

Luxus läuft

Bis 2020 könnte sich das Geschäft mit teuren Autos, feinen Kleidern und Sterne-Küche verdoppeln.

- **Erstmals wurde die Branche in ihrer Gesamtheit erfasst.**
- **Bei Autos und Yachten sind deutsche Firmen weltweit spitze.**
- **Aber: Der erfolgsverwöhnten Branche drohen Gefahren.**

Tanja Kewes, Christoph Kapalschinski
Düsseldorf

Luxus aus Deutschland - lange waren das fast ausschließlich Autos. L'art de vivre, „bella cucina“, Haute Couture kamen aus dem Ausland. Doch bei Lebensart, guter Küche und Mode holen die heimischen Hersteller auf. Bis 2020 könnte sich die Wertschöpfung der Luxusbranche verdoppeln, meinen die Experten von Roland Berger. „Die deutschen Konsumenten haben den Luxus nachhaltig für sich entdeckt und werden ihre Ausgaben auch in den nächsten Jahren deutlich erhöhen“, sagt Philip Beil, Berater bei Roland Berger.

Nach einer Studie der Unternehmensberatung, die den Luxussektor in Deutschland in seiner Gesamtheit erstmals erfasst und dem Handelsblatt exklusiv vorliegt, erzielte die Branche 2011 eine Gesamtwertschöpfung von 49 Milliarden Euro. 19 Milliarden Euro davon entfielen auf den inländischen Konsum deutscher und ausländischer Marken. Deutsche Unternehmen wie Porsche, Hugo Boss, Faber Castell und Bechstein (Klaviere) exportierten darüber hinaus im Wert von 30 Milliarden Euro. Insgesamt beschäftigt die Branche 140 000 Mitarbeiter in Industrie und Handel. Zahlreiche weitere Arbeitsplätze hängen direkt von der Luxusbranche ab. „Deutschland ist in Segmenten wie Autos oder Motor-Superyachten Weltmarktführer - diese Reputation hilft dem Prädikat ‚Made in Germany‘ und damit auch allen anderen Bereichen der deutschen Luxusindustrie“, sagt Beil.

Neue Einigkeit

Doch auch die neuen Zahlen zeigen: Die deutsche Branche ist klein im Verhältnis zu den Leitbranchen der deutschen Wirtschaft wie dem Automobilbau (351 Milliarden Euro Umsatz, 719 000 Beschäftigte) und der chemischen Industrie (171 Milliarden Euro Um-



Auf dem Laufsteg: Mode aus Deutschland gewinnt auch international immer mehr Freunde.

Deutscher Luxusmarkt		
Wertschöpfung	Inland	Export
49 Mrd. €	19 Mrd. €	30 Mrd. €
davon:		
Auto	27,0	27 000
Mode	4,4	4 200
Uhren/Schmuck	3,0	2 000
Kosmetik	2,9	1 000
Kunst	2,1	1 500
Interior	1,6	8 300
Audio/Video	1,6	3 500
Yachten	1,4	8 500
Sonstige	4,5 Mrd. €	Mitarbeiter: 28 600
darunter: 5-Sterne-Hotels, Wein, Stifte, Sterne-Restaurants, Luxusflüge, Musikinstrumente		

Handelsblatt | ohne Handel | Quelle: Roland Berger

satz, 415 000 Beschäftigte). Dennoch will sie als quantitative und qualitative Größe wahrgenommen werden.

Vorbilder gibt es im Ausland: In Frankreich, Schweiz oder Italien ist die Bedeutung der Luxusbranche mit ihren zahlreichen und bür-

sennotierten Konglomeraten wie LVMH, PPR oder Richemont und weltbekannten Marken wie Prada, Gucci und Rolex für die Volkswirtschaften groß und anerkannt. Im vergangenen Mai gründete sich deshalb in Analogie zu den Vereinigungen in Italien (Altgamma), Frankreich (Comité Colbert), England (Walpole Committee) und Spanien (Circulo Fortuno) der deutsche Branchenverband Meisterkreis. Hier haben sich 50 nationale und internationale Marken zusammengeschlossen. Geschäftsführer ist Clemens Pflanz, ein frei-

er Berater mit langjähriger Managementenerfahrung in der Luxusindustrie. In Europa sind alle fünf Vereinigungen in der European Culture and Creative Alliance (EC-CIA) zusammengefasst.

Die neue Einigkeit hat ihren Grund: Der erfolgsverwöhnten Branche drohen Gefahren. „Die Wahrung des geistigen Eigentums für kreative Leistungen, die Weiterentwicklung des selektiven Handels sowie die systematische

Talentförderung können nur im europäischen Kontext angegangen werden“, sagt Verbandsgeschäftsführer Pflanz. Bislang hängt ein Großteil des Umsatzes an wenigen Konzernen: Allein der Sportwagenbauer Porsche steht für fast ein Viertel des gesamten deutschen Luxusumsatzes, und Hugo Boss sorgt für fast die Hälfte des Luxusmodeumsatzes von 4,4 Milliarden Euro. Beide Unternehmen wachsen vor allem im Ausland. Viele der neuen Luxuskunden kommen aus China. Die Luxusbranche ist damit nicht nur von der Konjunktur in dem Land abhängig, sondern auch von dessen politischen Vorgaben. Der Automarkt etwa litt zuletzt an der Ankündigung der Regierung, in Metropolen wie Peking weniger Autos zulassen zu wollen. Für die Mode ist die Frage wichtig, wie sie vor Produktpiraterie geschützt ist. Immerhin: Chinas Behörden gehen inzwischen härter gegen Fälschungen vor.

Im europäischen Markt wachsen die großen Luxusmarken ebenso

Die Deutschen haben den Luxus nachhaltig für sich entdeckt.

Philip Beil
Berater bei Roland Berger

WAS IST LUXUS?

Kriterien Der Europäische Luxusverband EC-CIA definiert Luxus nach Kriterien wie Preis, Exklusivität und Siegel.

Produkte Als Luxusauto gilt ein Modell, das mehr als 80 000 Euro kostet. Bei Champagner zählt die Herkunft, bei Hotels die Auszeichnung fünf Sterne. Yachten müssen hochwertig gefertigt und mindestens 15 Meter lang sein. Restaurants brauchen einen Stern des Guide Michelin.

wie kleinere, etwa die familiengeführte Schmuckmanufaktur Wendlorff, derzeit besonders durch eigene Läden und strikte Kontrolle über ihre Vertriebspartner. Oder die Porzellanmanufaktur Meissen, die gerade einen neuen Flagship-Store in Mailand eröffnet hat. Solch ein sogenannter selektiver Vertrieb, bei dem nur ausgewählte Partner zugelassen sind, wird von der EU reguliert. Eine Verschärfung der Regeln würde die Branche daher hart treffen.

Zudem hatte die letzte Finanzkrise den Glauben an die Stabilität des Luxussegments erschüttert: Gerade ausländische Kunden, etwa aus Osteuropa, hielten sich damals zurück. Die Folge war ein Umsatzeinbruch bei vielen Herstellern. Diese und an-

dere Entwicklungen wollen die Luxusverbände am kommenden Dienstag in einer gemeinsamen Pressekonferenz in Brüssel thematisieren.

Insgesamt ist die deutsche Branche zuversichtlich. Der deutsche Luxuskonsum ist von 2010 auf 2011 mit 16 Prozent gewachsen - bei nahezu allen Bereichen verzeichneten deutliche zweistellige Zuwächse. Die Exporte der deutschen Unternehmen entwickelten sich ähnlich stark.

Auch in der Gastronomie wächst das Luxussegment: 43 neue Fünf-Sterne-Hotels sind bis 2015 in Deutschland geplant - für zwei Milliarden Euro Investitionssumme. Und auch beim Essen gewinnt die Lebensart: 23 Sterne-Restaurants sind 2011 dazugekommen.

CORPORATE FINANCE

Seminar BASEL III

6. Juni 2012, Frankfurt a

Umsetzung der Eigenkapital- und Liquiditätsanforderungen

Inhalte

- Überblick und Mindestkapitalquoten
- Regelungsinhalte Basel III/CRD IV
- Umsetzungsprozess/Single Rule Book
- Mindesteigenkapitalanforderungen

Ermittlung der Liquiditätskennzahlen

- Bedeutung von LCR und NSFR
- Ermittlung der hochliquiden Assets und der Rückflussraten

Referenten

Minh Banh, Senior Consultant, Service Line Finance bei Deloitte tätig