

03/2014 - MAI/JUNI - DEUTSCHLAND 4,80 €

Luxe
up
your
life!

LUXUS WOHNEN

COOK MAL!
KÜCHEN
EXTRA

**HEIDIS
HOME**
**TREND:
BEEREN-
FARBEN**
**DIE TOP
LUXUS-
MARKEN**

WOHN FÜHLEN

KREATIVE PROFI-TIPPS UND DEKO-IDEEN
FÜR EXKLUSIVES WOHNFEELING!

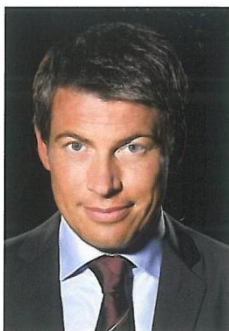
LW-MAGAZIN.DE



DIE 30 BESTEN DEUTSCHEN LUXUSMARKEN

Der Studienband für die deutschen Luxusmarken 2014 ist veröffentlicht. Das Markenbarometer, das alle zwei Jahre in einer Kooperation der „Wirtschaftswoche“, Biesalski & Company und Brand Networks entsteht, rankt die besten deutschen Luxusmarken. **Auch 15 Firmen aus dem Wohnbereich haben es unter die Top 30 geschafft.** Wir stellen die Elite der deutschen Markenkultur vor und zeigen einen Einblick in ihr Portfolio.

Die kompletten Ergebnisse auf www.lw-magazin.de



ALEXANDER BIESALSKI

Alexander Biesalski ist Geschäftsführender Gesellschafter der Managementberatung BIESALSKI & COMPANY und Autor des Luxusmarken-Rankings.

PRÄZISION TRIFFT EMOTION

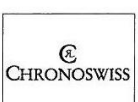
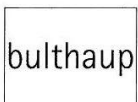
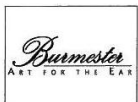
Wie kommt man dazu, sich mit deutschem Luxus aus Markensicht zu beschäftigen? Ganz einfach: Wir teilen die Faszination für konsequent zelebrierten Luxus wie auch für starke Marken. Grund genug, den faszinierendsten Luxusmarken im Land nachzuspüren.

Doch was macht die Anziehungskraft von Luxusmarken eigentlich aus, was sind die Indikatoren, die starke Luxusmarken beschreiben? Im Mittelpunkt der Studie stehen diejenigen Marken, die aufgrund ihrer Preisstellung und Exklusivität dem Luxusbereich zugeordnet werden können und gleichzeitig in der breiten Bevölkerung weitgehend bekannt sind. Gleichzeitig erzielen diese Marken deutlich höhere Preise als im Grundsatz vergleichbare Angebote von Mainstream-Anbietern. Warum? Die Top-Luxusmarken bieten einen außergewöhnlichen funktionalen oder emotionalen Mehrwert, der Begehrlichkeit schafft.

Seit nunmehr fast zehn Jahren untersuchen wir anhand dieser Kriterien die deutschen Luxusmarken im zwei-

jährigen Turnus. Damals wie heute befragen wir Branchenexperten aus Verbänden, der Fachpresse und dem Luxusfachhandel zu den Marken, die das höchste Ansehen genießen und den Gründen dafür. Auch aufgrund ihrer Objektivität hat sich die Studie über die Jahre als viel beachtetes Markenbarometer des deutschen Luxus etabliert.

Beflügelt wurde das Interesse für die Studie zudem durch die Renaissance von Luxus im Allgemeinen sowie des deutschen Luxus im Speziellen. Angetrieben durch den Wirtschaftsboom in Asien sowie die Entstehung der New Economy erreichte der internationale Luxusgütermarkt in den Neunzigern und Zweitausendern regelmäßig hohe Wachstumsraten. Diese Marktdynamik setzt sich aktuell fort. Parallel dazu hat sich auch der deutsche Luxusmarkt entwickelt und längst sein internationales Schattendasein überwunden. Qualität, Präzision und Zuverlässigkeit gepaart mit Mut und Disziplin beflügeln die Faszination des deutschen Luxus – heute und hoffentlich auch in der Zukunft. Schließlich will die luxusauffine Zielgruppe immer wieder aufs Neue fasziniert werden.



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



1 A. LANGE & SÖHNE mit dem Zeitmesser „Richard Lange Ewiger Kalender - Terraluna“.

2 GLASHÜTTE ORIGINAL mit einem faszinierenden Beispiel der Glashütter Konstruktionskunst: „Senator Chronograph Panoramadatum“.

3 PORSCHE mit dem „Cayman GTS“, einem kleineren Sportwagen mit ordentlich Power.

4 BURMESTER mit einer Audioanlage aus der „Reference Line“, mit Klangqualität im High-End-Bereich.

5 BULTHAUP mit einem Küchenkonzept aus der „b3“-Serie, hier bestimmt die Küche die Architektur.

6 GAGGENAU mit dem Vollflächeninduktionskochfeld „CX 480“, dem kreativsten Arbeitsbereich seit der Feuerstelle.

7 T+A mit dem Lautsprecher „Solitaire CW 2000 SE“, ein wuchtiges und souveränes Kraftpaket der Klangindustrie.

8 CHRONOSWISS mit dem Modell „Automatic“ aus der „Sirius“-Kollektion, einem Klassiker der Automatikuhren.

9 LEICA mit der handgefertigten Kamera „M9-P“ in der Sonderedition „Edition Hermès“, die in Zusammenarbeit mit dem Pariser Unternehmen Hermès entstand.

10 MEISSEN mit „Covet“ aus der „Antemann Dreams“-Kollektion, fantastische Dekorationskunst mit Charakter.

poggen
pohl

SieMatic

THONET

DEDON

COR

WALTER WERTS
Wellendorff
THE FINEST SWISS JEWELLERY SINCE 1818

JIL SANDER

ROBBE & BERKING
SILBER

MONT
BLANC

interlübke

11



12

13



14

15



16



17



18



19

20



11 POGGENPOHL mit dem Küchenkonzept „+Modo“, eine Harmonie aus offenen und geschlossenen Räumen.

12 SIEMATIC mit einem Design aus der „S2“-Kollektion, wie gewohnt in griffloser Ausführung.

13 THONET mit dem Stuhl „S43“ in Tomatenrot, einem Freischwinger im Bauhausdesign.

14 DEDON mit dem Outdoorsessel „Dala“, gewebt aus einer wetterfesten Kunststofffaser.

15 COR mit dem Ledersofa „Elm“, einem lässigen und bequemen Statement im Wohnbereich.

16 WELLENDORFF mit „Purpurzauber“ und dem Wissen aus über 120 Jahren Schmuckmanufaktur.

17 JIL SANDER mit einem sommerlichen Dress aus der aktuellen „Jil Sander Navy“-Kollektion

18 ROBBE & BERKING mit dem Jubiläumsbesteck „Hermitage“, dem Relaunch eines Klassikers der Silberbestecke.

19 MONTBLANC mit „Meisterstück 149“, einem der bekanntesten und beliebtesten Schreibgeräte unserer Zeit.

20 INTERLÜBKE mit „Mell“ (Polsterbett) und „Base“ (Schrank), zwei filigrane Stücke aus dem Portfolio.

DORN
BRACHT

21



Occhio

22



KOCH & BERGFELD
Silberwaremanufaktur seit 1829

23



MARKTEX

24



WEMPE

25



SCHLOSS ELMAU
Luxury Hotel & Conference Resort

26



KOCH & BERGFELD

27



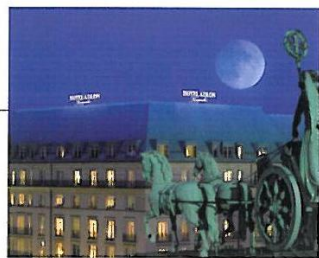
NYMPHENBURG

28



Hotel Adlon
Kempinski
BERLIN

29



ESCADA

30



21 DORNBRACHT mit der Badarmatur „Mem“, mit trendiger roségoldener Oberfläche.

22 OCCHIO mit der Stehleuchte „Divo Sogno“, im unverwechselbaren Look.

23 KOCH & BERGFELD mit „Neufaden“, einer gelungenen Adaption des „Augsburger Fadens“.

24 MARKTEX mit „Boteva“, einem eleganten Sessel mit Stoffbezug.

25 WEMPE mit „Renaissance“, einem bezauberndem Diamantring aus der 135 Jahre alten Manufaktur.

26 SCHLOSS ELMAU, das 5-Sterne Luxus-Hideaway ist die erste Hotelmarke im Ranking.

27 TOBIAS GRAU mit „Falling in Love“, einer genialen Tischleuchte in knuffiger Optik.

28 NYMPHENBURG mit der „Monogram“-Kollektion, feinstes Porzellan mit filigraner Initialbemalung

29 HOTEL ADLON in Berlin gehört zur Kempinski-Kette, ist seit Jahrzehnten das bekannteste Hotel Deutschlands und steht stellvertretend für den ultimativen Luxus.

30 ESCADA mit dem Wickelkleid „Danutana“ aus der aktuellen „Fashion Zoo“-Kollektion.