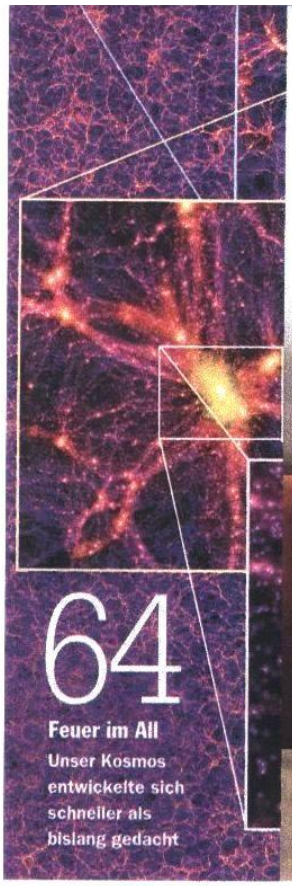
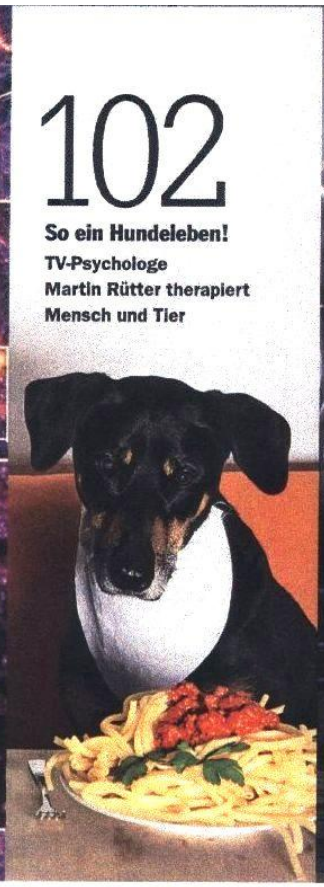
FOCUS Nr. 52 vom 27.12.2011

Auszug: „Luxury Pearls – die heimlichen Stars des deutschen Luxus“



64
Feuer im All
Unser Kosmos entwickelte sich schneller als bislang gedacht



102
So ein Hundeleben!
TV-Psychologe Martin Rütter therapiert Mensch und Tier

114
Lust auf Luxus
Wo die Edel-Branche boomt – zum Beispiel beim Münchner Modelabel Talbot Runhof

KULTUR & LEBEN, MEDIEN

88 **Rohstoffe statt Ideale**
Bestsellerautor Henning Mankell hält China für gefährlich – und die EU für überflüssig

92 **Rock & Rollstuhl**
Klassische Kinokomödie mit französischem Charme: „Ziemlich beste Freunde"

93 **Bestseller**

95 **Die Harald-Schmidt-Kolumne**
Warum 2012 ein gutes Jahr wird

96 **Die erschöpfte Gesellschaft**
Burn-out bleibt Thema, bis wir abschalten lernen, sagt Trendforscher Peter Wippermann

100 **Opfer der Boulevardpresse**
Der Abgeordnete Tom Watson kämpft gegen die Macht der Murdoch-Medien

102 **»Das ist ja wie bei uns«**
Martin Rütter therapiert Mensch und Hund

104 **Mein Vater**
Marius Müller-Westernhagen über den Schauspieler Hans Müller-Westernhagen

106 **Boulevard**

WIRTSCHAFT

114 **Luxus made in Germany**
Ein Ranking der künftigen Nobel-Champions

118 **Montag ist Zeugnistag**
FOCUS bewertet die Wirtschaft

120 **Luftfahrt-Deal**
Araber stärken Air Berlin den Rücken – und setzen der Lufthansa zu

122 **Geldmarkt**
Fonds-Sparpläne / Finanz-Kolumne

124 **Unternehmen Zoo**
Erfolg mit Tieren auf Teneriffa

126 **Marktplatz**

SPORT

128 **Halbzeit-Zeugnisse**
Treffsichere Stürmer, standfeste Torhüter: FOCUS-Fußnoten für die Bundesliga-Hinrunde

131 **Sprung an die Spitze**
Mit Richard Freitag hat Deutschland wieder einen Titelanwärter bei der Vierschanzentournee

131 **Finale**

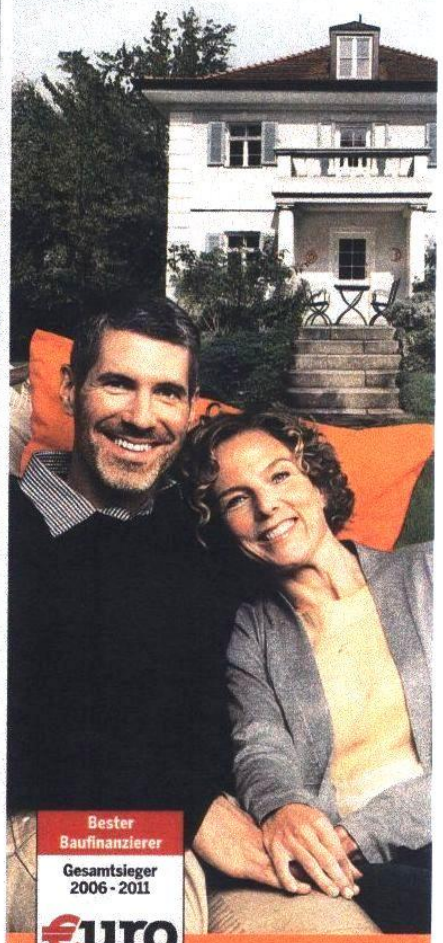
RUBRIKEN

5 Memo des Chefredakteurs
8 Wer, wo, was
10 Fotos der Woche
19 Focussiert
51 Impressum / Servicerufnummern
108 Leserbriefe
109 Leserdebatte
110 Fax-Abruf
132 Fragebogen: Sido
134 Tagebuch des Herausgebers

Titelfotos: FOCUS-Magazin, H. Schachl/dpa/picture-alliance, Brauer-Photos/M. Neugebauer, Xinhua/eyevine/Picture Press, M. Grande, Thomas & Thomas

UNSER ZUHAUSE: OPTIMAL FINANZIERT.

Persönliche Beratung
300 Banken im Vergleich
Beste Konditionen



Bester Baufinanzierer
Gesamtsieger 2006 - 2011
€uro

interhyp
DIE BAUFINANZIERUNG
www.interhyp.de
0800 200 15 15 95

Luxus und Handwerk

Die **deutschen Nobelmarken** glänzen und sind gefragter denn je. Die großen Namen kennt jeder – aber wer sind die Champions von morgen? FOCUS hat sie gefunden

Es war ein Schicksalsschlag, der für Wolfgang Kettnaker zur großen Chance wurde. Der Möbelfabrikant, der heute eines der exklusivsten Schranksysteme Deutschlands baut und einen Design-Preis nach dem anderen kassiert, war erst 23 Jahre alt, als sein Vater 1990 starb. Der Familienbetrieb, ein traditioneller, etwas biedere Möbelfertiger, musste weitergeführt werden.

„Das war nicht ganz einfach, neue Wege zu gehen, aber es hat funktioniert", so Kettnaker. So schaffte er es als einer der ersten Möbelhersteller, Hi-Fi-Anlagen ebenso elegant wie intelligent zu integrieren.

Den Durchbruch brachte ihm vor zwei Jahren die Idee mit den Wechselfronten: Kunden können ihre Möbel jederzeit neu verkleiden, indem sie die von Minimagneten gehaltenen sechs Millimeter dünnen Blenden austauschen.

In ganz Europa – seit neuerem vor allem auch in Russland – kaufen die Kunden die Möbel aus dem schwäbischen Dürmentingen. Sie geben teils mehr als 20 000 Euro für ein Kettnaker-Modell aus. Der Umsatz stieg in nur zwei Jahren um 35 Prozent auf 10,2 Millionen Euro.

Kettnaker ist eine der vielen feinen kleinen Manufakturen, die gerade in Krisenzeiten boomen. Marken-Experte Alexander Biesalski, Chef der Unternehmensberatung Biesalski & Company: „Es formiert sich eine neue Art von Luxus." Statt augenfälliger Logos und protziger Aufmachung seien Handwerk und kleine Stückzahlen gefragter denn je.

Weltweit prosperiert der Luxusmarkt. Edles Papier, wertvolle Füller, teure Möbel – die letzte Finanzkrise führte zur Zurückhaltung. Doch jetzt leistet man sich wieder was. Für das Geschäft mit dem Exquisiten erwartet die Unternehmensberatung Bain & Company für dieses Jahr einen globalen Umsatz von 185 Milliarden Euro – und damit eine Steigerung von acht Prozent zum Vorjahr.

An diesem Milliardengeschäft verdienen deutsche Luxushersteller kräftig mit. Johannes Spannagl, dessen Beratungsunternehmen Brand Networks alle zwei Jahre die großen deutschen Luxuslabels rankt, sagt: „Gerade deutsche Wertarbeit wird zurzeit international geschätzt." Uhren von A. Lange & Söhne ebenso wie ein Porsche oder ein Messer der niedersächsischen Edel-Schmiede Nesmuk – Liebhaber zahlen dafür Beträge von bis zu 80 000 Euro. Die Kunden kaufen hier nicht nur Luxus, sondern gleichzeitig auch ein Anlageobjekt, das der Werterhaltung dienen soll.

Während das Misstrauen in die Kapitalmärkte mit ihren Aktien und Anleihen wächst, steigt die Sehnsucht nach Beständigkeit. Davon profitieren nun kleine deutsche Manufakturen, für die sich ganz neue Marktchancen eröffnen. Der Glanz der globalen Luxuslabels wie Prada, Bulgari oder Gucci fällt auch auf immer mehr Produkte made in Germany.

Das war nicht immer so. Bislang galt deutscher Luxus international als zu wenig sinnlich und viel zu technikgetrieben. Das Parkett der Eitelkeiten beherrschen die Franzosen und Italiener mit Mode, Taschen, Schuhen und Kosmetikartikeln. Petra-Anna Herhoffer, die den Studienschwerpunkt Luxury Brand Management an der Munich Business School leitet, erklärt: „Während die Franzosen und Italiener schon immer mit feinsten Produkten für den Körper brillierten, steht Deutschland für Technik und Fertigung."

Die deutschen Luxusproduzenten haben aufgeholt. Ihre technischen Fähigkeiten zählen wie nie. So hat etwa der Sportwagen-Hersteller Porsche allein bis Ende November 25 Prozent mehr Autos verkauft als im Vergleichszeitraum des Vorjahrs. Ähnliche Erfolgszahlen nennen auch Mercedes, BMW und Audi für ihre Premium-Modelle.

So groß der Markt der Auto-Giganten ist, so kleinteilig präsentiert sich das restliche deutsche Luxussegment. Hier dominieren keine internationalen Großkonzerne wie LVMH und PPR, die mehrere Marken wie Louis Vuitton, Kenzo, Hennessy und Moët & Chandon bündeln und so beim Vertrieb und dem Marketing über eine größere Schlagkraft verfügen. Die meisten deutschen Luxusunternehmen sind Einzelkämpfer. Nur einige wenige wie die Uhrenfertigung ▶

Fotos: Dieter Mayr/FOCUS-Magazin

Fronten-Tausch

Wolfgang Kettnaker, 44, zeigt die Belastbarkeit seines Kubussystems: Die Preise liegen zwischen 8000 und 20 000 Euro. Der in fünfter Generation betriebene Möbelhersteller gehört zur deutschen Nobelfertigung

A. Lange & Söhne oder der Füller-Createur Montblanc schlüpften unter das Dach ausländischer Großkonzerne.

Exklusiv für FOCUS hat die Münchner Unternehmensberatung Biesalski und Company nun das Segment der deutschen Nobelmanufakturen vermessen und nach den Trendsettern mit dem größten Potenzial gesucht. Die Markenprofis haben 124 Experten von Universitäten, Verbänden, Fachhandel und -presse befragt, welche Unternehmen die deutschen „Luxury Pearls" sind, die besten unter den kleinen Feinen.

Bei den Produkten dominiert das handwerklich Gefertigte. Vierzehn der 20 Top-Unternehmen sind Unternehmensbranchen wie Möbelbauer, Messerschmieden oder Hi-Fi-Manufakturen.

In Wunstorf bei Hannover entwickelt Nesmuk-Chef Lars Scheidler die schärfsten Messer der Welt: Ihre vorderste Schneidkante ist nur einen tausendstel Millimeter dünn. Selbst Samuraischwerter sind doppelt so dick. Hi-Fi-Anlagenbauer T+A in Herford müht sich um den perfekten Klang, und der Münchner Designer Axel Meise rückt Büros und Wohnungen ins rechte Licht. Im deutschsprachigen Raum sind seine Leuchten Marktführer unter den Luxuslampen.

Mit viel Energie drängen zahlreiche dieser Firmen auf den internationalen Markt. Während sie das Massenpublikum noch nicht kennt, wecken sie längst Begehrlichkeiten bei den Prominenten, Wohlhabenden und der sogenannten Konsum-Avantgarde. Die meisten Unternehmen sind mittelständische Betriebe – wie der Schranksystem-Hersteller Kettnaker. Aber auch die Münchner Mode-

Große Rankings der **deutschen Top-Marken**

Amerikaner, Russen, Chinesen – sie alle wollen Edelstes aus Deutschland haben. FOCUS hat die am meisten etablierten Unternehmen und erstmals auch die Trendsetter mit dem größten Potenzial aufgelistet.

Die exquisiten **Trendsetter**

	Marke	Segment	Punktzahl im Luxusindex (max. 200)
1	Papierfabrik Gmund	Papier	194
2	Talbot Runhof	Mode	190
3	Kettnaker	Möbel	184
4	T+A	Hi-Fi	181
5	Nesmuk	Messer	179
6	Tamara Comolli	Schmuck	178
7	Classicon	Möbel	173
8	Alape	Möbel	168
9	Occhio	Leuchten	166
10	Kaviar Gauche	Mode	159
11	Tobias Grau	Leuchten	158
12	Lala Berlin	Mode	155
13	Ingo Maurer	Leuchten	151
14	Zeitraum	Möbel	147
15	Clearaudio	Hi-Fi	147
16	Güde	Messer	140
17	Draenert	Möbel	131
18	Waldmann	Schreibwaren	120
19	Sieger by Fürstenberg	Geschirr	119
20	Nils Holger Moormann	Möbel	114

Quelle: Biesalski & Company

Exklusiv für FOCUS bewertete die **Unternehmensberatung Biesalski & Company** die besten der feinen Manufakturen. Dazu befragten sie 124 Experten aus Universitäten, Handel und Verbänden

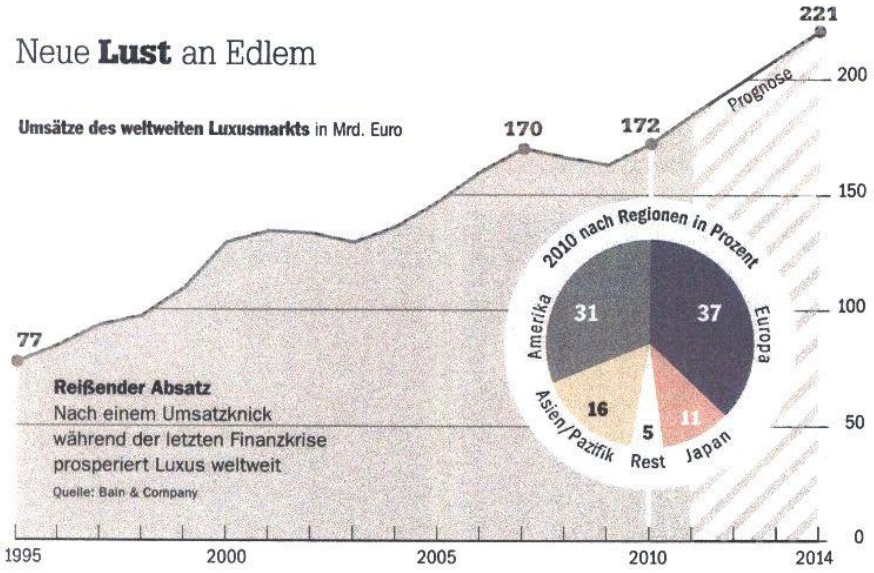
Die Top-**Luxusmarken**

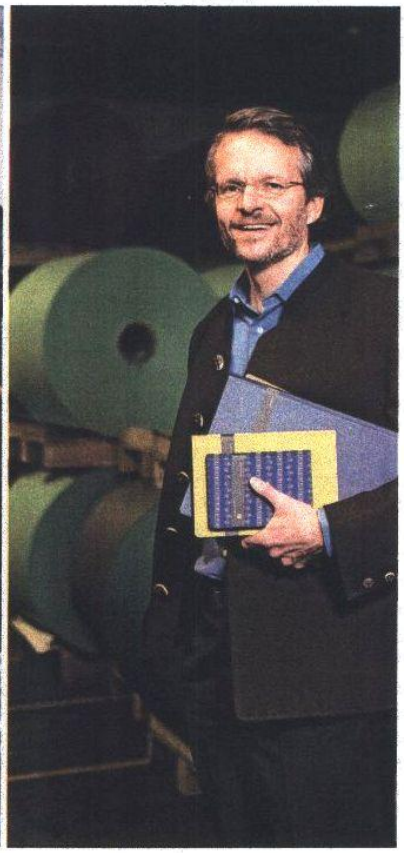
	Marke	Segment	Punktzahl im Luxusindex (max. 300)
1	A. Lange & Söhne	Uhren	239
2	Maybach	Autos	211
3	Glashütte	Uhren	204
4	Porsche	Autos	195
5	Bulthaup	Küchen	184
6	Wiesmann	Autos	180
7	Poggenpohl	Küchen	174
8	Chronoswiss	Uhren	170
9	Gaggenau	Elektrogeräte	163
10	Meissen Porzellan	Porzellan	162
11	Siematic	Küchen	161
12	Burmester	Hi-Fi	156
13	Cor	Möbel	152
14	Jil Sander	Mode	151
15	Escada	Mode	144
16	Baldessarini	Mode	143
17	Thonet	Möbel	142
18	Robbe & Berking	Besteck	141
19	Montblanc	Schreibgerät	141
20	Interlübke	Möbel	139

Quelle: Brand Networks

Die Markenexperten von **Brand Networks** listen alle zwei Jahre die besten Luxusmarken Deutschlands. Dazu interviewten sie dieses Jahr 200 Luxusspezialisten zur Anziehungskraft der Labels

Neue **Lust** an Edlem





Fotos: D. Mayr/FOCUS Magazin, D. Falke/Thomas & Thomas

Die Schneider **der Stars**

Die Münchener Modedesigner Johnny Talbot und Adrian Runhof kleiden sowohl Lady Gaga als auch Schauspielerin Julia Roberts ein – variantenreicher geht es kaum. Das Nobelkaufhaus Harrods in London ist ihr zweitbester Kunde.

Aus Bestem **geschöpft**

Im kleinen Örtchen Gmund am Tegernsee bestellt die Welt ihr Papier, wenn es fein sein soll: Oligarch Roman Abramowitsch ist ebenso Kunde von Papierfabrik-Chef Florian Kohler wie die Luxusunternehmen Hermès, Kenzo und Trussardi.

designer Talbot Runhof, deren Kleider die Sängerin Lady Gaga und die Schauspielerin Julia Roberts tragen.

Die wachsende internationale Bedeutung der neuen deutschen Couturiers überrascht. Hinter Talbot Runhof verstecken sich ein ehemaliger IT-Experte, der schon im Pentagon Raketen programmierte, und ein studierter Betriebswirt. Johnny Talbot und Adrian Runhof sind auf dem wichtigsten Laufsteg der Welt, der Pariser Fashion Week. Durch geschickten Faltenwurf und lange Ärmel auch bei Abendkleidern kaschieren sie die eine oder andere Problemzone ihrer Kundinnen. Ihre Abendroben hängen in den Nobelkaufhäusern der Welt: bei Harrods in London, Bergdorf Goodman und Saks Fifth Avenue in New York.

Am besten versteckt hat sich ein Champion im kleinen Gmund am Tegernsee: Es ist eine Fabrik, die das begehrteste Papier der Welt herstellt. Der russische Oligarch Roman Abramowitsch bestellt sein Briefpapier dort, ein dezent beiges mit seidigem Glanz. Die Google-Vizepräsidentin Marissa Mayer ließ ihre Hochzeitskarten in der „Papierfabrik Gmund" herstellen. Auch wer sich Lebensmittel von Käfer, Champagner von Veuve Cliquot oder eine Kerze von Acqua di Parma leistet, hält eine Verpackung aus der bayrischen Papierfabrik in den Händen.

Noch bewegt sich der Umsatz der meisten Trendsetter im unteren zweistelligen Millionenbereich – er zieht aber kräftig an. Spitzenreiter ist Talbot Runhof mit einer Steigerung um 80 Prozent. Die Modeschneiderei hat sich einen Vertriebsprofi der Ledermarke MCM geholt, um weiter zu wachsen.

Dass im deutschen Luxussegment viel Geld zu holen ist, haben Profis längst erkannt: Die großen Unternehmensberatungen bemühen sich um die Hersteller von Exquisitem. Ernst & Young will sich mit einer gerade entstehenden Studie empfehlen. Bain ist längst in dem Bereich aktiv. Ein ehemaliger Berater von Roland Berger hat dieses Jahr den ersten deutschen Lobby-Verband für die deutsche Luxusindustrie ins Leben gerufen: den Meisterkreis. Er soll deutsche Luxuskultur weltweit bekannter machen. Die deutsche Edel-Industrie formiert sich. ■

ALEXANDRA KUSITZKY