

EDITORIAL

Frischer Aufwind für die Luxusbranche



BRITTA BIRON

Nach einem vergleichsweise schwachen Vorjahr kann die Luxusindustrie heuer wieder aufatmen. Laut dem aktuellen Marktreport von Bain & Comp. und Altagamma darf man heuer mit einem Gesamtumsatz von 1,2 Billionen Euro rechnen, das ist ein Plus von 5%. Die Umsätze im Segment Personal Luxury Goods – darunter fallen Mode, Accessoires, Uhren, Schmuck und Kosmetik – werden auf 489 Mrd. Euro steigen.

Erfreulich sei laut den Studienautoren vor allem die Tatsache, dass nicht Preiserhöhungen, sondern mehr verkaufte Produkte zu dem Umsatzplus geführt haben.

Also alles wieder gut im Luxusland? Jein. Zwar wird für die nächsten drei Jahre mit einem weiteren Aufwärtstrend gerechnet, aber die Schere zwischen Gewinnern und Verlierern vergrößert sich ebenfalls. Und auch bei den Marken, die sich über steigende Umsätze freuen, wird diese dadurch getrübt, dass die Profitabilität damit nicht Schritt hält. Immerhin zwei Drittel der erfolgreichen Luxusfirmen konnten ihre Gewinne heuer nicht steigern. Über die Ursachen gibt der Bain-Report keine Auskunft. Sympathisch wäre natürlich, wenn's daran läge, dass die Nobelbranche nix von legalen, aber schmutzigen Steuertricks (Stichwort Paradise Papers) hielte.

TOP 10



NATIONEN-RANKING

Laut Billionaire Census 2017 von Wealth-X leben in den USA die meisten Milliardäre (620 Personen). Die reichsten der Reichen sind sie aber nicht; ihre holländischen Kollegen haben im Schnitt pro Person fast 30 Mio. USD mehr am Konto.

Land	Vermögen/ Milliarden
1. Niederlande	4,45 Mrd. USD
2. Mexiko	4,36 Mrd. USD
3. USA	4,16 Mrd. USD
4. Frankreich	3,37 Mrd. USD
5. Spanien	3,37 Mrd. USD
6. Hongkong	3,28 Mrd. USD
7. Russland	3,19 Mrd. USD
8. Saudi-Arabien	3,11 Mrd. USD
9. VAE	3,10 Mrd. USD
10. Brasilien	3,04 Mrd. USD

Quelle: Billionaire Census 2017 von Wealth-X



© Alexander van Berge-Amsterdam



© Bernd Gruber



„Heute setzen Bauherren nicht nur auf das schöne Äußere einer Immobilie, sondern investieren ganzheitlich.“

PHILIPP HOFLEHNER

Um einen Raum und seine Wirkung wirklich zu verstehen, denken wir tiefer, als es auf den ersten Blick notwendig erscheint.

# Perfekt eingerichtet

**Gastkommentar** Interior Design als gekonnter Mix aus verschiedenen Faktoren.

PHILIPP HOFLEHNER

**Kitzbühel.** Heute ändern sich Wohntrends fast ebenso schnell wie Modetrends. Aber der Umgang mit Interior-Design ist viel leichter und spielerischer geworden, teilweise auch wegen der Beeinflussung durch Trends und Motive aus der Mode.

Das Einrichten von Haus oder Wohnung und die Herangehensweise an solche Projekte sind kreative Prozesse. Allerdings sollte man sich so einrichten, dass es authentisch und unangestrengt wirkt. Setzt man auf zu viele Trends gleichzeitig, kann es leicht passieren, dass man sich nach kurzer Zeit daran sattgesehen hat.

**Vielfältige Inspirationen**

Wenn man sich für eine Veränderung seines Wohnumfelds entscheidet, dann sollte sie behutsam, aber trotzdem konsequent getroffen werden.

Oft sind es kleine Details, die man erst auf den zweiten Blick sieht, die in einem Raum den Unterschied machen und die Bewohner jeden Tag aufs Neue erfreuen.

Auch wir arbeiten mit Inspirationen, die wir uns von internationalen Messen holen, und stehen

in regem Austausch mit den Taktgebern der Szene. Aber die wichtigen, entscheidenden Dinge kommen immer von selbst auf einen zu. Uns dient vieles als Inspiration: die Farbe eines ungeschliffenen Steins, die Oberfläche von Altholz, der matte Glanz eines Metalls, aber auch Gespräche mit Freunden führen uns in immer neue Richtungen und lassen uns neue Wege gehen.

Wichtig ist es, immer neugierig zu bleiben. Das bedeutet aber nicht, dass man jedem Trend nachlaufen muss; vielmehr sollte die Qualität im Vordergrund stehen und deren konsequente Umsetzung.

Qualitätskontrolle ist essenziell, denn sie macht am Ende den Unterschied, ob ein Projekt wirklich gelungen ist oder nicht, ob es Wertigkeit besitzt oder nicht. Man könnte das einen ganzheitlichen Ansatz nennen, ohne den es nicht geht.

**Qualität rechnet sich**

Heute setzen Bauherren nicht nur auf das schöne Äußere einer Immobilie, sondern investieren ganzheitlich. Qualitativ hochwertiges, wertvolles Interieur ist ein Investment und erleichtert den Wiederverkauf der Immobilie.

Funktionalität in Einklang mit gutem Design zu bringen, ist wichtig. Die Steuerung des Lichts und verschiedener Licht-Atmosphären über Fernbedienung/Smartphone sollten daher in der Planung berücksichtigt werden.

„Qualitativ hochwertiges Interieur zahlt sich auch beim Wiederverkauf aus.“

PHILIPP HOFLEHNER

Wie startet man ein Projekt? Man muss jeden Raum erst kennenlernen – sei es eine Wohnung, die neu eingerichtet werden soll, ein Haus, das neu errichtet wurde, oder ob einem Hotel durch Interior-Design neues Leben eingehaucht werden soll.

Der kreative Prozess startet vor Ort, Ideen reifen und werden dann im Büro auf Papier gebracht. Es ist ein Zusammenspiel aus der Kultur, dem Stil der Bauherren, dem

eigenen Denken und Empfinden und natürlich aus dem Ort, an dem Neues entstehen soll.

**Natur liegt im Trend**

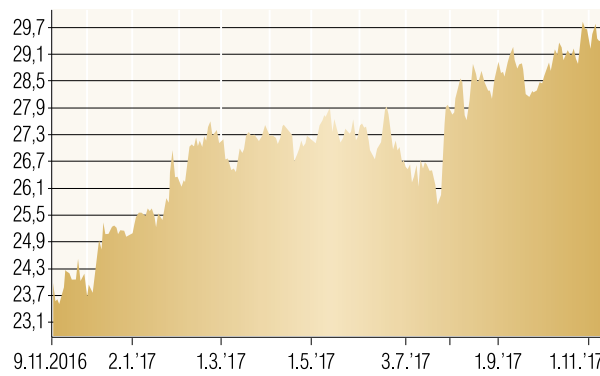
Heimische Hölzer wie zum Beispiel Eiche eignen sich ideal für lokale Projekte; das bedeutet aber nicht, dass diese Materialien generell rustikal aussehen müssen und nur für einen alpinen Chalet-Stil geeignet sind.

Man kann bei Holz auch an eine glatte, feine Oberflächenstruktur denken, die zu stilvollen urbanen Appartements passt. Der nachhaltige, bewusste Umgang mit den Ressourcen, die uns die Natur zur Verfügung stellt, sollte sich von der Planung an durch den gesamten Gestaltungsprozess ziehen.

**ZUR PERSON**

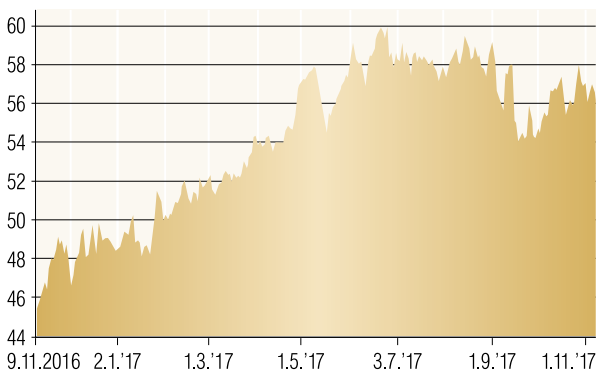
Philipp Hoflehner leitete unterschiedliche Innenarchitektur-Projekte in Zürich und New York, bevor er im Jahr 2010 als Creative Director zu Bernd Gruber kam. Mit ausgeprägtem Gespür für Stil und Architektur gestaltet er zusammen mit einem hochkarätigen Team die Projekte. Konzeptionell strebt er nach Weiterentwicklung der Marke, ohne deren Designsprache und Identität zu verwässern. [www.bernd-gruber.at](http://www.bernd-gruber.at)

**DIAGEO PLC.**



Diageo vertreibt über 150 Marken, fast zehn Produkte des Unternehmens zählen zu den weltweit absatzstärksten 25 Spirituosenmarken Die britisch-amerikanische Carnival Corporation & plc. setzt künftig auch im Heimatmarkt USA auf umweltfreundlichere Kraftstoffe (LNG).

**CARNIVAL CORP. & PLC.**



**EXKLUSIVES ZUM FEST**

**Weihnachten naht**, und damit der Urlaub und die Suche nach erlesenen Geschenken. Mit dem weltweit größten Spirituosenhersteller **Diageo** (ISIN: GB0002374006) liegt man kaum falsch: Wer kennt nicht Johnnie Walker, Smirnoff Ice, Guinness, Gordon's Gin und Baileys? Der Kurs hat auf Jahressicht zwar schon um ca. 20% zugelegt, dafür kommt Diageo beim Sparkurs gut voran. Obwohl ökologisch gesehen in Verruf geraten, sind Kreuzschiffahrten weiter sehr beliebt. Davon profitiert der weltgrößte Kreuzfahrtkonzern **Carnival** (ISIN: GB0031215220).