flüssige Mittel»).

(Mio CHF)	31.12.2019	31.12.2018
Kontokorrentguthaben und flüssige Mittel	929	799
Kurzfristige Anlagen bei Finanzinstituten	310	145
Total flüssige und geldnahe Mittel - Bilanz	1 239	944

(Mio CHF)	31.12.2019	31.12.2018
Flüssige und geldnahe Mittel	1 239	944
Kontokorrentverbindlichkeiten (Anmerkung 21)	-91	-42
Total Fonds netto-flüssige Mittel - Geldflussrechnung	1 148	902

20. Wertschriften und derivative Finanzinstrumente

Wertschriften

Käufe und Verkäufe von Wertschriften werden gemäss der Erfüllungstags-Betrachtung (Settlement Date) behandelt. Die erstmalige Bewertung von Wertschriften erfolgt zu Anschaffungskosten, die Transaktionskosten werden der Erfolgsrechnung belastet. In der Folge werden kotierte Wertschriften zum Kurswert am Bilanzstichtag bilanziert. Die Private Equity Beteiligungen werden zum Bilanzstichtag auf den aktuellen Net Asset Value bewertet. Alle realisierten und unrealisierten Gewinne und Verluste, die sich aus den Veränderungen der Marktwerte sowie der Fremdwährungen ergeben, werden erfolgswirksam verbucht. Generell wird das Emittentenrisiko minimiert, indem nur Wertschriften mit Investment-Grade-Rating gekauft werden.

Derivative Finanzinstrumente

Weder im Berichtsjahr noch im Vorjahr hat der Konzern derivative Finanzinstrumente als Cashflow-Absicherungen bezeichnet. Sämtliche solcher Instrumente werden demnach zum Fair Value verbucht. Veränderungen des aktuellen Wertes werden sofort in der Erfolgsrechnung im Finanzergebnis erfasst. Das Gegenparteirisiko wird zudem minimiert, indem alle derivativen Finanzinstrumente, Geldmarktanlagen und sonstigen kurzfristigen Anlagen nur bei Finanzinstitutionen platziert werden, deren Rating üblicherweise mindestens Investment-Grade entspricht.

(Mio CHF)	31.12.2019	31.12.2018
Aktien	32	57
Obligationen	183	224
Anlagefonds und sonstige Investments	9	10
Total zum Fair Value bewertete Wertschriften	224	291
Derivative Finanzinstrumente	6	5
Total Wertschriften und derivative Finanzinstrumente	230	296

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG KAPITAL UND TREASURY

Per Ende des Berichtsjahres waren wie im Vorjahr keine Währungsoptionen offen. Die nachstehende Tabelle bietet einen Überblick über die Kontraktwerte und beizulegenden Zeitwerte der offenen Devisenterminkontrakte.

(Mio CHF)	31.12.2019			31.12.2018		
	Kontraktwert	Positiver Zeitwert	Negativer Zeitwert	Kontraktwert	Positiver Zeitwert	Negativer Zeitwert
Terminkontrakte in						
EUR	350	1	0	431	1	0
GBP	76	0	0	80	0	-1
USD	437	5	0	1 063	3	0
Sonstigen Währungen	126	0	0	104	1	0
Total	989	6	0	1 678	5	-1

21. Finanzverbindlichkeiten und derivative Finanzinstrumente

Finanzverbindlichkeiten

Finanzverbindlichkeiten werden zu Nominalwerten erfasst. Anfallende Transaktionskosten werden in der Erfolgsrechnung verbucht. Die Finanzverbindlichkeiten werden als kurzfristige Verbindlichkeiten bilanziert, ausser der Konzern hat ein uneingeschränktes Recht, die Begleichung der Verbindlichkeit bis mindestens 12 Monate nach dem Bilanzstichtag aufzuschieben. Das Risiko für die Finanzverbindlichkeiten des Konzerns in Bezug auf Zinsänderungen ist begrenzt, da der Grossteil der Schulden fixe Zinssätze aufweist.

Derivative Finanzinstrumente

Die Rechnungslegungsgrundsätze zu derivativen Finanzinstrumenten sind in der Anmerkung 20 erläutert.

(Mio CHF)	31.12.2019	31.12.2018
Kontokorrentverbindlichkeiten	91	42
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	10	160
Derivative Finanzinstrumente	0	1
Total kurzfristige Finanzverbindlichkeiten und derivative Finanzinstrumente	101	203
Total langfristige Finanzverbindlichkeiten	20	22
Total Finanzverbindlichkeiten	121	225

Die vertraglichen Fristigkeiten waren am Bilanzstichtag wie folgt:

(Mio CHF)	< 1 Jahr	1-5 Jahre	> 5 Jahre	Total
Per 31. Dezember 2019	101	18	2	121
Per 31. Dezember 2018	203	20	2	225

Die Buchwerte der Finanzverbindlichkeiten lauten auf folgende Währungen:

(Mio CHF)	31.12.2019	31.12.2018
CHF	94	43
JPY	20	25
USD	0	148
Sonstige Währungen	7	9
Total	121	225

Per Ende des Berichtsjahres waren keine kurzfristigen Bankdarlehen in USD offen (Vorjahr: USD 150 Mio resp. CHF 148 Mio zu 2.9%). Unter den langfristigen Finanzverbindlichkeiten bestand per Ende des Berichtsjahres ein Hypothekendarlehen von JPY 1 750 Mio resp. CHF 16 Mio (Vorjahr: JPY 2 250 Mio resp. CHF 20 Mio) zu einem fixen Zinssatz von 2.4% und einer Laufzeit bis März 2021 (ohne Kündigungsklausel). Die Swatch Group hatte in den Berichtsjahren keine kotierten Anleiheobligationen oder Wandelanleihen ausstehend.

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG ANMERKUNGEN ZUR KONSOLIDierten BILANZ

22. Sonstiges Umlaufvermögen

(Mio CHF)	31.12.2019	31.12.2018
Rückforderbare Mehrwertsteuer	86	117
Sonstige Forderungen	46	42
Total sonstiges Umlaufvermögen	132	159

23. Aktive Rechnungsabgrenzungen

(Mio CHF)	31.12.2019	31.12.2018
Vorausbezahlte Verkaufs-, Marketing- und Verwaltungskosten	102	68
Ertragssteuerforderungen	18	23
Vorausbezahlte Leasingkosten	32	49
Übrige aktive Rechnungsabgrenzungen	112	109
Total aktive Rechnungsabgrenzungen	264	249

24. Sonstige Verbindlichkeiten

(Mio CHF)	31.12.2019	31.12.2018
Erhaltene Vorauszahlungen	53	39
Ertragssteuer-Verbindlichkeiten	10	9
Mehrwertsteuer-Verbindlichkeiten	37	71
Andere Steuerverbindlichkeiten	11	26
Sozialleistungs-Verbindlichkeiten	36	39
Sonstige Verbindlichkeiten	38	38
Total sonstige Verbindlichkeiten	185	222

25. Passive Rechnungsabgrenzungen

(Mio CHF)	31.12.2019	31.12.2018
Abgrenzung Löhne und Sozialleistungen	168	177
Abgrenzung Verkaufs-, Marketing- und Verwaltungskosten	160	162
Abgrenzung Ertragssteuern	144	113
Abgrenzung Erlösminderungen	74	73
Abgrenzung Leasingaufwand	183	175
Übrige passive Rechnungsabgrenzungen	118	99
Total passive Rechnungsabgrenzungen	847	799
davon kurzfristig	678	637
davon langfristig	169	162

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG
ANMERKUNGEN ZUR KONSOLIDierten BILANZ

26. Sonstige langfristige Vermögenswerte

Langfristige aktive Rechnungsabgrenzungen

Diese Position beinhaltet den langfristigen Anteil von Vorauszahlungen und aktiven Rechnungsabgrenzungen, insbesondere vorausbezahlte Marketing- und Leasingkosten. Aufgelder (Key Money) für die Miete strategisch gelegener Verkaufsgeschäfte, deren Geltendmachung nach Ablauf des Mietvertrags nicht gegeben ist, werden als vorausbezahlte Mieten erfasst und linear über die Vertragslaufzeit als Mietaufwand verbucht. Der kurzfristige Anteil wird in die Position Aktive Rechnungsabgrenzungen transferiert.

(Mio CHF)	Langfristige Rechnungsabgrenzungen	Kautionen	Sonstige finanzielle Verm.-Werte	Total
Bilanzwert per 31. Dezember 2018	32	96	208	336
Umrechnungsdifferenzen	-1	-1	-2	-4
Zugänge	4	11	4	19
Abgänge	0	-6	-1	-7
Bilanztransfer	0	-7	-12	-19
Bilanzwert per 31. Dezember 2019	35	93	197	325

(Mio CHF)	Langfristige Rechnungsabgrenzungen	Kautionen	Sonstige finanzielle Verm.-Werte	Total
Bilanzwert per 31. Dezember 2017	41	90	13	144
Umrechnungsdifferenzen	-2	0	2	0
Zugänge	7	15	200	222
Abgänge	0	-10	-7	-17
Bilanztransfer	-14	1	0	-13
Bilanzwert per 31. Dezember 2018	32	96	208	336

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG
WEITERE INFORMATIONEN

27. Ertragssteuern

Der Steueraufwand der Berichtsperiode setzt sich aus laufenden Ertragssteuern und latenten Steuern zusammen. Steuern werden in der Erfolgsrechnung erfasst, ausser sie beziehen sich auf Positionen, die direkt im Eigenkapital erfasst werden. In diesem Fall werden die Steuern ebenfalls direkt im Eigenkapital verbucht.

Laufende Ertragssteuern

Laufende Steuerverbindlichkeiten und -forderungen für die aktuelle Periode und vorhergehende Berichtszeiträume werden aufgrund des voraussichtlich an die Steuerbehörden zu zahlenden Betrags oder aufgrund der erwarteten Rückvergütung erfasst. Für die Berechnung werden die steuerlichen Bestimmungen und die Steuersätze verwendet, die zum Bilanzstichtag in Kraft oder im Wesentlichen in Kraft waren.

Latente Steuern

Die latenten Steuern werden nach der bilanzorientierten Methode berechnet und vollumfänglich ausgewiesen. Sie beruhen auf temporären Differenzen zwischen der Steuerbasis von Aktiven und Verbindlichkeiten sowie deren Buchwerten in der Konzernrechnung. Für die Berechnung der latenten Steuern werden die steuerlichen Bestimmungen und die Steuersätze verwendet, die zum Bilanzstichtag in Kraft oder im Wesentlichen in Kraft waren und voraussichtlich gelten werden.

Für abzugsfähige temporäre Differenzen, steuerliche Verlustvorträge und Steuergutschriften werden aktive latente Steuern erfasst, soweit es wahrscheinlich ist, dass sie von künftigen steuerbaren Gewinnen in Abzug gebracht werden können.

Latente Steuern für temporäre Differenzen aufgrund von Investitionen in Tochterunternehmen und assoziierten Unternehmen werden erfasst, ausser wenn die Beilegung der temporären Differenzen der Kontrolle des Konzerns unterliegt und keine Absicht besteht, dass diese auf absehbare Zeit aufgehoben werden.

Latente Steuerforderungen und latente Steuerverbindlichkeiten werden verrechnet, wenn es gesetzlich zulässig ist, laufende Steuerforderungen gegen laufende Steuerverbindlichkeiten aufzurechnen, und die latenten Steuern die gleiche steuerpflichtige Einheit und die gleiche Steuerbehörde betreffen.

a. Aufwand für Ertragssteuern

(Mio CHF)	2019	2018
Laufende Ertragssteuern	-290	-266
Periodenfremde Ertragssteuern	6	-5
Latente Steuern	28	5
Total Ertragssteuern	-256	-266

b. Überleitung auf den effektiven Steuersatz des Konzerns

Der Konzern ist weltweit tätig und wird deshalb in vielen verschiedenen Steuerhoheiten besteuert. Der erwartete Steuersatz des Konzerns wird als gewichteter Durchschnitt der Steuersätze der relevanten Steuerhoheiten berechnet.

	2019	2018
Erwarteter durchschnittlicher Steuersatz des Konzerns	24.4%	22.3%
Effekt aus:		
- Steuersatzänderungen auf latenten Ertragssteuern	-2.1%	-0.2%
- Aktivierung und Verrechnung früher nicht aktivierter steuerlicher Verlustvorträge	-0.4%	-0.3%
- Nichtaktivierung steuerlicher Verlustvorträge	3.8%	1.0%
- Steuerfreien Erträgen	-0.2%	-0.4%
- Steuerlich nicht abzugsfähigen Aufwendungen	0.8%	0.6%
- Zu einem reduzierten Satz besteuerten Erträgen	-0.1%	-0.1%
- Periodenfremden Ertragssteuern	-0.6%	0.4%
- Übrigen Elementen	-0.1%	0.2%
Effektiver Steuersatz des Konzerns	25.5%	23.5%

Der effektive Steuersatz auf Basis des ordentlichen Ergebnisses betrug im Berichtsjahr 25.5% (Vorjahr: 23.5%).

Die gesetzlichen Anpassungen in den Standortkantonen des Konzerns, welche aus der Schweizer Steuerreform resultieren, werden einen geringfügig positiven Einfluss auf den Konzernsteuersatz haben. Dieser wird sich jedoch grösstenteils erst ab dem Jahre 2020 auf die laufenden Steuern auswirken.

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG WEITERE INFORMATIONEN

c. Laufende Ertragssteuern

Netto-Verbindlichkeit aus laufenden Ertragssteuern (Mio CHF)	2019	2018
Saldo per 1. Januar	-99	-113
Erfasst in der Erfolgsrechnung	-284	-271
Erfasst im Eigenkapital	-1	0
Bezahlte Ertragssteuern	246	283
Umrechnungsdifferenzen	2	2
Saldo per 31. Dezember	-136	-99
<i>Laufende Ertragssteuerforderungen</i>	<i>18</i>	<i>23</i>
<i>Laufende Ertragssteuerverbindlichkeiten</i>	<i>-154</i>	<i>-122</i>

d. Latente Steuern

Die aktiven und passiven latenten Steuern beziehen sich auf die folgenden Bilanzpositionen:

(Mio CHF)	31.12.2019			31.12.2018		
	Aktiven	Passiven	Netto	Aktiven	Passiven	Netto
Vorräte	310	-337	-27	293	-341	-48
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	2	-14	-12	2	-15	-13
Sachanlagen	18	-122	-104	16	-135	-119
Immaterielles Anlagevermögen	9	-7	2	11	-7	4
Rückstellungen	15	-42	-27	15	-49	-34
Vorsorgeverpflichtungen	6	0	6	6	0	6
Passive Rechnungsabgrenzungen	69	-34	35	63	-36	27
Steuerliche Verlustvorträge	16	0	16	25	0	25
Sonstige	10	-17	-7	15	-4	11
Total aktive / passive latente Steuern	455	-573	-118	446	-587	-141
<i>Latente Steuerforderungen</i>			<i>428</i>			<i>417</i>
<i>Latente Steuerverbindlichkeiten</i>			<i>-546</i>			<i>-558</i>

Der Bruttowert der nicht genutzten steuerlichen Verlustvorträge, die je nach dem als latente Steuerforderungen erfasst wurden oder nicht, und ihre Verfalldaten stellen sich wie folgt dar:

(Mio CHF)	2019			2018		
	Nicht erfasst	Erfasst	Total	Nicht erfasst	Erfasst	Total
Bis zu 5 Jahren	192	15	207	75	25	100
Mehr als 5 Jahre	207	32	239	183	61	244
Kein Verfalldatum	118	22	140	147	25	172
Total per 31. Dezember	517	69	586	405	111	516

Der mögliche Steuereffekt aus der Verwendung bisher nicht erfasster Verlustvorträge belief sich im Berichtsjahr auf CHF 113 Mio (Vorjahr: CHF 97 Mio).

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG WEITERE INFORMATIONEN

28. Verpflichtungen und Eventualverbindlichkeiten

Operatives Leasing

Ein operativer Leasingvertrag liegt vor, wenn ein wesentlicher Teil der mit dem Besitz verbundenen Risiken beim Leasinggeber verbleibt. Zahlungen für operative Leasingverträge werden in der Erfolgsrechnung linear über die gesamte Dauer des Vertrags als Aufwand verbucht.

Finanzierungsleasing

Ein Finanzierungsleasing liegt vor, wenn der Leasinggeber die wesentlichen mit dem Besitz des Leasingobjekts verbundenen Risiken und Nutzen auf den Leasingnehmer überträgt. Zu Beginn der Vertragslaufzeit wird der Verkehrswert des geleasten Objekts oder der tiefere Nettobarwert der zukünftigen Leasingzahlungen als Anlagevermögen sowie als Verbindlichkeit bilanziert. Jede Leasingrate wird in Finanzierungskosten und Tilgung der Restschuld aufgeteilt, so dass ein konstanter Zinssatz für die verbliebene Verpflichtung entsteht. Finanzierungskosten werden direkt in der Erfolgsrechnung als Aufwand verbucht. Aktivierte Leasingobjekte werden über ihre geschätzte wirtschaftliche Nutzungsdauer oder über die kürzere Vertragsdauer abgeschrieben.

Nur in Ausnahmefällen werden Anlagegüter geleast. Per Ende des Berichtsjahres betrug der Nettobuchwert der Sachanlagen mit Finanzierungsleasing weniger als CHF 1 Mio (Vorjahr: weniger als CHF 1 Mio).

a. Garantien und Bürgschaften

Per Ende des Berichtsjahres beliefen sich die Garantien an Dritte zur Sicherstellung von Verpflichtungen der Konzerngesellschaften auf CHF 32 Mio (Vorjahr: CHF 37 Mio).

Der Gesamtbetrag der Aktiven, die durch Konzerngesellschaften zur Sicherstellung ihrer Verpflichtungen verpfändet wurden, belief sich per Ende des Berichtsjahres auf CHF 128 Mio (Vorjahr: CHF 132 Mio), wovon CHF 22 Mio zur Sicherstellung von Finanzverbindlichkeiten dienten (Vorjahr: CHF 25 Mio).

b. Leasing und sonstige Verpflichtungen

Die Fälligkeiten der nicht bilanzierten, innerhalb 12 Monaten nicht kündbaren, fixen operativen Leasingverbindlichkeiten des Konzerns präsentieren sich wie folgt (undiskontiert):

(Mio CHF)	31.12.2019	31.12.2018
Weniger als 1 Jahr	460	465
1 bis 5 Jahre	1 243	1 284
Mehr als 5 Jahre	861	1 048
Total	2 564	2 797

Die Zahlen der vorstehenden Tabelle umfassen sämtliche Mietverträge von Räumlichkeiten, die zu einem grossen Teil mit den Retailaktivitäten des Konzerns verbunden sind, sowie alle anderen per Ende des Berichtsjahres laufenden Mietverträge. Der in der Erfolgsrechnung des Berichtsjahres berücksichtigte Leasingaufwand belief sich auf CHF 695 Mio, gegenüber CHF 683 Mio im Vorjahr.

Die sonstigen per Ende des Berichtsjahres offenen langfristigen und unwiderruflichen Zahlungsverpflichtungen des Konzerns, welche nicht innert 12 Monaten gekündigt werden können, beliefen sich undiskontiert auf CHF 720 Mio (Vorjahr: CHF 749 Mio). Sie betrafen hauptsächlich Verpflichtungen im Bereich Marketing und Sponsoring, sowie Investitionsverpflichtungen in Sachanlagen.

c. Eventualforderungen und -verbindlichkeiten

Einzelne Gruppengesellschaften haben Eventualverbindlichkeiten in Zusammenhang mit Rechtsfällen, wie sie sich aus der normalen Geschäftstätigkeit ergeben können. Es ist nicht auszuschliessen, dass daraus Entschädigungsforderungen resultieren. Es wird nicht erwartet, dass sich zusätzlich zu den bereits gebildeten Rückstellungen für Rechtsfälle wesentliche Verbindlichkeiten aus diesen Eventualverbindlichkeiten ergeben werden (siehe Anmerkung 10b).

Andererseits bestehen auch Rechtsfälle, wo der Konzern seine Rechte verteidigt und im Erfolgsfall die inhärente Möglichkeit besteht, dass dem Konzern ein ökonomischer Nutzen zufließen wird.

29. Transaktionen mit nahestehenden Personen

a. Bedeutende Aktionäre

Per Ende des Berichtsjahres kontrollierten der Hayek Pool sowie ihm nahestehende Gesellschaften, Institutionen und Personen mittels 61 721 546 Namenaktien und 12 855 Inhaberaktien insgesamt 42.3 % aller Stimmrechte (Vorjahr: 39.8%) von The Swatch Group AG, der Muttergesellschaft des Konzerns. Die Gruppe der Erbgemeinschaft N. G. Hayek kontrollierte im Rahmen des Pools und der diesem nahestehenden Personen insgesamt 41.8% aller Stimmrechte (Vorjahr: 39.3%).

b. Key Management

Zusätzlich zu den Mitgliedern des Verwaltungsrats werden auch die Mitglieder der Konzernleitung und der Erweiterten Konzernleitung als Key Management betrachtet. Die gesamte Entschädigung an das Key Management gliedert sich wie folgt:

(Mio CHF)	2019	2018
Kurzfristig fällige Leistungen an Arbeitnehmer	23.8	24.7
– davon Gehälter	7.9	8.0
– davon Bonuszahlungen	15.4	16.2
– davon Pauschalspesen	0.5	0.5
– davon sonstige Leistungen	0.0	0.0
Aktienbasierte Vergütungen	6.3	12.8
Beiträge an Vorsorgepläne	0.6	1.2
Übrige Sozialleistungen	2.5	4.0
Total	33.2	42.7

Im Berichtsjahr und Vorjahr wurden keine Abgangsentschädigungen an Mitglieder des Verwaltungsrates oder der Konzernleitung bzw. der Erweiterten Konzernleitung bezahlt. Solche Entschädigungen sind in den Arbeitsverträgen der Organmitglieder nicht vorgesehen. Im Berichtsjahr und Vorjahr wurden keine Vergütungen an ehemalige Organmitglieder für deren frühere Funktionen ausgerichtet.

c. Aktienbesitz

Die Gesamtheit der exekutiven Mitglieder des Verwaltungsrats, die Mitglieder der Konzernleitung und der Erweiterten Konzernleitung sowie diesen nahestehende Personen hielten per Ende des Berichtsjahres direkt oder indirekt insgesamt 56 920 490 Namenaktien und 770 Inhaberaktien oder 39.0% (Vorjahr: 36.7%) aller Stimmrechte. Ausserdem hielten die Gesamtheit der nichtexekutiven Mitglieder des Verwaltungsrats sowie diesen nahestehende Personen per Ende des Berichtsjahres insgesamt 100 Namenaktien und 2 010 Inhaberaktien oder 0% aller Stimmrechte (Vorjahr: 0%).

d. Organdarlehen

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens haben die Möglichkeit, sich bei der Schweizer Pensionskasse der Swatch Group Hypothekendarlehen für den Bau oder Erwerb von Wohneigentum in der Schweiz einräumen zu lassen. Die Konditionen dieser Hypothekendarlehen werden vom Stiftungsrat der Schweizer Pensionskasse der Swatch Group festgelegt. Die Konditionen gelten für alle Mitarbeiter der Swatch Group gleichermassen. Im Berichtsjahr und Vorjahr wurden keine Darlehen an derzeitige oder ehemalige Mitglieder des Verwaltungsrats, der Konzernleitung oder der Erweiterten Konzernleitung vergeben. Weder im Berichtsjahr noch im Vorjahr waren derartige Darlehen ausstehend.

e. Assoziierte Gesellschaften und andere nahestehende Personen

Die nachfolgende Tabelle fasst die vom Konzern getätigten Transaktionen, Forderungen und Verbindlichkeiten mit assoziierten Gesellschaften, Joint Ventures (siehe Anmerkung 35b) und anderen nahestehenden Personen zusammen. Die von der Hayek-Gruppe fakturierten Beratungsdienstleistungen werden unter den Anderen Nahestehenden ausgewiesen. Per Ende des Berichtsjahres und Vorjahres waren keine weiteren Positionen gegenüber anderen nahestehenden Personen ausstehend.

(Mio CHF)	2019		2018	
	Assoziierte und Joint Ventures	Andere Nahestehende	Assoziierte und Joint Ventures	Andere Nahestehende
Einkäufe	76	10	68	8
Verkäufe	38	0	46	0
Forderungen	2	0	4	0
Verbindlichkeiten	3	1	4	0
Erhaltene Garantien	0	0	0	0
Gewährte Darlehen	7	0	9	0
Zinskonditionen auf gewährten Darlehen	4.2%	0	4.5%	0

30. Konsolidierung

Konsolidierungsgrundsätze

Die Konzerngesellschaften umfassen jene Unternehmen, die direkt oder indirekt von The Swatch Group AG kontrolliert werden. Dabei bedeutet Kontrolle die Möglichkeit der Beherrschung der finanziellen und operativen Geschäftstätigkeiten des jeweiligen Unternehmens, um daraus entsprechenden Nutzen zu ziehen. Dies ist üblicherweise der Fall, wenn der Konzern über mehr als die Hälfte der Stimmrechte am Aktienkapital eines Unternehmens verfügt. Die Konzerngesellschaften werden von dem Datum an konsolidiert, an dem die Kontrolle an den Konzern übergeht bis zum Zeitpunkt, an dem diese Kontrolle nicht mehr gegeben ist.

Im Laufe des Jahres erworbene Gesellschaften werden per Erwerbsdatum nach konzerneinheitlichen Grundsätzen neu bewertet und konsolidiert. Der aus Akquisitionen resultierende Goodwill wird im Zeitpunkt des Erwerbs mit dem Konzerneigenkapital verrechnet. Die Auswirkungen einer theoretischen Aktivierung und Abschreibung des erworbenen Goodwills auf das Eigenkapital und den Konzerngewinn werden in Anmerkung 33 offengelegt. Bei einer Veräusserung von Anteilen an Konzern- oder assoziierten Gesellschaften wird die Differenz zwischen dem Verkaufserlös und dem anteiligen Buchwert der Nettoaktiven, einschliesslich historischem Goodwill, als Gewinn oder Verlust in der Erfolgsrechnung ausgewiesen.

Die Anteile von Minderheiten am Eigenkapital und am Konzerngewinn werden in der Bilanz sowie in der Erfolgsrechnung separat ausgewiesen. Veränderungen in den Eigentumsanteilen an Tochtergesellschaften werden, vorausgesetzt die Kontrolle bleibt bestehen, als Eigenkapitaltransaktionen verbucht. Alle konzerninternen Transaktionen, Salden und nicht realisierten Gewinne und Verluste aus Transaktionen zwischen Konzerngesellschaften werden vollständig eliminiert.

Assoziierte Gesellschaften sind alle Unternehmen, auf die der Konzern einen massgeblichen Einfluss ausübt, über die er aber keine Kontrolle hat. Dieser Einfluss ist generell daran erkennbar, dass der Konzern über einen Stimmrechtsanteil von 20% bis 50% des Aktienkapitals einer Gesellschaft verfügt. Auch die Vertretung im Verwaltungsrat und der Zugang zu aktuellen finanziellen Informationen einer Gesellschaft weisen auf einen massgeblichen Einfluss hin. Anteile an assoziierten Gesellschaften werden gemäss der Eigenkapitalwert-Methode (Equity Methode) bilanziert und zunächst zu Anschaffungskosten ausgewiesen. Unrealisierte Gewinne und Verluste aus Transaktionen mit assoziierten Gesellschaften werden im Umfang der Beteiligung des Konzerns an der assoziierten Gesellschaft eliminiert. Die Rechnungslegungsgrundsätze von verbundenen Unternehmen werden gegebenenfalls angepasst, um die Übereinstimmung mit den vom Konzern beachteten Grundsätzen sicherzustellen. Beteiligungen an Joint Ventures werden ebenfalls gemäss der Equity Methode ausgewiesen.

Währungsumrechnung

Umrechnung in den Jahresrechnungen der Konzerngesellschaften

Die Jahresrechnungen der einzelnen Konzerngesellschaften werden in der Währung des wirtschaftlichen Umfelds geführt, in dem diese Unternehmen hauptsächlich tätig sind (funktionale Währung). Transaktionen in Fremdwährungen werden zu dem am Transaktionstag gültigen Kurs in die Funktionalwährung umgerechnet. Bilanzpositionen in Fremdwährung werden zum Stichtagskurs umgerechnet. Alle daraus resultierenden Gewinne und Verluste werden erfolgswirksam verbucht. Fremdwährungsgewinne bzw. -verluste aus der Umrechnung von konzerninternen Darlehen mit Eigenkapitalcharakter werden erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst. Kursdifferenzen aus der Umrechnung von Anteilen an assoziierten Gesellschaften werden ebenfalls im Eigenkapital verbucht. Es bestehen keine Beteiligungen in Hochinflationländern.

Umrechnung von zu konsolidierenden Einzelabschlüssen

Die Konzernrechnung der Swatch Group wird in der Berichtswährung Schweizer Franken (CHF) präsentiert. Die zu konsolidierenden Einzelabschlüsse werden nach der Stichtagskurs-Methode in die Währung der Konzernrechnung umgerechnet. Diese Währungsumrechnung erfolgt für die Aktiven und Verbindlichkeiten zu Stichtagskursen, für das Eigenkapital zu historischen Kursen sowie für die Erfolgs- und Geldflussrechnung zu Jahresdurchschnittskursen. Die dabei anfallenden Umrechnungsdifferenzen werden erfolgsneutral über das Eigenkapital gebucht.

Die für eine ausländische Gesellschaft im Eigenkapital kumulativ erfassten Fremdwährungsdifferenzen aus Umrechnung der Jahresrechnung und konzerninternen Darlehen werden bei einer Veräusserung der Gesellschaft ausgebucht und in der Erfolgsrechnung als Teil des Verkaufsgewinns oder -verlusts ausgewiesen.

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG KONSOLIDIERUNG UND KONZERNSTRUKTUR

a. Konsolidierungskreis

	2019	2018
Anzahl Unternehmen am 1. Januar	158	162
Konzerninterne Fusionen	-3	-3
Liquidationen	-2	-1
Anzahl Unternehmen am 31. Dezember	153	158
davon assoziierte Gesellschaften	5	5
davon Joint Ventures	2	2

b. Umrechnungskurse

Währung	Einheit	Mittelkurs	Tageskurs	Mittelkurs	Tageskurs
		2019	31.12.2019	2018	31.12.2018
CNY	1	0.1443	0.1392	0.1478	0.1435
EUR	1	1.1134	1.0880	1.1540	1.1285
HKD	1	0.1271	0.1245	0.1250	0.1261
JPY	100	0.9133	0.8925	0.8892	0.8985
USD	1	0.9955	0.9700	0.9799	0.9875

31. Unternehmenszusammenschlüsse

a. Unternehmensübernahmen

Im Berichtsjahr und im Vorjahr kam es zu keinen wesentlichen Unternehmensübernahmen.

b. Unternehmensveräusserungen

Im Berichtsjahr und im Vorjahr wurden keine Unternehmen veräussert.

c. Veränderung von Minderheitsanteilen

Im August 2019 wurden die restlichen Minderheitsanteile von 40% der Termiboites S.A. übernommen, welche im Bereich Polieren von Uhrgehäusen tätig ist. Swatch Group besass bereits davor die Kontrolle über die Gesellschaft. Die Transaktion belief sich auf CHF 1 Mio. Die Differenz zwischen dem Kaufpreis und dem anteiligen Eigenkapital der Gesellschaft betrug CHF 1 Mio und wurde den Kapitalreserven belastet.

Im Vorjahr wurden für CHF 2 Mio die restlichen 50% Aktienanteile einer chinesischen Retailgesellschaft gekauft, welche bereits vorher kontrolliert und vollkonsolidiert wurde.

Im Dezember 2015 wurden die restlichen Minderheitsanteile von 49% an der Gesellschaft ASICentrum spol. s.r.o. übernommen. Swatch Group besass bereits davor die Kontrolle über die Gesellschaft. Die Transaktion wurde gestaffelt in drei jährlichen Tranchen in den Jahren 2016, 2017 und 2018 mit eigenen Aktien im Wert von total CHF 2 Mio beglichen.

32. Aufzugebende Geschäftsbereiche

Swatch Group hat am 22. Oktober 2019 mit einer Pressemitteilung angekündigt, dass die Lizenzvereinbarung mit Calvin Klein nach 22 Jahren exklusiver Zusammenarbeit per Auslaufdatum (in naher Zukunft) beendet wird. Dieser als Profitcenter organisierte Geschäftsbereich, mit seinen Vertretungen im weltweiten Distributionsnetz der Swatch Group Ländergesellschaften, erzielte folgende Kennzahlen:

(Mio CHF)	2019	2018
Nettoumsatz	117	173
Betriebsergebnis	-33	-12

Die Nettoumsätze entfielen hauptsächlich auf Asien (über 50%) sowie Europa (über 30%).

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG KONSOLIDIERUNG UND KONZERNSTRUKTUR

33. Erworbener Goodwill

Goodwill aus Unternehmenszusammenschlüssen entspricht dem Betrag der Erwerbskosten, welcher zum Zeitpunkt des Kaufs die anteiligen, aktuell bewerteten identifizierbaren Nettoaktiven des übernommenen Unternehmens übersteigt. Im Rahmen von Akquisitionen potentiell existierende, nicht aktivierte, immaterielle Vermögenswerte wie Marken, Nutzungsrechte oder Kundenlisten werden nicht separat angesetzt, sondern verbleiben im Goodwill. Goodwill kann auch aus Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften resultieren, entsprechend dem Betrag der Erwerbskosten, welcher die anteiligen, aktuell bewerteten Nettoaktiven der Beteiligung zum Zeitpunkt der Übernahme übersteigt. Der aus Akquisitionen resultierende Goodwill wird im Zeitpunkt des Erwerbs mit den jeweiligen Stichtagskursen fix in CHF umgerechnet und mit dem Konzerneigenkapital verrechnet. Im Anlagespiegel entstehen folgedessen keine Währungsanpassungen. Die geschätzte Nutzungsdauer des Goodwills beträgt jeweils 5 bis 10 Jahre.

Die Werthaltigkeit des Goodwills wird an jedem Bilanzstichtag einer Beurteilung unterzogen. Eine allfällige Wertminderung führt nicht zu einem erfolgswirksamen Aufwand, sondern lediglich zu einer Offenlegung im Anhang. Im Fall der Veräusserung einer Konzerngesellschaft wird ein zu einem früheren Zeitpunkt mit dem Eigenkapital verrechneter erworbener Goodwill bei der Ermittlung des erfolgswirksamen Gewinns oder Verlusts mitberücksichtigt.

a. Theoretischer Anlagespiegel Goodwill

Die theoretische Aktivierung des Goodwills hätte folgende Auswirkungen auf die Konzernbilanz:

(Mio CHF)	2019			2018		
	Goodwill Tochtergesellschaften	Goodwill assoziierte Gesellschaften	Total	Goodwill Tochtergesellschaften	Goodwill assoziierte Gesellschaften	Total
Historische Anschaffungswerte 1. Januar	1 389	48	1 437	1 389	48	1 437
Zugänge	0	0	0	0	0	0
Abgänge	0	0	0	0	0	0
Historische Anschaffungswerte 31. Dezember	1 389	48	1 437	1 389	48	1 437
Theoretische kumulierte Abschreibungen 1. Januar	-980	-42	-1 022	-875	-39	-914
Theoretische Abschreibungen des Jahres	-102	-3	-105	-105	-3	-108
Theoretische Wertminderungen	0	0	0	0	0	0
Theoretische Abschreibungen auf Abgängen	0	0	0	0	0	0
Theoretische kumulierte Abschreibungen 31. Dezember	-1 082	-45	-1 127	-980	-42	-1 022
Theoretischer Bilanzwert netto 31. Dezember	307	3	310	409	6	415

b. Theoretische Auswirkung auf Eigenkapital und Konzerngewinn

Die theoretische Aktivierung und Abschreibung des Goodwills hätte folgende Auswirkungen auf das Eigenkapital und den Konzerngewinn:

(Mio CHF)	31.12.2019	31.12.2018
Eigenkapital gemäss Bilanz	11 493	11 274
Theoretische Aktivierung Nettobuchwert Goodwill	310	415
Theoretisches Eigenkapital inkl. Nettobuchwert Goodwill	11 803	11 689
(Mio CHF)	2019	2018
Konzerngewinn gemäss Erfolgsrechnung	748	867
Theoretische Abschreibung auf Goodwill	-105	-108
Theoretischer Konzerngewinn nach Goodwill-Abschreibung	643	759

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG
KONSOLIDIERUNG UND KONZERNSTRUKTUR

34. Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften und Joint Ventures

Für alle assoziierten Gesellschaften und Joint Ventures (siehe Anmerkung 35b) wird die Eigenkapitalwert-Methode (Equity Methode) angewandt.

(Mio CHF)	2019	2018
Bilanzwert per 1. Januar	59	57
Anteil am Ergebnis von assoziierten Unternehmen und Joint Ventures	-9	2
Erhaltene Dividenden	-4	0
Investitionen	0	0
Umrechnungsdifferenzen	-1	0
Bilanzwert per 31. Dezember	45	59

Im Berichtsjahr und im Vorjahr haben keine wesentlichen Veränderungen in den Beteiligungen an assoziierten Gesellschaften und Joint Ventures stattgefunden.

Die assoziierten Gesellschaften und Joint Ventures wiesen am Bilanzstichtag keine Eventualverpflichtungen aus (Vorjahr: keine).

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG
KONSOLIDIERUNG UND KONZERNSTRUKTUR

35. Konzerngesellschaften

Stand am 31.12.2019

a. Vollkonsolidierung

Firmenname, Sitz	Tätigkeitsbereich	Kapital in Mio	Konzern- anteil
EUROPA			
Schweiz			
The Swatch Group AG, Neuchâtel	Holding	CHF 117.72	
Assemti SA, Locarno	Montage	CHF 0.10	100%
Belenos Clean Power Engineering AG, Biel/Bienne	Forschung und Entwicklung	CHF 0.25	60%
Belenos Clean Power Holding AG, Biel/Bienne	Holding	CHF 63.00	51%
Blancpain SA, Le Chenit	Uhren	CHF 0.10	100%
Blancpain Les Boutiques SA, Le Chenit	Detailhandel	CHF 0.10	100%
Breguet Les Boutiques SA, L'Abbaye	Detailhandel	CHF 0.50	100%
CERTINA AG, Le Locle	Uhren	CHF 3.50	100%
CHH Microtechnique SA, Le Chenit	Uhrenkomponenten	CHF 0.10	100%
Cité du Temps SA, Biel/Bienne	Kommunikation	CHF 6.00	100%
CK Watch & Jewelry Co., Ltd., Biel/Bienne	Uhren	CHF 5.00	90%
Comadur SA, Le Locle	Produkte aus Hartwerkstoffen	CHF 7.86	100%
Compagnie des Montres Longines, Francillon S.A., Saint-Imier	Uhren	CHF 10.00	100%
Dernier Batz SA, Neuchâtel	Immobilien	CHF 10.00	100%
Diantus Watch SA, Mendrisio	Uhren, Werke	CHF 10.00	100%
Distico SA, Biel/Bienne	Vertrieb	CHF 3.00	100%
Dress your body AG, Corcelles-Cormondrèche	Schmuck	CHF 0.10	100%
EM Microelectronic-Marin SA, La Tène	Mikroelektronik	CHF 25.00	100%
ETA SA Manufacture Horlogère Suisse, Grenchen	Uhren, Werke und Komponenten	CHF 6.20	100%
Evaco AG, Möhlin	Uhren	CHF 0.50	58%
Hamilton International AG, Biel/Bienne	Uhren	CHF 3.00	100%
Harry Winston SA, Plan-les-Ouates	Uhren	CHF 0.40	100%
ICB Ingénieurs Conseils en Brevets SA, Neuchâtel	Patente	CHF 0.20	100%
Manufacture Ruedin SA, Haute-Sorne	Uhrengehäuse	CHF 2.40	100%
Meco SA, Grenchen	Uhrenkronen	CHF 4.50	100%
Micro Crystal AG, Grenchen	Niederfrequente Miniaturquarze	CHF 4.00	100%
MIDO AG, Le Locle	Uhren	CHF 1.20	100%
MOM Le Prélet S.A., Val-de-Ruz	Zifferblätter	CHF 0.30	100%
Montres Breguet SA, L'Abbaye	Uhren	CHF 10.00	100%
Montres Jaquet Droz SA, La Chaux-de-Fonds	Uhren	CHF 12.00	100%
Nivarox-FAR S.A., Le Locle	Uhrenkomponenten und Feindrähte	CHF 4.00	100%
Novi SA, Les Genevez	Montage	CHF 0.14	100%
Omega SA, Biel/Bienne	Uhren	CHF 50.00	100%
Rado Uhren AG, Lengnau BE	Uhren	CHF 2.00	100%
Record Watch Co. SA, Saint-Imier	Verwaltung	CHF 0.10	100%
Renata AG, Itingen	Miniaturbatterien	CHF 0.50	100%
Rubattel et Weyerermann S.A., La Chaux-de-Fonds	Zifferblätter	CHF 0.15	100%
Simon et Membrez S.A., Delémont	Uhrengehäuse	CHF 0.10	100%
SSIH Management Services AG, Biel/Bienne	Dienstleistungen	CHF 0.05	100%
Swatch AG, Biel/Bienne	Uhren	CHF 2.00	100%
Swatch Retail AG, Biel/Bienne	Detailhandel	CHF 2.00	100%
Swiss Timing LTD, Corgémont	Technologie & Ausrüstung Sportzeitmessung	CHF 2.00	100%
Technocorp Holding S.A., Le Locle	Holding	CHF 6.00	100%
Termiboîtes S.A., Basse-Allaine	Gehäuse-Polissage	CHF 0.10	100%
The Swatch Group Assembly SA, Mendrisio	Montage	CHF 6.00	100%
The Swatch Group Europa AG, Biel/Bienne	Vertrieb	CHF 29.65	100%
The Swatch Group Export SA, Neuchâtel	Vertrieb	CHF 1.00	100%
The Swatch Group Far East Distribution Ltd, Biel/Bienne	Vertrieb	CHF 0.10	100%
The Swatch Group Immeubles SA, Neuchâtel	Projektmanagement und Verwaltung Immobilien	CHF 0.50	80%
The Swatch Group Lab AG, Zürich	Dienstleistungen	CHF 0.60	100%
The Swatch Group Les Boutiques SA, Le Grand-Saconnex	Detailhandel	CHF 3.00	100%
The Swatch Group Management Services AG, Biel/Bienne	Dienstleistungen	CHF 0.05	100%
The Swatch Group Recherche et Développement SA, La Tène	Forschung und Entwicklung	CHF 0.10	100%
The Swatch Group Services AG, Biel/Bienne	Logistik, Vertrieb und Dienstleistungen	CHF 1.00	100%
Time Flagship AG, Zürich	Detailhandel	CHF 6.00	100%
Tissot SA, Le Locle	Uhren	CHF 5.00	100%
Universo S.A., La Chaux-de-Fonds	Zeiger	CHF 0.67	100%

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG
KONSOLIDIERUNG UND KONZERNSTRUKTUR

Firmenname, Sitz	Tätigkeitsbereich		Kapital in Mio	Konzern- anteil
Belgien				
The Swatch Group (Belgium) SA/NV, Anderlecht	Vertrieb	EUR	1.75	100%
RETAIL SERVICES BELGIUM SA, Bruxelles	Dienstleistungen	EUR	2.09	100%
Deutschland				
Fördergesellschaft der Glashütter Uhrenindustrie mbH, Glashütte	Uhren	EUR	0.03	100%
Glashütter Uhrenbetrieb GmbH-Glashütte/Sa., Glashütte	Uhren	EUR	0.51	100%
ST Sportservice GmbH, Leipzig	Technologie & Ausrüstung Sportzeitmessung	EUR	3.47	100%
Swiss Prestige Uhren Handel GmbH, Eschborn	Detailhandel	EUR	0.08	100%
The Swatch Group (Deutschland) GmbH, Eschborn	Vertrieb	EUR	1.28	100%
UNION Uhrenfabrik GmbH Glashütte/Sa., Glashütte	Uhren	EUR	0.10	100%
Frankreich				
BREGUET SAS, Paris	Verwaltung	EUR	0.04	100%
FABRIQUE DE FOURNITURE DE BONNETAGE-F.F.B.-SAS, Villers-le-Lac	Präzisionsteile	EUR	4.56	100%
Frésard Composants SAS, Charquemont	Präzisionsteile	EUR	1.80	100%
Harry Winston SAS, Paris	Detailhandel	EUR	10.09	100%
HOURLASSION SAS, Paris	Detailhandel	EUR	10.00	100%
The Swatch Group (France) SAS, Paris	Vertrieb	EUR	15.00	100%
Griechenland				
The Swatch Group (Greece) S.A., Athens	Vertrieb	EUR	0.32	100%
Grossbritannien				
Harry Winston (UK) Limited, London	Detailhandel	GBP	0.00	100%
The Swatch Group (UK) Limited, London	Vertrieb	GBP	2.00	100%
Italien				
Lascor S.p.A., Sesto Calende	Uhrengelände und -bänder	EUR	1.00	100%
The Swatch Group Europe Services S.r.l., Milano	Verwaltung	EUR	0.01	100%
The Swatch Group (Italia) S.p.A., Milano	Vertrieb	EUR	23.00	100%
Luxemburg				
The Swatch Group Financial Services (Luxembourg) S.A., Alzingen	Finanzgesellschaft	EUR	5.00	100%
The Swatch Group RE (Luxembourg) S.A., Alzingen	Rückversicherung	EUR	1.80	100%
The Swatch Group SICAF-SIF, Alzingen	Finanzgesellschaft	CHF	463.41	100%
Monaco				
The Swatch Group (Monaco) Les Boutiques S.A.M.	Vertrieb	EUR	2.00	100%
Niederlande				
The Swatch Group (Netherlands) B.V., Eindhoven	Vertrieb	EUR	3.45	100%
Österreich				
The Swatch Group (Österreich) GmbH, Wien	Vertrieb	EUR	0.04	100%
Polen				
The Swatch Group (Polska) Sp.z o.o., Warszawa	Vertrieb	PLN	10.00	100%
Rusland				
The Swatch Group (RUS) OOO, Moscow	Vertrieb	RUB	8 544.12	100%
Schweden				
The Swatch Group (Nordic) AB, Stockholm	Vertrieb	SEK	0.50	100%
Spanien				
THE SWATCH GROUP ESPAÑA SA, Alcobendas	Vertrieb	EUR	0.45	100%
Tschechische Republik				
ASICentrum spol. s.r.o., Praha	Mikroelektronik	CZK	0.30	100%
ST Software s.r.o., Liberec	Technologie & Ausrüstung Sportzeitmessung	CZK	0.10	80%
The Swatch Group (CZ) Les Boutiques s.r.o., Praha	Detailhandel	CZK	9.00	100%
Türkei				
The Swatch Group Turkey Saat Ticaret Limited Sirketi, Istanbul	Vertrieb	TRY	251.00	100%

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG
KONSOLIDIERUNG UND KONZERNSTRUKTUR

Firmenname, Sitz	Tätigkeitsbereich		Kapital in Mio	Konzern- anteil
ASIEN				
Bahrain				
Hour Choice W.L.L., Manama	Detailhandel	BHD	0.02	58%
Grossraum China				
Harry Winston Commercial (China) Co. Ltd., Beijing	Detailhandel	CNY	78.96	100%
Harry Winston (Hong Kong) Limited, Hong Kong SAR	Detailhandel	HKD	0.01	100%
Lanco Watches Limited, Hong Kong SAR	Verwaltung	USD	0.95	100%
O Grupo Swatch (Macau) Limitada, Macau	Detailhandel	MOP	1.50	100%
Shanghai Qi Heng Trading Co., Ltd., Shanghai	Detailhandel	CNY	30.00	100%
Shanghai Ruijing Retail Co., Ltd., Shanghai	Detailhandel	CNY	20.25	100%
Shanghai Ruiwan Retail Co., Ltd., Shanghai	Detailhandel	CNY	4.00	100%
Shanghai SMH Watch Service Center Co., Ltd., Shanghai	Kundendienst	CNY	48.37	100%
Shanghai Swatch Art Centre Co., Ltd., Shanghai	Kunstzentrum	CNY	148.41	90%
SMH Les Boutiques (Shanghai) Co., Ltd., Shanghai	Detailhandel	CNY	99.69	100%
SMH Swiss Watch Trading (Shanghai) Co., Ltd., Shanghai	Vertrieb	CNY	7.12	90%
SMH Technical Services (Shenzhen) Co., Ltd., Shenzhen	Dienstleistungen	CNY	10.45	100%
The Swatch Group (China) Ltd., Shanghai	Vertrieb	CNY	14.88	100%
The Swatch Group (Hong Kong) Limited, Hong Kong SAR	Vertrieb	HKD	5.00	100%
Indien				
Swatch Group (India) Private Limited, New Delhi	Vertrieb	INR	5 368.89	100%
Swatch Group (India) Retail Private Limited, New Delhi	Detailhandel	INR	180.10	100%
Indonesien				
PT Swatch Group Indonesia, Jakarta	Vertrieb	IDR	189 295.90	100%
Japan				
Harry Winston Japan K.K., Tokyo	Detailhandel	JPY	10.00	100%
The Swatch Group (Japan) KK, Tokyo	Vertrieb	JPY	100.00	100%
Katar				
Hour Choice W.L.L., Doha	Detailhandel	QAR	0.20	29%
Rivoli Enterprises W.L.L., Doha	Detailhandel	QAR	0.20	29%
Rivoli Watches W.L.L., Doha	Detailhandel	QAR	0.40	29%
Malaysia				
MICROMECHANICS (M) SDN. BHD., Ipoh	Montage elektronischer Komponenten	MYR	35.00	100%
SWISS LUXURY WATCH & JEWELRY SDN. BHD., Kuala Lumpur	Detailhandel	MYR	7.00	51%
THE SWATCH GROUP (MALAYSIA) SDN. BHD., Kuala Lumpur	Vertrieb	MYR	1.00	100%
Oman				
RIVOLI & CO LLC, Muscat	Detailhandel	OMR	0.30	58%
Singapur				
Harry Winston N.A. Pte. Ltd., Singapore	Detailhandel	SGD	0.00	100%
THE SWATCH GROUP S.E.A. (S) PTE. LTD., Singapore	Vertrieb	SGD	4.00	100%
Südkorea				
The Swatch Group (Korea) Ltd., Seoul	Vertrieb	KRW	6 300.00	100%
Thailand				
ETA (Thailand) Company Limited, Samut Prakan	Montage elektronischer Komponenten	THB	504.50	100%
The Swatch Group Trading (Thailand) Limited, Bangkok	Vertrieb	THB	600.00	100%

ANHANG ZUR KONZERNRECHNUNG KONSOLIDIERUNG UND KONZERNSTRUKTUR

Firmenname, Sitz	Tätigkeitsbereich		Kapital in Mio	Konzern- anteil
Vereinigte Arabische Emirate				
Al Khaleej Watches LLC, Abu Dhabi	Detailhandel	AED	0.15	58%
Blue Sky Trading Company LLC, Abu Dhabi	Detailhandel	AED	0.30	58%
Excel Enterprises LLC, Dubai	Detailhandel	AED	1.70	58%
Golden Watch Company LLC, Abu Dhabi	Detailhandel	AED	0.50	58%
Hour Choice LLC, Dubai	Detailhandel	AED	3.00	58%
Rivoli Arcade LLC, Dubai	Detailhandel	AED	0.30	58%
Rivoli Enterprises LLC, Dubai	Detailhandel	AED	3.00	58%
RIVOLI GROUP LLC, Dubai	Detailhandel	AED	24.02	58%
Rivoli Investments LLC, Dubai	Holding	AED	0.30	58%
Rivoli Textiles LLC, Dubai	Detailhandel	AED	0.30	58%
Swatch Group Retail Middle East LLC, Dubai	Detailhandel	AED	0.30	100%
Vision 2000 LLC, Dubai	Detailhandel	AED	1.00	58%
AMERIKA				
Brasilien				
SGB Importação e Varejo de Artigos de Luxo Ltda, São Paulo	Detailhandel	BRL	82.50	100%
Kanada				
H.W. Protection Inc., Toronto	Dienstleistungen	CAD	1.94	100%
The Swatch Group (Canada) Ltd., Toronto	Vertrieb	CAD	4.50	100%
Mexiko				
Operadora y Comercializadora de Relojes y Joyeria S.A. de C.V., Mexico	Dienstleistungen	MXN	1.50	100%
The Swatch Group Mexico S.A. de C.V., Mexico DF	Vertrieb	MXN	200.00	100%
Panama				
The Swatch Group Panama S.A., Panama City	Verwaltung	USD	0.01	100%
Vereinigte Staaten				
EM Microelectronic – US Inc., Colorado Springs	Mikroelektronik	USD	0.04	100%
Harry Winston, Inc., New York	Haute Joaillerie	USD	0.00	100%
The Swatch Group (U.S.) Inc., Wilmington, Delaware	Vertrieb	USD	1.01	100%
OZEANIEN				
Australien				
THE SWATCH GROUP (AUSTRALIA) PTY. LTD., Glen Iris	Vertrieb	AUD	0.40	100%
AFRIKA				
Südafrika				
The Swatch Group (South Africa) (Proprietary) Limited, Sandton	Vertrieb	ZAR	225.00	100%

b. Equity Methode

Firmenname, Sitz	Tätigkeitsbereich		Kapital in Mio	Konzern- anteil
EUROPA				
Schweiz				
Danyack S.A., La Chaux-de-Fonds	Immobilien	CHF	0.06	29%
S.I. Les Corbes SA, Val-de-Ruz	Immobilien	CHF	0.10	34%
ASIEN				
Grossraum China				
Beijing Xinyu Hengrui Watch & Clock Co., Ltd., Beijing	Immobilien	CNY	40.00	50%
Hengdeli Holdings Limited, Hong Kong	Detailhandel	CNY	22.94	9%
Saudi-Arabien				
Alzouman General Trading Co. Ltd., Jeddah	Detailhandel	SAR	60.00	33%
Vereinigte Arabische Emirate				
Marcolin Middle East FZCO, Dubai	Vertrieb	AED	0.10	29%
New Horizons General Trading LLC, Dubai	Detailhandel	AED	0.30	29%

Bericht der Revisionsstelle

an die Generalversammlung der The Swatch Group AG

Neuchâtel

Bericht zur Prüfung der Konzernrechnung

Prüfungsurteil

Wir haben die Konzernrechnung der The Swatch Group AG und ihrer Tochtergesellschaften (der Konzern) – bestehend aus der konsolidierten Erfolgsrechnung für das am 31. Dezember 2019 endende Jahr, der konsolidierten Bilanz zum 31. Dezember 2019, der konsolidierten Geldflussrechnung und dem konsolidierten Eigenkapitalnachweis für das dann endende Jahr sowie dem Anhang zur Konzernrechnung, einschliesslich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden – geprüft.

Nach unserer Beurteilung vermittelt die Konzernrechnung (Seiten 173 bis 208) ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns zum 31. Dezember 2019 sowie dessen Ertragslage und Cashflows für das dann endende Jahr in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und entspricht dem schweizerischen Gesetz.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards (PS) durchgeführt. Unsere Verantwortlichkeiten nach diesen Vorschriften und Standards sind im Abschnitt „Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der Konzernrechnung“ unseres Berichts weitergehend beschrieben.

Wir sind von dem Konzern unabhängig in Übereinstimmung mit den schweizerischen gesetzlichen Vorschriften und den Anforderungen des Berufsstands, und wir haben unsere sonstigen beruflichen Verhaltenspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

Unser Prüfungsansatz

Überblick



Gesamtwesentlichkeit Konzernrechnung: CHF 50'000'000

Wir haben bei 101 Konzerngesellschaften in 30 Ländern Prüfungen („full scope audit“) durchgeführt. Diese 101 Konzerngesellschaften gemessen am Gesamtkonzern tragen jeweils über 95% der Total Aktiven, des Total Nettoumsatzes und des Konzerngewinnes bei.

Als besonders wichtigen Prüfungssachverhalt haben wir das folgende Thema identifiziert:

Bewertung von Vorräten

Bericht der Revisionsstelle

an die Generalversammlung der The Swatch Group AG

Neuchâtel

Wesentlichkeit

Der Umfang unserer Prüfung ist durch die Anwendung des Grundsatzes der Wesentlichkeit beeinflusst. Unser Prüfungsurteil zielt darauf ab, hinreichende Sicherheit darüber zu geben, dass die Konzernrechnung keine wesentlichen falschen Darstellungen enthält. Falsche Darstellungen können beabsichtigt oder unbeabsichtigt entstehen und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden kann, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieser Konzernrechnung getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Nutzern beeinflussen können.

Auf der Basis unseres pflichtgemässen Ermessens haben wir quantitative Wesentlichkeitsgrenzen festgelegt, so auch die Wesentlichkeit für die Konzernrechnung als Ganzes, wie nachstehend aufgeführt. Die Wesentlichkeitsgrenzen, unter Berücksichtigung qualitativer Erwägungen, erlauben es uns, den Umfang der Prüfung, die Art, die zeitliche Einteilung und das Ausmass unserer Prüfungshandlungen festzulegen sowie den Einfluss wesentlicher falscher Darstellungen, einzeln und insgesamt, auf die Konzernrechnung als Ganzes zu beurteilen.

Gesamtwesentlichkeit Prüfung der Konzernrechnung	CHF 50'000'000
Herleitung	5% des Gewinns vor Ertragssteuern
Begründung für die Bezugsgrösse zur Bestimmung der Wesentlichkeit	Als Bezugsgrösse zur Bestimmung der Wesentlichkeit wählten wir den Gewinn vor Ertragssteuern, da dies aus unserer Sicht diejenige Grösse ist, an der die Erfolge des Konzerns üblicherweise gemessen werden. Zudem stellt der Gewinn vor Ertragssteuern eine allgemein anerkannte Bezugsgrösse für Wesentlichkeitsüberlegungen dar. Wir wählten 5% zur Herleitung der Gesamtwesentlichkeit, da dies in der Prüfungspraxis einen gebräuchlichen Richtwert darstellt.

Wir haben mit dem Verwaltungsrat und dem Audit Committee vereinbart, diesem im Rahmen unserer Prüfung festgestellte, falsche Darstellungen über CHF 2'500'000 mitzuteilen; ebenso alle falschen Darstellungen unterhalb dieses Betrags, die aus unserer Sicht jedoch aus qualitativen Überlegungen eine Berichterstattung nahelegen. Das Management der The Swatch Group AG wendet für operative Entscheide sowie die Rechnungslegung strengere Kriterien sowie tiefere Bezugsgrössen an.

Umfang der Prüfung

Zur Durchführung angemessener Prüfungshandlungen haben wir den Prüfungsumfang so ausgestaltet, dass wir ein Prüfungsurteil zur Konzernrechnung als Ganzes abgeben können, unter Berücksichtigung der Konzernorganisation, der internen Kontrollen und Prozesse im Bereich der Rechnungslegung sowie der Branche, in welcher der Konzern tätig ist. Die wesentlichsten Tochtergesellschaften im Konzern werden ausschliesslich von PwC geprüft und wir stehen in laufendem Kontakt zu diesen Prüfteams. Als Prüfer der Konzernrechnung stellen wir sicher, dass wir in einer Rotation von drei Jahren das lokale Management und die lokalen Prüfer der wesentlichsten Gesellschaften besuchen und die Risiken einer wesentlichen Falschdarstellung der lokalen Abschlüsse sowie die Prüfungsschwerpunkte und den Prüfungsumfang vor Ort besprechen. Im Rahmen der Prüfung der Konzernrechnung 2019 haben wir an Abschlussbesprechungen zur Revision von drei der wesentlichsten Gesellschaften in der Schweiz teilgenommen sowie die Prüfungsinhalte mit den lokalen Prüfern und dem Management der wesentlichsten Gesellschaften in China, Deutschland und Grossbritannien vor Ort besprochen.

Berichterstattung über besonders wichtige Prüfungssachverhalte aufgrund Rundschreiben 1/2015 der Eidgenössischen Revisionsaufsichtsbehörde

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemässen Ermessen am bedeutsamsten für unsere Prüfung der Konzernrechnung des aktuellen Zeitraums waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung der Konzernrechnung als Ganzes und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu berücksichtigt, und wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab.



Bericht der Revisionsstelle

an die Generalversammlung der The Swatch Group AG

Neuchâtel

Bewertung von Vorräten

Besonders wichtiger Prüfungssachverhalt	Unser Prüfungsvorgehen
Wir erachten die Bewertung der Vorräte als besonders wichtigen Prüfungssachverhalt. Dies aufgrund des bilanzierten Betrages von CHF 6'852 Millionen per 31. Dezember 2019 und der Bedeutung der Vorräte im Verhältnis zur Bilanzsumme (rund 50%).	Wir haben die folgenden Prüfungshandlungen für die Beurteilung der Angemessenheit der Bewertung der Vorräte vorgenommen:
Die Absatzmärkte der Uhren- und Schmuckindustrie sind marktbedingten Schwankungen ausgesetzt. Diese Schwankungen sowie die Komplexität der Vorratsstruktur von Rohstoffen, Komponenten, Fertigprodukten und Ersatzteilen führen zu bedeutenden Ermessensspielräumen in der Beurteilung der Werthaltigkeit und Realisierbarkeit der Vorräte. Dabei sind die eingesetzten Rohmaterialien sowie die Wertbeständigkeit der Produkte jeder Marke aufgrund unterschiedlicher Produktlebenszyklen zu berücksichtigen.	<ul style="list-style-type: none"> Wir haben auf Stufe Tochtergesellschaften den Prozess für die Identifikation von Vorräten (Rohmaterialien, Halbfabrikate und Ersatzteile) mit ungenügendem Lagerumschlag sowie die Angemessenheit der darauf basierenden Wertberichtigungen anhand der historischen und erwarteten Verbrauchsmengen beurteilt. Für Fertigfabrikate, bei welchen ein Absatzrisiko besteht, haben wir die Bewertungseinschätzungen des Managements zu Anschaffungs- bzw. Herstellkosten oder tieferem Nettomarktwert sowie die Realisierbarkeit der bilanzierten Buchwerte sowohl auf Stufe Tochtergesellschaften als auch auf Stufe Konzern geprüft. Dabei haben wir sowohl die Verkaufszahlen als auch die Aktualität der bilanzierten Uhren- und Schmuckkollektionen berücksichtigt. Ferner haben wir auf Stufe des Konzerns die Verfahren zur Zwischengewinnelimination geprüft. Dabei haben wir geprüft, dass die Bewertung der Vorräte in der Konzernrechnung keine wesentlichen unrealisierten Gewinne enthält.
Wir verweisen auf Seite 178 (Grundlagen und Abschlusserstellung, c. Einschätzungen und Beurteilungen) und Seite 182 (Anhang zur Konzernrechnung, Anmerkung 7 Vorräte) im Geschäftsbericht 2019.	Wir erachten das angewandte Verfahren zur Bewertung von Vorräten und Beurteilung von Wertberichtigungen als angemessen.

Verantwortlichkeiten des Verwaltungsrates für die Konzernrechnung

Der Verwaltungsrat ist verantwortlich für die Aufstellung einer Konzernrechnung, die in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und den gesetzlichen Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt, und für die internen Kontrollen, die der Verwaltungsrat als notwendig feststellt, um die Aufstellung einer Konzernrechnung zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung der Konzernrechnung ist der Verwaltungsrat dafür verantwortlich, die Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Geschäftstätigkeit zu beurteilen, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Geschäftstätigkeit – sofern zutreffend – anzugeben sowie dafür, den Rechnungslegungsgrundsatz der Fortführung der Geschäftstätigkeit anzuwenden, es sei denn, der Verwaltungsrat beabsichtigt, entweder den Konzern zu liquidieren oder Geschäftstätigkeiten einzustellen, oder hat keine realistische Alternative dazu.



Bericht der Revisionsstelle

an die Generalversammlung der The Swatch Group AG

Neuchâtel

Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der Konzernrechnung

Unsere Ziele sind, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die Konzernrechnung als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und einen Bericht abzugeben, der unser Prüfungsurteil beinhaltet. Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Mass an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz sowie den PS durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung, falls eine solche vorliegt, stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn von ihnen einzeln oder insgesamt vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie die auf der Grundlage dieser Konzernrechnung getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Nutzern beeinflussen.

Eine weitergehende Beschreibung unserer Verantwortlichkeiten für die Prüfung der Konzernrechnung befindet sich auf der Webseite von EXPERTsuisse: <http://expertsuisse.ch/wirtschaftspruefung-revisionsbericht>. Diese Beschreibung ist Bestandteil unseres Berichts.

Bericht zu sonstigen gesetzlichen und anderen rechtlichen Anforderungen

In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und dem Schweizer Prüfungsstandard 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Verwaltungsrates ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Konzernrechnung existiert.

Wir empfehlen, die vorliegende Konzernrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG



Thomas Brüderlin
Revisionsexperte
Leitender Revisor



Tobias Handschin
Revisionsexperte

Basel, 26. Februar 2020



JAHRESRECHNUNG THE SWATCH GROUP AG

Erfolgsrechnung

Bilanz

Anhang zur Jahresrechnung

Antrag auf Verwendung des Bilanzgewinnes

214

215

216

218

224

	Anmerkungen	2019 Mio CHF	2018 Mio CHF
Ertrag aus Beteiligungen	(1)	969	1 064
Sonstiger Ertrag		5	6
Personalaufwand		-45	-46
Sonstiger Aufwand		-17	-19
Abschreibungen und Wertberichtigungen	(2)	-20	-19
Finanzaufwand	(3)	-36	-43
Finanzertrag	(4)	59	57
Ordentliches Ergebnis		915	1 000
Nicht betriebliches Ergebnis		0	0
Ausserordentliches Ergebnis		0	0
Jahresgewinn vor Ertragssteuern		915	1 000
Ertragssteuern		-4	-5
Jahresgewinn		911	995

BILANZ THE SWATCH GROUP AG

Aktiven	Anmerkungen	31.12.2019		31.12.2018	
		Mio CHF	%	Mio CHF	%
Umlaufvermögen					
Flüssige Mittel und geldnahe Mittel		109	1.4	25	0.3
Kurzfristige gehaltene Aktiven mit beobachtbaren Marktpreisen	(5, 8)	74	0.9	81	1.1
Sonstige kurzfristige Forderungen					
– gegenüber Konzerngesellschaften	(6)	2 707	33.4	3 667	47.2
– gegenüber Dritten		36	0.5	33	0.4
Aktive Rechnungsabgrenzungen		3	0.0	3	0.0
Total Umlaufvermögen		2 929	36.2	3 809	49.0
Anlagevermögen					
Darlehen an Konzerngesellschaften	(6)	789	9.7	422	5.4
Beteiligungen	(7)	4 375	54.0	3 530	45.5
Sachanlagen		6	0.1	7	0.1
Immaterielles Anlagevermögen		1	0.0	0	0.0
Total Anlagevermögen		5 171	63.8	3 959	51.0
Total Aktiven		8 100	100.0	7 768	100.0

BILANZ THE SWATCH GROUP AG

Passiven	Anmerkungen	31.12.2019		31.12.2018	
		Mio CHF	%	Mio CHF	%
Kurzfristige Verbindlichkeiten					
Finanzverbindlichkeiten und derivative Finanzinstrumente	(8)	95	1.2	195	2.5
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten					
– gegenüber Konzerngesellschaften		95	1.2	127	1.6
– gegenüber Dritten		4	0.0	15	0.2
Passive Rechnungsabgrenzungen		15	0.2	15	0.2
Langfristige Verbindlichkeiten					
Langfristige Rückstellungen		90	1.1	90	1.2
Total Verbindlichkeiten		299	3.7	442	5.7
Eigenkapital					
Aktienkapital		118	1.5	125	1.6
Gesetzliche Kapitalreserve		148	1.8	136	1.8
Gesetzliche Gewinnreserve		10	0.1	10	0.1
Reserve für eigene Aktien		0	0.0	0	0.0
Freiwillige Gewinnreserve		6 759	83.4	7 263	93.5
– Gewinnvortrag		50		48	
– Jahresgewinn		911		995	
Bilanzgewinn		961	11.9	1 043	13.4
Eigene Aktien		–195	–2.4	–1 251	–16.1
Total Eigenkapital	(9)	7 801	96.3	7 326	94.3
Total Passiven		8 100	100.0	7 768	100.0

Allgemeines

Die Jahresrechnung von The Swatch Group AG, mit Sitz in Neuchâtel entspricht den Bestimmungen des Schweizerischen Obligationenrechts (OR). Die Jahresrechnung des Berichtsjahres wurde nach den Bestimmungen des Schweizerischen Rechnungslegungsrechts (Zweiunddreissigster Titel des Obligationenrechts) erstellt.

Bewertungsgrundsätze

a. Aktiven

Aktiven werden höchstens zu den Anschaffungskosten bewertet. Davon ausgenommen sind kurzfristig gehaltene Aktiven mit beobachtbaren Marktpreisen, welche zum Kurs oder Marktpreis am Bilanzstichtag bewertet werden. Sämtliche Wertveränderungen werden erfolgswirksam verbucht. Es wird keine Wertschwankungsreserve gebildet.

b. Beteiligungen

Beteiligungen werden einzeln bewertet, sofern sie wesentlich sind und aufgrund ihrer Gleichartigkeit für die Bewertung nicht üblicherweise als Gruppe zusammengefasst werden.

c. Eigene Aktien

Die für den Mitarbeiterbeteiligungsplan reservierten eigenen Aktien sowie vom Unternehmen zurückgekauft Aktien werden zum historischen Anschaffungswert bewertet ohne spätere Folgebewertung. Gewinne und Verluste aus Verkäufen von eigenen Aktien inklusive Transaktionskosten werden direkt in die gesetzliche Kapitalreserve verbucht.

d. Passiven

Passiven werden zum Nennwert bewertet.

e. Fremdwährungsumrechnung

Alle in Fremdwährungen gehaltenen Aktiven und Passiven werden zu den am Bilanzstichtag geltenden Wechselkursen umgerechnet. Die Umrechnung von Erträgen und Aufwendungen in Fremdwährungen sowie sämtlicher Fremdwährungstransaktionen erfolgt zu den an den jeweiligen Transaktionsdaten geltenden Wechselkursen. Die daraus resultierenden Kursdifferenzen werden in der Erfolgsrechnung erfasst.

Details zu einzelnen Positionen

1. Ertrag aus Beteiligungen

(Mio CHF)	2019	2018
Dividenden	909	1 004
Sonstiger Beteiligungsertrag	60	60
Total	969	1 064

Diese Position enthält Dividenden von Konzerngesellschaften und andere Erträge aus Beteiligungen sowie Management Fees von Konzerngesellschaften.

2. Abschreibungen und Wertberichtigungen

Abschreibungen und Wertberichtigungen werden auf Forderungen, Sachanlagen, immateriellem Anlagevermögen, Darlehen und Beteiligungen erfasst. Sie betragen im Berichtsjahr CHF 20 Mio (Vorjahr: CHF 19 Mio).

3. Finanzaufwand

(Mio CHF)	2019	2018
Zinsaufwand	-7	-4
Ergebnis aus zum Fair Value bewerteten Wertschriften	0	-12
Nettoergebnis aus Fremdwährungen	-27	-25
Sonstiger Finanzaufwand	-2	-2
Total	-36	-43

4. Finanzertrag

(Mio CHF)	2019	2018
Zinserträge	42	48
Erträge und Gewinne aus Wertschriften	17	9
Total	59	57

5. Kurzfristig gehaltene Aktiven mit Marktpreisen

(Mio CHF)	31.12.2019	31.12.2018
Wertschriften	42	66
Edelmetalle	24	8
Derivative Finanzinstrumente (siehe Anmerkung 8)	8	7
Total	74	81

6. Forderungen und Darlehen

Diese Positionen beinhalten mehrheitlich die Platzierung von überschüssigen flüssigen Mitteln bei der konzerninternen Finanzgesellschaft in Luxemburg sowie Finanzierungen von Tochtergesellschaften.

7. Beteiligungen

Die Liste der 152 Unternehmen mit eigener Rechtspersönlichkeit, inklusive Minderheitsbeteiligungen, die direkt oder indirekt von The Swatch Group AG gehalten werden und auf Ebene der Swatch Group konsolidiert werden, ist in Anmerkung 35 der konsolidierten Jahresrechnung in diesem Geschäftsbericht veröffentlicht.

Die Beteiligungen betragen per Ende des Berichtsjahres CHF 4 375 Mio resp. 54.0% der gesamten Aktiven (Vorjahr: CHF 3 530 Mio resp. 45.5% der Aktiven).

8. Finanzverbindlichkeiten und derivative Finanzinstrumente

Per Ende des Berichtsjahres waren kurzfristige Bankdarlehen und Kontokorrentverbindlichkeiten im Betrag von CHF 91 Mio offen (Vorjahr: CHF 191 Mio).

Per Ende des Berichtsjahres waren wie im Vorjahr keine Währungsoptionen offen. Die nachstehende Tabelle bietet einen Überblick über die Kontraktwerte und beizulegenden Zeitwerte der offenen Devisenterminkontrakte.

(Mio CHF)	31.12.2019			31.12.2018		
	Kontraktwert	Positiver Zeitwert	Negativer Zeitwert	Kontraktwert	Positiver Zeitwert	Negativer Zeitwert
Terminkontrakte						
- Dritte	989	6	0	1 672	5	-1
- Konzern	345	2	-4	403	2	-3
Total	1 334	8	-4	2 075	7	-4

Derivative Finanzinstrumente werden zu ihrem Fair Value bewertet. Die per Ende des Berichtsjahres offenen Terminkontrakte wurden zur Abdeckung der operationellen Risiken im Zusammenhang mit Wechselkurs- und Marktpreisschwankungen getätigt. Die konzerninternen Kontrakte entsprechen Vereinbarungen, die zwischen The Swatch Group AG und den verschiedenen Konzerngesellschaften zur Absicherung der Risiken aus internen Finanztransaktionen getroffen wurden.

ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

9. Eigenkapital

Im Vergleich zum Vorjahresende nahm das Eigenkapital im Berichtsjahr um CHF 475 Mio auf CHF 7 801 Mio zu. Per Ende des Berichtsjahres beträgt die Eigenkapitalquote 96.3% der gesamten Aktiven (Vorjahr: 94.3%).

Die nachfolgende Tabelle veranschaulicht die Entwicklung des Eigenkapitals:

(Mio CHF)	Aktienkapital	Gesetzliche Kapitalreserve	Gesetzliche Gewinnreserve	Reserve für eigene Aktien	Freiwillige Gewinnreserve	Bilanzgewinn	Eigene Aktien	Total Eigenkapital
Stand per 31.12.2017	125	122	10	1	6 813	892	-863	7 100
Zuweisung 2018					450	-450		0
Ausgeschüttete Dividende						-394		-394
Veränderung eigener Aktien		14					-388	-374
Bildung / Auflösung				-1				-1
Jahresgewinn						995		995
Stand per 31.12.2018	125	136	10	0	7 263	1 043	-1 251	7 326
Zuweisung 2019					580	-580		0
Ausgeschüttete Dividende						-413		-413
Kapitalherabsetzung (Vernichtung eigener Aktien)	-7				-1 084		1 091	0
Veränderung eigener Aktien		12					-35	-23
Jahresgewinn						911		911
Stand per 31.12.2019	118	148	10	0	6 759	961	-195	7 801

Aktienkapital

Gemäss Beschluss der Generalversammlung vom 23. Mai 2019 wurden sämtliche zurückgekauften Aktien des Programms 2016-2019 sowie die verbleibenden Inhaberaktien des Programms 2008 vernichtet. Das Aktienkapital der The Swatch Group AG hat sich dadurch wie folgt verändert:

Bilanzstichtag	Namenaktien zu CHF 0.45	Inhaberaktien zu CHF 2.25	Aktienkapital in CHF
31.12.2018	124 045 000	30 840 000	125 210 250.00
Vernichtete Aktien	-7 125 500	-1 904 000	-7 490 475.00
31.12.2019	116 919 500	28 936 000	117 719 775.00

Bedeutende Aktionäre per 31. Dezember 2019

Per Ende des Berichtsjahres kontrollierten der Hayek-Pool sowie ihm nahestehende Gesellschaften, Institutionen und Personen mittels 61 721 546 Namenaktien und 12 855 Inhaberaktien insgesamt 42.3% aller Stimmrechte (Vorjahr: 39.8%). Der Hayek-Pool umfasst folgende Mitglieder:

Name / Gesellschaft	Ort	Wirtschaftlich Berechtigte
Erbengemeinschaft N. G. Hayek vertreten durch Marianne Hayek	Meisterschwanden	Erbengemeinschaft N. G. Hayek
WAT Holding AG	Meisterschwanden	Erbengemeinschaft N. G. Hayek
Ammann Group Holding AG	c/o Walder Wyss AG, Bern	Nachkommen U. Ammann-Schellenberg Sen.
Pensionskasse Swatch Group	Neuchâtel	-

ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

Die Gesellschaften, Institutionen und Personen, die dem Hayek-Pool nahestehen, ihm aber formal nicht angehören, sind folgende:

Name / Gesellschaft	Ort	Wirtschaftlich Berechtigte
Hayek Holding AG	Meisterschwanden	Erbengemeinschaft N. G. Hayek
Erbengemeinschaft N.G. Hayek und Familienmitglieder		Erbengemeinschaft N. G. Hayek
Personalfürsorgestiftung der Hayek Engineering AG	Meisterschwanden	-
Familien Ammann (Stiftungen, Pensionskassen und Privatpersonen, Madisa AG)	c/o Ammann Group Holding AG, Bern	Vertreten durch Daniela Aeschlimann
Fondation d'Ebauches SA et des maisons affiliées	Neuenburg	-
Diverse patronale Stiftungen	diverse	-

Die Gruppe der Erbengemeinschaft N. G. Hayek kontrollierte im Rahmen des Pools und der diesem nahestehenden Personen insgesamt 41.8% aller Stimmrechte per Ende des Berichtsjahres (Vorjahr: 39.3%).

Per Ende des Berichtsjahres war der Swatch Group keine andere Gruppe oder kein anderer Einzelaktionär bekannt, der über 5% aller Stimmrechte kontrollierte.

Gesetzliche Kapitalreserve

Gewinne und Verluste aus Verkäufen von eigenen Aktien inklusive Transaktionskosten werden in die gesetzliche Kapitalreserve verbucht. Daneben beinhaltet die gesetzliche Kapitalreserve den historischen Mehrerlös bei der Ausgabe von Partizipations-scheinen über den Nennwert und die Ausgabekosten hinaus (Agio).

Freiwillige Gewinnreserve

Im Berichtsjahr wurde der freiwilligen Gewinnreserve ein Betrag von CHF 580 Mio vom Bilanzgewinn per 31. Dezember 2018 zugewiesen (Vorjahr: CHF 450 Mio). Im Zusammenhang mit der Kapitalreduktion 2019 wurde der freiwilligen Gewinnreserve ein Betrag von CHF 1 084 Mio belastet. Dieser entspricht der Differenz zwischen dem historischen Anschaffungspreis der vernichteten Aktien (CHF 1 091 Mio) und ihrem Nominalwert (CHF 7 Mio).

Reserve für eigene Aktien

Per Ende des Berichtsjahres bestand keine Reserve für eigene Aktien. Keine Tochtergesellschaft hielt Aktien der The Swatch Group AG (Vorjahr: keine).

Bilanzgewinn

Aus dem Bilanzgewinn per 31. Dezember 2018 wurde gemäss Beschluss der ordentlichen Generalversammlung vom 23. Mai 2019 eine Dividende von CHF 1.60 pro Namenaktie und von CHF 8.00 pro Inhaberaktie bezahlt. Die im Berichtsjahr an die Aktionäre ausgeschüttete Dividende belief sich auf insgesamt CHF 198 Mio für Namenaktien und auf CHF 247 Mio für Inhaberaktien. Gemäss dem von der oben erwähnten Generalversammlung genehmigten Antrag auf Verwendung des Bilanzgewinns wurde der Dividendenanteil der von der Swatch Group gehaltenen eigenen Aktien in Höhe von CHF 32 Mio nicht ausgeschüttet. Dieser Betrag bleibt integrierter Bestandteil des Eigenkapitals per Ende des Berichtsjahres. Schliesslich wurde ein Betrag von CHF 580 Mio vom Bilanzgewinn per 31. Dezember 2018 der freiwilligen Gewinnreserve zugewiesen.

Eigene Aktien / Aktienrückkaufprogramm

Im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms 2016-2019 wurden im Berichtsjahr eigene Aktien mit einem Marktwert von CHF 35 Mio zurückgekauft. Das Programm wurde am 24. Januar 2019 mit einem Gesamtvolumen von CHF 959 Mio abgeschlossen. Die zurückgekauften Aktien wurden im Rahmen einer Kapitalreduktion vernichtet.

Die von The Swatch Group AG gehaltenen eigenen Aktien per Ende des Berichtsjahres entsprechen 1.3% des Nominalwerts des Aktienkapitals (Vorjahr: 7.1%). Die Position Eigene Aktien beinhaltet neben zurückgekauften eigenen Aktien auch eigene Namenaktien, die für den Mitarbeiterbeteiligungsplan bestimmt sind.

ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

Die Anzahl der direkt oder indirekt von The Swatch Group AG gehaltenen eigenen Aktien entwickelte sich wie folgt:

Titel gehalten von The Swatch Group AG	Namenaktien 1)		Inhaberaktien	
	2019	2018	2019	2018
Stand per 1. Januar	10 201 597	7 755 219	1 912 550	1 389 650
Zukäufe 2)	314 433	2 656 248	56 450	522 900
Veräusserungen 3)	-212 114	-209 870	0	0
Vernichtungen 4)	-7 125 500	0	-1 904 000	0
Stand per 31. Dezember	3 178 416	10 201 597	65 000	1 912 550

Andere Konzerngesellschaften	2019		2018	
	2019	2018	2019	2018
Stand per 1. Januar	0	11 196	0	0
Zukäufe	0	0	0	0
Veräusserungen 5)	0	-11 196	0	0
Stand per 31. Dezember	0	0	0	0
Gesamtstand per 31. Dezember	3 178 416	10 201 597	65 000	1 912 550

1) Davon waren per Ende des Berichtsjahres 2 742 335 Namenaktien für den Mitarbeiterbeteiligungsplan reserviert (Vorjahr: 2 954 449 Aktien).

2) Im Berichtsjahr hat The Swatch Group AG 314 433 Namenaktien zu einem Durchschnittspreis von CHF 58.55 gekauft. Zudem wurden 56 450 Inhaberaktien zu einem Durchschnittspreis von CHF 295.67 gekauft. Im Vorjahr hatte The Swatch Group AG 2 656 248 Namenaktien zu einem Durchschnittspreis von CHF 72.23 gekauft. Zudem wurden 522 900 Inhaberaktien zu einem Durchschnittspreis von CHF 376.02 gekauft.

3) Sämtliche Veräusserungen von Namenaktien im Berichtsjahr und Vorjahr stehen in Verbindung mit dem Mitarbeiterbeteiligungsplan (Details siehe Anmerkung 13 der Konzernrechnung). Im Berichtsjahr und Vorjahr wurden keine Inhaberaktien verkauft.

4) Gemäss Beschluss der Generalversammlung vom 23. Mai 2019 wurden sämtliche zurückgekauften Aktien des Rückkaufprogramms 2016-2019 sowie die verbleibenden Inhaberaktien des Programms 2008 vernichtet.

5) Im Vorjahr wurden im Zusammenhang mit der Übernahme der restlichen Minderheiten der Gesellschaft ASI-Centrumspol. s.r.o. 8 748 Namenaktien an die ehemaligen Aktionäre abgegeben. Details zur Transaktion sind der Anmerkung 31 der Konzernrechnung zu entnehmen. Die verbleibenden 2 448 Namenaktien wurden im Vorjahr an The Swatch Group AG verkauft.

Ausserbilanzpositionen

Anzahl Vollzeitstellen

Im Berichtsjahr betrug die Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt 143 (Vorjahr: 143).

Leasingverbindlichkeiten

Der Restbetrag der Verbindlichkeiten aus kaufvertragsähnlichen und anderen Leasingverpflichtungen, welche nicht innert 12 Monaten auslaufen oder gekündigt werden können, betragen Ende des Berichtsjahrs weniger als CHF 1 Mio (Vorjahr: weniger als CHF 1 Mio).

Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen

Die Bilanz enthielt Ende des Berichtsjahres keine Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen (Vorjahr: keine).

Verpfändete Aktiven

Alle Aktiven waren frei von jeglicher Verpfändung.

Garantieverpflichtungen

Ende des Berichtsjahres beliefen sich die Garantieverpflichtungen von The Swatch Group AG wie im Vorjahr auf weniger als CHF 1 Mio. Diese Position betraf wie im Vorjahr hauptsächlich eine Bürgschaft zur Deckung von Mietverpflichtungen einer Konzerngesellschaft.

Eventualverpflichtungen

Per Ende des Berichtsjahres bestanden unverändert zum Vorjahr keine Eventualverbindlichkeiten mit Ausnahme der Solidarhaftung zugunsten von Konzerngesellschaften im Rahmen der Gruppenbesteuerung der Mehrwertsteuer.

ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

Swatch Group Aktien und -optionen des Verwaltungsrats, der Konzernleitung sowie der Mitarbeiter

Gemäss Art. 959c Abs. 2 Ziff. 11 des Schweizerischen Obligationenrechts (OR) sind Angaben über die Anzahl und den Wert von zugeteilten Aktien und Optionen an die Mitglieder des Verwaltungsrats und der Konzernleitung sowie an die Mitarbeiter verlangt. Die Angaben zum gesamten Mitarbeiterbeteiligungsplan sind in der Anmerkung 13 der Konzernrechnung offengelegt. Die Zuteilungen an den Verwaltungsrat und die Konzernleitung gehen aus dem separaten Vergütungsbericht hervor, wo ebenfalls sämtliche Managemententschädigungen offengelegt werden.

An übrige Mitarbeiter der The Swatch Group AG wurden im Berichtsjahr 4 600 Namenaktien resp. Optionen im Wert von CHF 0.2 Mio zugeteilt (Vorjahr: 6 105 Namenaktien resp. Optionen im Wert von CHF 0.5 Mio).

Zusätzlich verlangt Art. 663c Abs. 3 des Schweizerischen Obligationenrechts die Offenlegung der von Mitgliedern des Verwaltungsrats und der Konzernleitung mit Einschluss der ihr nahestehenden Personen gehaltenen Aktien und Optionen. Die nachfolgende Tabelle veranschaulicht die entsprechenden Bestände per Ende des Berichtsjahres und Vorjahres.

Name	Funktion	Namenaktien		Inhaberaktien		Optionen	
		2019	2018	2019	2018	2019	2018
Erbengemeinschaft N. G. Hayek vertreten durch Marianne Hayek		55 698 304	55 704 144	550	550		
Nayla Hayek	VR Präsidentin	188 208	168 208			20 002	20 002
Ernst Tanner	VR Vizepräsident			2 000	2 000		
Prof. Dr. h.c. Claude Nicollier	VR Mitglied	100	100				
Dr. Jean-Pierre Roth	VR Mitglied			10	10		
Daniela Aeschlimann	VR Mitglied						
Georges Nicolas Hayek	VR Mitglied / CEO	152 691	129 891			24 000	24 000
Pierre-André Bühler	KL Mitglied	19 466	30 966			8 002	8 002
Dr. Mougahed Darwish	KL Mitglied	85 068	82 468	40		2 602	2 602
Marc A. Hayek	KL Mitglied	155 898	143 398	140		12 502	12 502
Dr. Thierry Kenel	KL Mitglied / CFO	80 253	70 919			10 001	9 335
Florence Ollivier-Lamarque	KL Mitglied	71 166	59 500			3 334	12 000
Dr. Peter Steiger 1)	KL Mitglied	110 999	101 333			10 001	9 667
François Thiébaud	KL Mitglied	146 948	133 848			13 102	13 702
Lionel A Marca 2)	EKL Mitglied	905				477	
Raynald Aeschlimann	EKL Mitglied	26 867	23 867			7 001	6 001
Matthias Breschan	EKL Mitglied	1 034	2 034			3 000	3 000
Jean-Claude Eggen 3)	EKL Mitglied		4 816				2 501
Daniel Everts 2)	EKL Mitglied	1 100				600	
Yann Gamard	EKL Mitglied	3 500	2 500			5 501	5 501
Hans-Rudolf Gottier	EKL Mitglied	32 700	31 700			5 002	5 002
Roger Juillet 2)	EKL Mitglied	1 936				1 134	
Walter von Känel	EKL Mitglied	55 500	49 500	40	40	6 000	6 000
Mireille Koenig 2)	EKL Mitglied	2 132				600	
Calogero Polizzi	EKL Mitglied	6 000	4 000			2 500	1 500
Kevin Rollenhagen	EKL Mitglied	79 815	72 148			7 335	8 002
Total		56 920 590	56 815 340	2 780	2 600	142 696	149 319

1) KL Mitglied seit August 2019 (vorher EKL)

2) EKL Mitglied seit August 2019

3) EKL Mitglied bis Januar 2019

Jede Option verleiht das Recht zum Bezug einer Namenaktie. Jede Aktie (Namen- oder Inhaberaktie) beinhaltet ein Stimmrecht. Die Hauptaktionäre sind in Anmerkung 29 der Konzernrechnung angegeben. Mit Ausnahme der Erbengemeinschaft N.G. Hayek hielt wie im Vorjahr kein Mitglied des Verwaltungsrats, der Konzernleitung und der Erweiterten Konzernleitung per Ende des Berichtsjahres zusammen mit ihm nahestehenden Personen direkt oder über Aktienoptionen mehr als 1% der sich im Umlauf befindlichen Aktien der Swatch Group.

Zusätzliche Angaben, Geldflussrechnung und Lagebericht

Auf zusätzliche Angaben, Geldflussrechnung und den Lagebericht wird gemäss Art. 961d Abs. 1 OR verzichtet, da The Swatch Group AG eine Konzernrechnung nach einem anerkannten Standard zur Rechnungslegung erstellt.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Die Jahresrechnung wurde vom Verwaltungsrat am 26. Februar 2020 genehmigt und wird der ordentlichen Generalversammlung vom 14. Mai 2020 zur Annahme vorgelegt. Ansonsten gab es keine wesentlichen Ereignisse nach dem Bilanzstichtag.

ANTRAG AUF VERWENDUNG DES BILANZGEWINNES

Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung folgende Verwendung des Bilanzgewinnes:

(Mio CHF)	2019	2018
Jahresgewinn	911	995
Gewinnvortrag	50	48
Bilanzgewinn	961	1 043
Zuweisung an die freiwillige Gewinnreserve	-530	-580
Ausschüttung einer Dividende 2018 von:		
- CHF 1.60 pro Namenaktie im Nennwert von CHF 0.45		-198
- CHF 8.00 pro Inhaberaktie im Nennwert von CHF 2.25		-247
Ausschüttung einer Dividende 2019 von: 1)		
- CHF 1.60 pro Namenaktie im Nennwert von CHF 0.45	-187	
- CHF 8.00 pro Inhaberaktie im Nennwert von CHF 2.25	-231	
Nicht ausgeschüttete Dividende auf von der Gruppe gehaltenen eigenen Aktien 2)		32
Gewinnvortrag auf neue Rechnung	13	50

1) Es ist vorgesehen, den Anteil der Dividende für die eigenen Aktien, welche von der Swatch Group gehalten werden, nicht auszuschütten.

2) Entsprechend dem Entscheid der Generalversammlung vom 23. Mai 2019 wurde auf die Ausschüttung der Dividende auf eigenen Aktien, welche von der Swatch Group gehalten werden, verzichtet.

Bericht der Revisionsstelle

an die Generalversammlung der The Swatch Group AG

Neuchâtel

Bericht zur Prüfung der Jahresrechnung

Prüfungsurteil

Wir haben die Jahresrechnung der The Swatch Group AG – bestehend aus der Erfolgsrechnung für das am 31. Dezember 2019 endende Jahr, der Bilanz zum 31. Dezember 2019 sowie dem Anhang zur Jahresrechnung, einschliesslich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden – geprüft.

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung (Seiten 215 bis 223 und Seiten 205 bis 208) zum 31. Dezember 2019 dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards (PS) durchgeführt. Unsere Verantwortlichkeiten nach diesen Vorschriften und Standards sind im Abschnitt „Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der Jahresrechnung“ unseres Berichts weitergehend beschrieben.

Wir sind von der Gesellschaft unabhängig in Übereinstimmung mit den schweizerischen gesetzlichen Vorschriften und den Anforderungen des Berufsstands, und wir haben unsere sonstigen beruflichen Verhaltenspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

Unser Prüfungsansatz

Überblick



Gesamtwesentlichkeit: CHF 35'000'000

Zur Durchführung angemessener Prüfungshandlungen haben wir den Prüfungsumfang so ausgestaltet, dass wir ein Prüfungsurteil zur Jahresrechnung als Ganzes abgeben können, unter Berücksichtigung der Organisation, der internen Kontrollen und Prozesse im Bereich der Rechnungslegung sowie der Branche, in welcher die Gesellschaft tätig ist.

Als besonders wichtigen Prüfungssachverhalt haben wir das folgende Thema identifiziert:

Bewertung von Beteiligungen

Bericht der Revisionsstelle

an die Generalversammlung der The Swatch Group AG

Neuchâtel

Wesentlichkeit

Der Umfang unserer Prüfung ist durch die Anwendung des Grundsatzes der Wesentlichkeit beeinflusst. Unser Prüfungsurteil zielt darauf ab, hinreichende Sicherheit darüber zu geben, dass die Jahresrechnung keine wesentlichen falschen Darstellungen enthält. Falsche Darstellungen können beabsichtigt oder unbeabsichtigt entstehen und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden kann, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieser Jahresrechnung getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Nutzern beeinflussen können.

Auf der Basis unseres pflichtgemässen Ermessens haben wir quantitative Wesentlichkeitsgrenzen festgelegt, so auch die Wesentlichkeit für die Jahresrechnung als Ganzes, wie nachstehend aufgeführt. Die Wesentlichkeitsgrenzen, unter Berücksichtigung qualitativer Erwägungen, erlauben es uns, den Umfang der Prüfung, die Art, die zeitliche Einteilung und das Ausmass unserer Prüfungshandlungen festzulegen sowie den Einfluss wesentlicher falscher Darstellungen, einzeln und insgesamt, auf die Jahresrechnung als Ganzes zu beurteilen.

Gesamtwesentlichkeit Prüfung der Jahresrechnung	CHF 35'000'000
Herleitung	0.45% des Eigenkapitals
Begründung für die Bezugsgrösse zur Bestimmung der Wesentlichkeit	Als Bezugsgrösse zur Bestimmung der Wesentlichkeit wählten wir das Total Eigenkapital, da dies aus unserer Sicht eine allgemein anerkannte Bezugsgrösse für Wesentlichkeitsüberlegungen bei Holdinggesellschaften darstellt. Wir wählten 0.45% zur Herleitung der Gesamtwesentlichkeit, da dies in der Prüfungspraxis einen gebräuchlichen Richtwert darstellt.

Wir haben mit dem Verwaltungsrat und dem Audit Committee vereinbart, diesem im Rahmen unserer Prüfung festgestellte, falsche Darstellungen über CHF 2'500'000 mitzuteilen; ebenso alle falschen Darstellungen unterhalb dieses Betrags, die aus unserer Sicht jedoch aus qualitativen Überlegungen eine Berichterstattung nahelegen. Das Management der The Swatch Group AG wendet für operative Entscheide sowie die Rechnungslegung strengere Kriterien sowie tiefere Bezugsgrössen an.

Umfang der Prüfung

Unsere Prüfungsplanung basiert auf der Bestimmung der Wesentlichkeit und der Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Darstellungen der Jahresrechnung. Wir haben hierbei insbesondere jene Bereiche berücksichtigt, in denen Ermessensentscheide getroffen wurden. Dies trifft zum Beispiel auf wesentliche Schätzungen in der Rechnungslegung zu, bei denen Annahmen gemacht werden und die von zukünftigen Ereignissen abhängen, die von Natur aus unsicher sind. Wie in allen Prüfungen haben wir das Risiko der Umgehung von internen Kontrollen durch die Geschäftsleitung und, neben anderen Aspekten, mögliche Hinweise auf ein Risiko für beabsichtigte falsche Darstellungen berücksichtigt.

Berichterstattung über besonders wichtige Prüfungssachverhalte aufgrund Rundschreiben 1/2015 der Eidgenössischen Revisionsaufsichtsbehörde

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemässen Ermessen am bedeutsamen für unsere Prüfung der Jahresrechnung des aktuellen Zeitraums waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung der Jahresrechnung als Ganzes und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu berücksichtigt, und wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab.



Bericht der Revisionsstelle

an die Generalversammlung der The Swatch Group AG

Neuchâtel

Bewertung von Beteiligungen

Besonders wichtiger Prüfungssachverhalt	Unser Prüfungsvorgehen
Die Beteiligungen der The Swatch Group AG betragen per 31. Dezember 2019 CHF 4'375 Millionen (rund 54% der Bilanzsumme) und umfassen die direkt gehaltenen Tochtergesellschaften, welche die weiteren Gesellschaften des Konzerns halten. Dabei handelt es sich um Tochtergesellschaften unterschiedlicher vertikaler Integrationsstufen, insbesondere Produzenten von Komponenten, Manufakturen, Markenstammhäuser sowie zahlreiche Verkaufsorganisationen und andere Beteiligungen. Die Beteiligungen werden aufgrund ihrer vertikalen Integration und ihrer Gleichartigkeit für die Bewertung zum Teil als Gruppe zusammengefasst.	Wir haben folgende Prüfungshandlungen durchgeführt: <ul style="list-style-type: none"> - In einem ersten Schritt haben wir die Zusammenlegung von Beteiligungen zu einer Gruppe aufgrund ihrer Gleichartigkeit sowie der vertikalen Integration der Swatch Group geprüft. - Anschliessend haben wir je Beteiligung oder Beteiligungsgruppe auf Basis des Eigenkapitals und des Jahresergebnisses die Bewertung dieser Beteiligungen und Beteiligungsgruppen überprüft.
Aufgrund der Bedeutung dieser Bilanzposition für die Jahresrechnung und aufgrund des Ermessensspielraumes bei der Gruppierung erachten wir die Prüfung der Werthaltigkeit der Beteiligungen als komplex und somit als besonders wichtigen Prüfungssachverhalt.	Wir erachten das angewandte Verfahren zur Gruppierung und Bewertung als eine angemessene und ausreichende Grundlage für die Bewertung der Beteiligungen.
Wir verweisen auf Seite 218 (Bewertungsgrundsätze) und Seite 218 und 219 (Details zu einzelnen Positionen, Anmerkung 2 Abschreibungen und Wertberichtigungen sowie Anmerkung 7 Beteiligungen) im Geschäftsbericht 2019.	

Verantwortlichkeiten des Verwaltungsrates für die Jahresrechnung

Der Verwaltungsrat ist verantwortlich für die Aufstellung einer Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten und für die internen Kontrollen, die der Verwaltungsrat als notwendig feststellt, um die Aufstellung einer Jahresrechnung zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung der Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Geschäftstätigkeit zu beurteilen, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Geschäftstätigkeit – sofern zutreffend – anzugeben sowie dafür, den Rechnungslegungsgrundsatz der Fortführung der Geschäftstätigkeit anzuwenden, es sei denn, der Verwaltungsrat beabsichtigt, entweder die Gesellschaft zu liquidieren oder Geschäftstätigkeiten einzustellen, oder hat keine realistische Alternative dazu.

Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der Jahresrechnung

Unsere Ziele sind, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die Jahresrechnung als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und einen Bericht abzugeben, der unser Prüfungsurteil beinhaltet. Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Mass an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz sowie den PS durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung, falls eine solche vorliegt, stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn von ihnen einzeln oder insgesamt vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie die auf der Grundlage dieser Jahresrechnung getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Nutzern beeinflussen.

Eine weitergehende Beschreibung unserer Verantwortlichkeiten für die Prüfung der Jahresrechnung befindet sich auf der Webseite von EXPERTSuisse: <http://expertsuisse.ch/wirtschaftspruefung-revisionsbericht>. Diese Beschreibung ist Bestandteil unseres Berichts.



Bericht der Revisionsstelle

an die Generalversammlung der The Swatch Group AG

Neuchâtel

Bericht zu sonstigen gesetzlichen und anderen rechtlichen Anforderungen

In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und dem Schweizer Prüfungsstandard 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Verwaltungsrates ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Jahresrechnung existiert.

Ferner bestätigen wir, dass der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entspricht, und empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG



Thomas Brüderlin
Revisionsexperte
Leitender Revisor



Tobias Handschin
Revisionsexperte

Basel, 26. Februar 2020



TITEL THE SWATCH GROUP AG

Durchschnittliche Anzahl Aktien im Umlauf / durchschnittliches Aktienkapital	2019 unverwässert	2018 unverwässert	2017 unverwässert	2016 unverwässert	2015 unverwässert
Anzahl Namenaktien zu nom CHF 0.45	113 428 394	115 449 571	116 755 450	118 672 611	119 847 161
Anzahl Inhaberaktien zu nom CHF 2.25	28 814 317	29 268 442	29 567 412	29 987 419	30 308 846
Total durchschnittliche Anzahl Aktien	142 242 711	144 718 013	146 322 862	148 660 030	150 156 007
Aktienkapital Namenaktien in CHF	51 042 777	51 952 307	52 539 953	53 402 675	53 931 222
Aktienkapital Inhaberaktien in CHF	64 832 213	65 853 995	66 526 677	67 471 693	68 194 904
Total durchschnittliches Aktienkapital in CHF	115 874 991	117 806 302	119 066 630	120 874 368	122 126 126

Angaben pro Namenaktie (Nom. CHF 0.45) in CHF	2019	2018	2017	2016	2015
Auf die Aktionäre entfallender Konzerngewinn	2.84	3.23	2.77	2.14	4.01
Geldfluss aus Betriebstätigkeit 1)	4.75	3.60	4.78	3.76	5.17
Konsolidiertes Eigenkapital 1)	44.63	43.07	42.67	41.22	41.42
Dividende 2)	1.60	1.60	1.50	1.35	1.50

Angaben pro Inhaberaktie (Nom. CHF 2.25) in CHF	2019	2018	2017	2016	2015
Auf die Aktionäre entfallender Konzerngewinn	14.18	16.14	13.86	10.69	20.07
Geldfluss aus Betriebstätigkeit 1)	23.76	18.01	23.89	18.80	25.87
Konsolidiertes Eigenkapital 1)	223.17	215.33	213.33	206.12	207.12
Dividende 2)	8.00	8.00	7.50	6.75	7.50

Börsenkurse (adjustiert) in CHF	2019	2018	2017	2016	2015
Namenaktie höchst	62.60	91.30	80.95	74.00	88.90
Namenaktie tiefst	46.62	54.05	60.60	48.25	61.25
Namenaktie am Jahresende	51.15	56.80	74.50	62.25	68.00
Inhaberaktie höchst	322.00	499.10	414.60	373.00	462.50
Inhaberaktie tiefst	247.70	275.60	307.50	246.20	324.10
Inhaberaktie am Jahresende	270.00	286.70	397.40	316.70	350.20

Kennzahlen (Jahresende)	2019	2018	2017	2016	2015
Durchschnittliche Eigenkapitalrendite 3)	6.6%	7.7%	6.8%	5.3%	10.2%
Direkte Rendite - Namenaktie 4)	3.1%	2.8%	2.0%	2.2%	2.2%
Direkte Rendite - Inhaberaktie 4)	3.0%	2.8%	1.9%	2.1%	2.1%
KursGewinnVerhältnis (Namenaktie) 5)	18.0	17.6	26.9	29.1	17.0
KursGewinnVerhältnis (Inhaberaktie) 5)	19.0	17.8	28.7	29.6	17.4
Börsenkapitalisierung in Mio CHF	13 793	15 887	21 497	17 489	19 235

1) Berechnung basiert auf dem durchschnittlichen Aktienkapital je Aktienkategorie respektive der durchschnittlichen Anzahl Aktien im Umlauf

2) Für das Berichtsjahr: Antrag des Verwaltungsrats

3) Konzerngewinn in Prozent des durchschnittlichen Eigenkapitals (Vorjahr plus Berichtsjahr geteilt durch zwei)

4) Dividende in Prozent des Börsenkurses am Jahresende

5) Börsenkurs am Jahresende geteilt durch den auf die Aktionäre entfallenden Konzerngewinn.

Titel	ISIN-Nummer	Reuters Symbol
The Swatch Group AG Namenaktien	CH0012255144	UHRN.S
The Swatch Group AG Inhaberaktien	CH0012255151	UHR.VX

Die Titel sind an der Schweizer Börse (SIX) und an der BX Berne eXchange kotiert.



VERGÜTUNGSBERICHT



VERGÜTUNGSBERICHT**Vergütungsausschuss****Vergütungssystem****Weitere vertragliche Elemente****Vergütungen an die Mitglieder des Verwaltungsrates und der Konzernleitung (KL/EKL)****232****233****234****236****237**

Sehr geehrte Damen und Herren

In Übereinstimmung mit der Verordnung gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Aktiengesellschaften (VegüV), welche am 1. Januar 2014 in Kraft getreten ist, werden alle Angaben zur Vergütung an den Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung (Konzernleitung / Erweiterte Konzernleitung) im Vergütungsbericht dargestellt.

Mit dem Vergütungsbericht legen der Verwaltungsrat und der Vergütungsausschuss Rechenschaft ab über die wesentlichen Elemente der Vergütungsgrundsätze, der Aufgaben und Kompetenzen im Vergütungsbereich, zur Zusammensetzung und Funktion des Vergütungsausschusses und zu den einzelnen Vergütungselementen.

Mit dem Vergütungsbericht soll Transparenz bezüglich den von der Gesellschaft vorgenommenen Vergütungen geschaffen werden.

Der Vergütungsbericht ist in die folgenden Teile gegliedert:

- einen Teil mit Informationen zu Struktur und Entscheidungsabläufen innerhalb des Vergütungsausschusses, bzw. des Verwaltungsrates;
- einen Teil mit der Beschreibung des Vergütungssystems;
- einen Teil, der die konkreten Vergütungen im Berichts- und Vorjahr darlegt.

Der Vergütungsbericht erfüllt die am 1. Januar 2014 in Kraft getretenen Vorschriften der Verordnung gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Aktiengesellschaften (VegüV) und damit einhergehend die Bestimmungen des Schweizerischen Obligationenrechts. Der Bericht folgt im Wesentlichen den Empfehlungen des Swiss Code of Best Practices for Corporate Governance von economieuisse und den Richtlinien betreffend Corporate Governance der SIX Swiss Exchange Regulation AG.

Die Vergütungen des Berichts- und Vorjahres (Ziff. 4a-e) wurden von der PricewaterhouseCoopers AG revidiert. Die Offenlegung erfolgt nach dem «accrual principle».

1. Vergütungsausschuss**1.1 Zusammensetzung des Vergütungsausschusses**

Da der Verwaltungsrat der Swatch Group bewusst zahlenmässig klein gehalten wird (zurzeit 6 Mitglieder), agiert dieser gleichzeitig als Vergütungsausschuss (Compensation Committee). Dadurch entfallen die Notwendigkeit von Kompetenzabgrenzungen und die Sicherstellung des Informationsflusses.

Der Vergütungsausschuss wird von Herrn Ernst Tanner, Vizepräsident des Verwaltungsrates präsiert.

Alle Mitglieder des Verwaltungsrates treten bei Diskussionen und Entscheiden über ihre Vergütung und bei Diskussionen und Entscheiden über Vergütungen von ihnen nahestehenden Personen (z.B. Familienmitglieder) in den Ausstand.

Dem Vergütungsausschuss gehören keine Mitglieder an, die in einer Kreuzverflechtung stehen, sodass sich auch aus dieser Sichtweise keine Interessenkollisionen ergeben.

1.2 Aufgaben / Kompetenzen

Der Vergütungsausschuss befasst sich mit der Vergütungspolitik der Gesellschaft. Er unterstützt den Verwaltungsrat bei der Festlegung des Vergütungssystems und der Vergütungsgrundsätze sowie bei der Vorbereitung der Anträge an die Generalversammlung zur Genehmigung der Vergütungen. Der Vergütungsausschuss kann dem Verwaltungsrat in allen Vergütungsangelegenheiten Anträge und Empfehlungen unterbreiten.

Gemäss den Statuten bearbeitet der Vergütungsausschuss alle vergütungsrelevanten Fragen und schlägt Lösungen zu Handen des Verwaltungsrates vor. Entscheidungsinstanz ist der Verwaltungsrat. Dieser unterbreitet der Generalversammlung die notwendigen Beschlüsse zur Genehmigung.

An der Generalversammlung des Berichtsjahres wurde über die fixen Vergütungen der Mitglieder des Verwaltungsrates bis zur nächsten Generalversammlung, sowie die fixe Vergütung für das Berichtsjahr und die variable Vergütung für das Vorjahr für exekutive Funktionen von Mitgliedern des Verwaltungsrates abgestimmt. Weiter wurde anlässlich der Generalversammlung des Berichtsjahres auch über die fixe Vergütung der Mitglieder der Konzernleitung und der Erweiterten Konzernleitung für das Berichtsjahr, sowie deren variablen Vergütung für das Vorjahr abgestimmt.

1.3 Sitzungen

Der Vergütungsausschuss tagte im Berichtsjahr zweimal.

VERGÜTUNGSBERICHT

2. Vergütungssystem**2.1 Allgemeine Vergütungsgrundsätze**

Die Mitglieder des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung haben Anspruch auf eine ihrer Tätigkeit und Verantwortung entsprechenden Vergütung.

Die Gesellschaft kann Vergütungen ausrichten für Tätigkeiten in Unternehmen, die durch die Gesellschaft direkt oder indirekt kontrolliert werden und für Tätigkeiten auf Anordnung des Unternehmens. Die Vergütung kann von der Gesellschaft oder von ihr kontrollierten Gesellschaften ausgerichtet werden.

Die Vergütung der nicht exekutiven Mitglieder des Verwaltungsrates umfasst nur fixe Vergütungselemente.

Die Vergütung der exekutiven Mitglieder des Verwaltungsrates und der Mitglieder der Geschäftsleitung umfasst fixe und variable Vergütungselemente. Die fixe Vergütung umfasst das Grundgehalt und kann weitere Vergütungselemente umfassen. Die variable Vergütung richtet sich nach der Erreichung definierter Leistungsziele.

Die Leistungsziele können persönliche Ziele, unternehmens- und bereichsspezifische Ziele sowie betriebswirtschaftliche oder marktrelevante Kennzahlen umfassen. Dabei wird jeweils die Funktion und die Verantwortungsstufe des Empfängers der variablen Vergütung berücksichtigt.

Der Verwaltungsrat legt auf Antrag des Vergütungsausschusses Leistungswerte und Ziele der variablen Vergütungselemente sowie deren Erreichung fest.

Das Vergütungssystem der Swatch Group ist markt- und leistungsgerecht. Es wird jährlich überprüft und nötigenfalls angepasst.

2.2 Vergütungselemente**a) Nicht exekutive Mitglieder des Verwaltungsrates**

Die nicht exekutiven Mitglieder des Verwaltungsrates erhalten eine feste Vergütung. Diese ist nach Funktionen abgestuft.

b) Exekutive Mitglieder des Verwaltungsrates, Mitglieder der engeren und erweiterten Konzernleitung

Das Vergütungssystem für die exekutiven Mitglieder des Verwaltungsrates und die Mitglieder der engeren und erweiterten Konzernleitung sehen folgende Elemente vor:

- ein Grundgehalt;
- einen Pauschalspesenbetrag;
- ein Bonusprogramm mit variablen Vergütungen;
- ein Aktienprogramm mit jährlichen Aktienzuteilungen und einem minimal garantierten Wertbetrag;
- Zahlungen an die allgemeine Pensionskasse (Pensionskasse Swatch Group) und an die Kaderkasse der Swatch Group (in einem Fall eines ausländischen EKL-Mitgliedes erfolgte eine Zahlung an die lokale Vorsorgeeinrichtung).

2.3 Informationen zu einzelnen Elementen**2.3.1 Grundgehalt**

Das Grundgehalt wird in der Regel in 13 gleichen Raten monatlich ausbezahlt. Die 13. Rate wird jeweils im Dezember bezahlt. Mit dem Grundgehalt wird der Verantwortung und Position Rechnung getragen.

2.3.2 Pauschalspesen

Die Mitglieder des Verwaltungsrates und der engeren Konzernleitung erhalten eine pauschale Spesenentschädigung von CHF 30 000; die Mitglieder der erweiterten Konzernleitung eine solche von bis zu CHF 24 000. Dieser Pauschalspesenbetrag deckt repräsentative Ausgaben und Kleinauslagen und wurde von der Kantonalen Steuerverwaltung des Kantons Bern genehmigt. Exekutive Mitglieder des Verwaltungsrates, welche gleichzeitig der Konzernleitung angehören, erhalten den Pauschalspesenbetrag nur einmal.

2.3.3 Bonusprogramme

Die exekutiven Mitglieder des Verwaltungsrates und die Mitglieder der Konzernleitung und der erweiterten Konzernleitung erhalten jährlich einen variablen Bonus, der an die Entwicklung des Konzerns und des von der betreffenden Person betreuten Unternehmensbereichs (Marken, Länder, Funktionsbereiche) sowie an individuelle Leistungen gebunden ist.

Anfangs Jahr wird ein sogenanntes Bonuspotenzial festgelegt, welches bei Erreichen der Ziele ausbezahlt wird. Werden die Ziele übertroffen, kann mehr als 100% des Bonuspotenzials ausgerichtet werden; werden einzelne Ziele nicht erreicht, können entsprechende Kürzungen vorgenommen werden.

VERGÜTUNGSBERICHT

Der Bonus wird anfangs des Folgejahres, nach Vorliegen der Jahresabschlüsse, festgelegt und ausbezahlt. Die Empfänger mit einem schweizerischen Vertrag und Wohnsitz in der Schweiz erhalten im Dezember eine Anzahlung. Diese beträgt in der Regel 70% des Bonuspotenzials, sofern die gesetzten Ziele (Umsatz, Betriebsgewinn, etc.) voraussichtlich erreicht werden; anderenfalls 50%.

Als Beurteilungskriterien kommen u.a. zur Anwendung: Umsatzentwicklung, Entwicklung des Betriebsergebnisses, Veränderung von Marktanteilen, Lager- und Debitorenentwicklung, Durchführung von Entwicklungs- und Aufbauprojekten, Verhandlungserfolge, erfolgreiche Durchführung von Kostenreduktionsprogrammen, Personalfuktuation und Mitarbeitermotivation. Die Beurteilungskriterien werden individuell auf die Funktionsträger abgestimmt und gewichtet.

Zur besonderen Förderung der Konzerninteressen wird ein Teil des Gesamtbonus als Konzernbonus ausgerichtet. Der prozentuale Anteil des Konzernanteils ist je nach Funktion unterschiedlich.

2.3.4 Aktienprogramm

Den exekutiven Mitgliedern des Verwaltungsrates sowie den Mitgliedern der Konzernleitung und der erweiterten Konzernleitung wird jährlich eine Anzahl Namenaktien zu einem günstigen Ausübungspreis angeboten. Dieser betrug im Berichtsjahr und im Vorjahr jeweils CHF 4.00 pro Aktie. Ein Drittel der Zuteilung kann sofort ausgeübt und bezogen werden; ein Drittel nach einem Jahr, ein weiteres Drittel nach zwei Jahren. Nach Bezug kann frei über die Titel verfügt werden. Wahlweise können diese auch einer Sperrfrist von 5 oder 10 Jahren unterstellt werden. Bei einem vorzeitigen Ausscheiden verfallen die Zuteilungen der noch nicht ausgeübten Optionen; bei einer Pensionierung werden sie sofort verfügbar.

Die Zuteilung der Aktienbezugsrechte erfolgt durch den Verwaltungsrat jeweils nach der ordentlichen Generalversammlung. Den exekutiven Mitgliedern des Verwaltungsrates und den Mitgliedern der Konzernleitung und der erweiterten Konzernleitung wurde jeweils ein bestimmter minimaler Zuteilungswert vertraglich garantiert. Dieser beträgt bei exekutiven Mitgliedern des Verwaltungsrates und Mitgliedern der Konzernleitung CHF 50 000 pro Jahr; bei Mitgliedern der erweiterten Konzernleitung grundsätzlich CHF 25 000 pro Jahr (Zuteilungswert = Aktienkurs abzüglich CHF 4.00 Ausübungspreis).

Die Berechnungsgrundlage für die Vergütung der zugeteilten Aktien resp. Optionen entspricht dem Tageswert im Zeitpunkt der Zuteilung. Der Tageswert entspricht dem Aktienkurs am Tag der Zuteilung abzüglich des Ausübungspreises.

Im Berichtsjahr und im Vorjahr galten folgende Werte:

		2019	2018
Tag der Gewährung		31.05.2019	31.05.2018
Aktienkurs am Tag der Zuteilung	CHF	48.36	87.55
Ausübungspreis	CHF	4.00	4.00
Tageswert im Zeitpunkt der Zuteilung	CHF	44.36	83.55

2.3.5 Pensionskasse / Kaderkasse

Die exekutiven Mitglieder des Verwaltungsrates und die Mitglieder der Konzernleitung bzw. der erweiterten Konzernleitung sind bei der Pensionskasse Swatch Group und bei der Kaderkasse Swatch Group versichert.

Die Pensionskasse Swatch Group versichert Einkommen bis CHF 320 000.

Die Kaderkasse deckt Einkommensteile zwischen CHF 320 000 und CHF 853 000.

Die Kaderkasse sieht Beiträge von 10% vor. Davon werden 75% durch den Arbeitgeber übernommen.

VERGÜTUNGSBERICHT

3. Weitere vertragliche Elemente

3.1 Dauer und Kündigungsfristen der Arbeitsverträge

Alle Arbeitsverträge der Mitglieder der Konzernleitung, bzw. der erweiterten Konzernleitung sind auf unbestimmte Dauer abgeschlossen.

Sie können von beiden Seiten mit einer Kündigungsfrist von sechs Monaten auf ein Monatsende gekündigt werden.

3.2 Zahlung der Saläre

Die Salärzahlungen erfolgen monatlich. Es werden keine Vorauszahlungen geleistet, weder für den laufenden Monat, noch für längere Perioden. Das gleiche gilt für Vergütungen im Rahmen von Mandatsverhältnissen.

3.3 Vergütungen bei Beginn des Arbeitsverhältnisses

Swatch Group bezahlt keine Vergütungen beim Abschluss eines Arbeitsvertrages oder bei Aufnahme der Tätigkeit («golden hellos»/«golden handshakes»).

Es werden auch keine Vergütungen zur Abgeltung von Aktienoptionen oder von andern finanziellen Leistungen des bisherigen Arbeitgebers erbracht, welche durch den Arbeitsplatzwechsel verfallen.

3.4 Orgendarlehen und Kredite

Die Gesellschaft oder von ihr kontrollierte Gesellschaften können exekutiven Mitgliedern des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung Darlehen und Kredite zu marktüblichen Bedingungen gewähren. Solche Darlehen und Kredite dürfen den Betrag einer festen Jahresvergütung der betreffenden Person nicht übersteigen. Als Basis der Kredit- oder Darlehensgewährung gilt die feste Jahresvergütung des Vorjahres (Art. 41 der Statuten).

Zudem haben die exekutiven Mitglieder des Verwaltungsrates und die Mitglieder der Konzernleitung bzw. der erweiterten Konzernleitung, wie alle Mitarbeiter der Swatch Group in der Schweiz die Möglichkeit, sich über die Pensionskasse der Swatch Group ein Hypothekendarlehen zur Finanzierung einer Immobilie in der Schweiz einräumen zu lassen. Die zur Anwendung gelangenden Konditionen sind die gleichen, die für alle Mitarbeiter der Schweizer Swatch Group Gesellschaften gelten (Belehnungsgrenze, Zinssatz, etc.).

3.5 Einsitz in Organen von Konzerngesellschaften

Es kommt regelmässig vor, dass exekutive Mitglieder des Verwaltungsrates und Mitglieder der Konzernleitung bzw. der erweiterten Konzernleitung Einsitz in Organe von Tochtergesellschaften im In- und Ausland nehmen (als Verwaltungsräte, Aufsichtsräte, Beiräte oder als Geschäftsführer). Für diese Aufgaben und Funktionen werden keine zusätzlichen Vergütungen ausgerichtet; weder von der Swatch Group, noch von der betreffenden Konzerngesellschaft.

3.6 Abgangsentschädigungen

Die Arbeitsverträge der Mitglieder der Konzernleitung bzw. der erweiterten Konzernleitung sehen keine Abgangsentschädigungen und keinerlei Zahlungen bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses vor.

Ausserdem sind keine Entschädigungen («goldene Fallschirme» etc.) vorgesehen für den Fall eines Kontrollwechsels.

3.7 Mandate mit ehemaligen Mitgliedern der Konzernleitung bzw. der erweiterten Konzernleitung

Es kommt vor, dass Mitglieder der Konzernleitung bzw. der erweiterten Konzernleitung, welche ihre Funktion aufgegeben haben, punktuell auf Mandatsbasis weiter für den Konzern tätig sind. In diesen Fällen werden klare schriftliche Mandatsverträge abgeschlossen, die vom Präsidenten der Konzernleitung genehmigt werden müssen. Die Mandatsverträge enthalten die gleichen einschränkenden Konditionen wie die Anstellungsverträge (Vertragsdauer, Zahlungen, etc.).

VERGÜTUNGSBERICHT

4. Vergütungen an die Mitglieder des Verwaltungsrates und der Konzernleitung (KL/EKL)

Dieser Teil des Berichts unterliegt der Revision durch PricewaterhouseCoopers AG.

a. Verwaltungsrat (VR)

2019	Name	Funktion	Vergütung für Funktionen im VR 1) (CHF)	Vergütung für exekutive Funktionen			Total 6)
				Basis-Vergütung 2) (CHF)	Bonus 3) (CHF)	Aktien-Optionen 4) (CHF)	
	Nayla Hayek	Präsidentin	230 448	1 002 108	1 500 000	887 200	3 965 326
	Ernst Tanner	Vizepräsident	166 225				175 833
	Daniela Aeschlimann	Mitglied	158 086				169 811
	Georges Nicolas Hayek 7)	Mitglied	157 158				167 620
	Prof. Dr. h.c. Claude Nicollier	Mitglied	155 675				164 446
	Dr. Jean-Pierre Roth	Mitglied	155 675				164 446
	Total		1 023 267	1 002 108	1 500 000	887 200	4 807 482

2018	Name	Funktion	Vergütung für Funktionen im VR 1) (CHF)	Vergütung für exekutive Funktionen			Total 6)
				Basis-Vergütung 2) (CHF)	Bonus 3) (CHF)	Aktien-Optionen 4) (CHF)	
	Nayla Hayek	Präsidentin	230 264	1 002 108	1 400 000	1 671 000	4 650 390
	Ernst Tanner	Vizepräsident	166 115				175 690
	Daniela Aeschlimann	Mitglied	157 966				169 643
	Georges Nicolas Hayek 7)	Mitglied	157 152				167 992
	Prof. Dr. h.c. Claude Nicollier	Mitglied	155 575				164 304
	Dr. Jean-Pierre Roth	Mitglied	155 575				164 304
	Total		1 022 647	1 002 108	1 400 000	1 671 000	5 492 323

1) Gesamte Jahresvergütung in bar bzw. periodengerecht abgegrenzt, ohne Erstattungen für Reisen und andere geschäftliche Auslagen.

Die Vergütungen enthalten einen Betrag von CHF 20 000 für die Tätigkeit im Vergütungsausschuss und im Audit Committee sowie Pauschalpensenbeträge von CHF 30 000 pro Jahr.

2) Gesamte Jahresvergütung in bar bzw. periodengerecht abgegrenzt, ohne Erstattungen für Reisen und andere geschäftliche Auslagen.

3) Bonuszahlungen in bar bzw. periodengerecht abgegrenzt.

4) Die Zuteilung und Bewertung der Aktienoptionen erfolgt gemäss den in Punkt 2.3.4 beschriebenen Bedingungen. Im Berichtsjahr und im Vorjahr wurden Frau N. Hayek je 20 000 Aktienoptionen zugeteilt.

5) In den sonstigen Vergütungen sind Pensionsleistungen in der Höhe von CHF 65 592 enthalten (Vorjahr: CHF 65 064). Die übrigen Sozialleistungen (Arbeitgeberbeiträge) betragen für das Berichtsjahr CHF 329 315 (Vorjahr: CHF 331 504). Weder im Berichtsjahr noch im Vorjahr wurden Dienstaltersgeschenke ausbezahlt.

6) Alle Angaben in Bruttobeträgen (d.h. vor Abzug der vom Mitarbeiter zu übernehmenden Sozialversicherungsbeiträge).

7) Die Entschädigung für die exekutive Tätigkeit ist in Absatz b. des vorliegenden Kapitels aufgeführt.

b. Konzernleitung (KL) und Erweiterte Konzernleitung (EKL)

2019	Basis- Vergütung 1)	Bonus 2)	Aktien- Optionen 3)	Aktien- Optionen 3)	Sonstige Ver- gütungen 4)	Total 5)
	(CHF)	(CHF)	(Anzahl)	(CHF)	(CHF)	(CHF)
Georges Nicolas Hayek (KL Präsident / CEO)	1 502 105	3 120 000	24 000	1 064 640	561 754	6 248 499
Total sonstige Mitglieder	4 845 689	10 828 775	97 100	4 307 356	2 165 392	22 147 212
Total	6 347 794	13 948 775	121 100	5 371 996	2 727 146	28 395 711

Die Bewertung der Aktienoptionen erfolgt zum Tageswert im Zeitpunkt der Zuteilung (siehe Punkt 2.3.4). Im Berichtsjahr entsprach dies einem Wert von CHF 44.36 pro Option (Vorjahr: CHF 83.55 pro Option). Die Bewertung der Aktienoptionen zum Vorjahreskurs würde einen Gesamtwert von CHF 10 117 905 (-9.0%) ergeben.

2018	Basis- Vergütung 1)	Bonus 2)	Aktien- Optionen 3)	Aktien- Optionen 3)	Sonstige Ver- gütungen 4)	Total 5)
	(CHF)	(CHF)	(Anzahl)	(CHF)	(CHF)	(CHF)
Georges Nicolas Hayek (KL Präsident / CEO)	1 502 105	3 120 000	24 000	2 005 200	630 281	7 257 586
Total sonstige Mitglieder	4 980 676	11 672 558	109 100	9 115 305	4 177 929	29 946 468
Total	6 482 781	14 792 558	133 100	11 120 505	4 808 210	37 204 054

1) Gesamte jährliche Basisvergütung in bar bzw. periodengerecht abgegrenzt, inkl. Pauschalspesen, ohne Erstattungen für Reisen und andere geschäftliche Auslagen.

2) Variable Bonuszahlungen in bar bzw. periodengerecht abgegrenzt.

3) Die Zuteilung und Bewertung der Aktienoptionen erfolgt gemäss den in Punkt 2.3.4 beschriebenen Bedingungen.

4) In den sonstigen Vergütungen sind Pensionsleistungen in der Höhe von CHF 507 081 enthalten (Vorjahr: CHF 1 142 181). Die übrigen Sozialleistungen (Arbeitgeberbeiträge) betragen für das Berichtsjahr CHF 2 158 586 (Vorjahr: CHF 3 631 597). Auch sind übrige Vorteile und Dienstaltersgeschenke im Betrag von CHF 61 479 (Vorjahr: CHF 34 432) in den sonstigen Vergütungen enthalten.

5) Alle Angaben in Bruttobeträgen (d.h. vor Abzug der vom Mitarbeiter zu übernehmenden Sozialversicherungsbeiträge).

Die aufgeführten Zahlen enthalten alle direkten oder indirekten Vergütungen. Herr G.N. Hayek erhielt als CEO die höchste Vergütung.

Im Berichtsjahr wurden keine Vergütungen an frühere Mitglieder der Konzernleitung und der Erweiterten Konzernleitung im Zusammenhang mit deren früheren Tätigkeiten als Organe der Gesellschaft ausgerichtet (Vorjahr: keine).

c. Darlehen und Kredite an den Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung

Im Berichtsjahr sind keine Kredite oder Darlehen an Mitglieder des Verwaltungsrates oder der Konzernleitung bzw. der erweiterten Konzernleitung eingeräumt worden. Es sind auch keine Kredite oder Darlehen an ehemalige Mitglieder des Verwaltungsrates oder der Konzernleitung bzw. der erweiterten Konzernleitung eingeräumt worden. Das gleiche trifft für das Vorjahr zu.

Ende des Berichtsjahres waren, wie im Vorjahr, keine Kredite oder Darlehen an Mitglieder des Verwaltungsrates oder der Konzernleitung bzw. der erweiterten Konzernleitung ausstehend (weder an aktive, noch an ehemalige).

d. Vergütungen, Darlehen und Kredite an nahestehende Personen

Im Berichtsjahr wurden, wie im Vorjahr, keine nicht marktüblichen Vergütungen an Personen ausgerichtet, die den Mitgliedern des Verwaltungsrates oder der Konzernleitung bzw. der erweiterten Konzernleitung nahestehen.

e. Unzulässige Vergütungen

Die Gesellschaft hat den Mitgliedern des Verwaltungsrates und der Konzernleitung bzw. der erweiterten Konzernleitung im Berichtsjahr, wie im Vorjahr, keine Abgangsentschädigungen ausgerichtet.

Ebenso wurden im Berichtsjahr, wie im Vorjahr, keine Vergütungen im Voraus an Mitglieder des Verwaltungsrates und der Konzernleitung bzw. der erweiterten Konzernleitung entrichtet.

Bericht der Revisionsstelle

an die Generalversammlung der The Swatch Group AG

Neuchâtel

Wir haben den Inhalt der Ziffer 4a-e des Vergütungsberichts vom 26. Februar 2020 der The Swatch Group AG für das am 31. Dezember 2019 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Verwaltungsrates

Der Verwaltungsrat ist für die Erstellung und sachgerechte Gesamtdarstellung des Vergütungsberichts in Übereinstimmung mit dem Gesetz und der Verordnung gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Aktiengesellschaften (VegüV) verantwortlich. Zudem obliegt ihm die Verantwortung für die Ausgestaltung der Vergütungsgrundsätze und die Festlegung der einzelnen Vergütungen.

Verantwortung des Prüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage unserer Prüfung ein Urteil zum beigefügten Vergütungsbericht abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit den Schweizer Prüfungsstandards durchgeführt. Nach diesen Standards haben wir die beruflichen Verhaltensanforderungen einzuhalten und die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass hinreichende Sicherheit darüber erlangt wird, ob der Vergütungsbericht dem Gesetz und den Art. 14 bis 16 der VegüV entspricht.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen, um Prüfungsnachweise für die im Vergütungsbericht enthaltenen Angaben zu den Vergütungen, Darlehen und Krediten gemäss Art. 14 bis 16 VegüV zu erlangen. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst die Beurteilung der Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Vergütungsbericht ein. Diese Prüfung umfasst auch die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Bewertungsmethoden von Vergütungselementen sowie die Beurteilung der Gesamtdarstellung des Vergütungsberichts.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung entspricht der Vergütungsbericht der The Swatch Group AG für das am 31. Dezember 2019 abgeschlossene Geschäftsjahr dem Gesetz und den Art. 14 bis 16 der VegüV.

PricewaterhouseCoopers AG



Thomas Brüderlin
Revisionsexperte
Leitender Revisor



Tobias Handschin
Revisionsexperte

Basel, 26. Februar 2020







• • • •
SWATCH GROUP

Mido



ck
Calvin Klein

Hamilton



The Swatch Group AG
Postfach, Seedorf 6
CH-2501 Biel, Schweiz
Telefon: +41 32 343 68 11
Fax: +41 32 343 69 11
E-Mail: www.swatchgroup.com/kontakt
Internet: www.swatchgroup.com

