



Uhren – maconda berät im Luxus- und Lifestyle-Segment

maconda-News Juli 2013

maconda ist einer der aktivsten Anbieter von Commercial Due Diligences und weiteren Commercial Transaction Services im deutschsprachigen Raum und auch bei der Beurteilung von Investitionschancen im Luxus- und Lifestyle-Segment gefragt. Die Kölner Berater haben sich mehrfach mit der attraktiven und vielschichtigen Branche beschäftigt: darunter Uhren, Kaschmir-Mode, weitere Fashion-Themen, Yachten, hochwertige Wohnraummöbel, hochwertige Gartenmöbel, Schmuck, Unterhaltungselektronik, „gedeckter Tisch“ und Geschenkartikel.

■ maconda berät bei der Beteiligung an einem Hersteller von Armbanduhren

Diverse Mandate in der breit gefächerten Luxus- und Lifestyle-Industrie belegen die hohe Branchenexpertise von maconda. So begleiteten wir die Übernahme eines führenden, spezialisierten Uhren-Herstellers aus dem Schweizer Jura. Das Unternehmen entwirft und produziert Uhren für traditionelle Uhrenmarken, Juweliere und Handelsketten.

In der Commercial Due Diligence beleuchteten wir umfassend die globale Nachfrage nach Schweizer Uhren, deren zentrale Treiber sowie die Entwicklung in den verschiedenen Preis- und Qualitäts-Genres. Ein wichtiges Modul der Analyse betraf die fragile Supply Chain und hier vor allem die Versorgungssicherheit bei mechanischen Uhrwerken und Schwingsystemen vor dem Hintergrund des weithin bekannten Lieferengpasses seitens des führenden Herstellers in der Verbindung mit der sog. Swissness-Initiative Schweizer Verbände. Zudem wurde das Beschaffungsverhalten der Kunden eruiert sowie das Potenzial für Neugeschäft abgeschätzt.

■ Besondere Expertise bei Luxus- und Lifestyleprodukten

Der Luxusmarkt wächst weiter. Der steigende Lebensstandard in den sog. Emerging Markets, das erhöhte Marken- und Imagebewusstsein verbunden mit dem Trend hin zu „erschwinglichem“ Luxus, die steigende Anzahl an HNWI (High Net Worth Individuals) und Mass Affluents – Treiber wie diese bringen Wachstum, schaffen aber auch Risiken. Die größte Herausforderung für Luxusmarken besteht darin, die Reichweite zu erhöhen und gleichzeitig die Marken- und Produkt-Exklusivität beizubehalten. Exklusivität und Expansion müssen zueinander in Einklang gebracht werden, basierend auf einer ausbalancierten Strategie, damit das Wachstum nicht zu Lasten der Marke geht – dem wichtigsten Asset eines Herstellers oder Händlers von Luxusgütern.

Gerade Luxusanbieter benötigen eine durchdachte Zielgruppenansprache und ein dem Markenkern entsprechendes Produkt-, Lizenz- und Service-Portfolio. Zudem besteht geradezu ein Zwang, in einem länderübergreifenden, oft globalen Distributionsnetzwerk die gleiche Produkt- und Servicequalität anzubieten – denn selten ist eine Branche so stark internationalisiert wie die der Luxusgüter. Viele Anbieter sehen zudem eine horizontale und vertikale Integration sowie die Diversifikation in benachbarte Luxussegmente zunehmend als Ansatz zur Realisierung von Wachstumspotenzialen an.

Die Komplexität steigt dadurch mitunter immens an. Und letztlich macht eine Krise auch vor Luxusgütern nicht Halt, auch wenn die Ausschläge nach unten zumeist weniger stark ausfallen. Ein Anbieter von Produkten aus dem Luxus- und Lifestyle-Segment – egal ob Hersteller, Händler oder Dienstleister – tut gut daran, sich rechtzeitig stabil aufzustellen. Dann, wenn es ihm gutgeht, und nicht erst, wenn es anfängt zu drücken.

Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie in unserem aktuellen Branchenfokus „Der Luxusmarkt – Bewahrung der Exklusivität trotz anhaltender Expansion“. [Fordern Sie diesen bitte per eMail bei uns an.](#)

Selbstverständlich stehen wir auch Ihnen als kompetenter und vertrauensvoller Partner zur Verfügung – für die Neupositionierung von Luxusmarken, Trend- und Potenzialanalysen, bei Commercial Due Diligences (auch auf der Verkäuferseite), aber auch bei Wertsteigerungsprojekten, Geschäftsfeldentwicklung, Auslandsexpansion und bei der strategischen und operativen Restrukturierung.

■ Competence Center Konsumgüter

Themen, mit denen sich unser Competence Center Konsumgüter häufig beschäftigt: FMCG (Fast-moving consumer goods), konsumentenorientierte Dienstleistungen (wie Fitness und Tourismus), Lebensmittel, Kosmetika und Körperpflegeprodukte, Verpackungsprodukte, Freizeitartikel, Großhandel, Einzelhandel, Versandhandel und diverse eCommerce-Konzepte sowie Software innerhalb „unserer“ Branchen. Weitere Competence Center sind unternehmensbezogene Dienstleistungen, Maschinen- und Anlagenbau/technische Produkte sowie Gesundheitsdienstleistungen und alternde Gesellschaft. Melden Sie sich jederzeit, wenn Sie hier Expertise benötigen. Wir sind gerne für Sie da!

■ Über maconda

Wir unterstützen unsere Mandanten bei der Steigerung von Umsatz, Ertrag und Unternehmenswert sowie Dienstleistungen rund um Unternehmenstransaktionen (Commercial Transaction Services). Dazu gehören umfassende Target Screenings, die systematische Vorbereitung auf den Unternehmensverkauf („Exit Readiness“), Commercial Due Diligences (auch für Verkäufer) sowie die Post-Merger-Integration. Unsere Schwerpunktbereiche: Konsumgüter, Lebensmittel, Handel, Dienstleistungen (Gesundheit, Freizeit, Medien etc.), Business Process Outsourcing (Customer Care, Zeitarbeit, Facility Management etc.), Textilien. Dazu ausgewählte technische Industriegüter und Maschinenbau mit Blick auf die von uns bearbeiteten Endmärkte (bspw. Maschinen zur Lebensmittelherstellung oder Verpackungsmaschinen). Unser multinationales Beraterteam ist bestens aufgestellt und deckt die Schlüsselregionen Westeuropa, MOE und BRIC komplett ab, zumeist mit Muttersprachlern.

maconda GmbH

Meister-Gerhard-Str. 8
50674 Köln
Telefon: 0221 / 5 69 64 - 0
Telefax: 0221 / 5 69 64 - 19
info@maconda.de
www.maconda.de

Geschäftsführer: Dr. Rainer Mayer, Dipl. Kfm.
Eingetragen beim Amtsgericht Köln HRB 65149
USt.ID DE264408869

maconda ist eine eingetragene Marke

Hinweise gemäß Telemediengesetz: maconda bietet keine Rechts- und Steuerberatung, auch wenn sich aus der angebotenen und auf den Internet-Seiten dargestellten betriebswirtschaftlichen Beratung rechtlich und steuerlich relevante Fragen ergeben können. Nutzer dieser Internet-Seiten und Geschäftspartner von maconda binden in Zweifelsfällen bitte einen für die jeweilige Fragestellung qualifizierten Rechtsanwalt, Steuerberater oder Wirtschaftsprüfer ein.

maconda GmbH übernimmt keine Haftung oder Garantie für die Inhalte externer Links, für deren Inhalt ist ausschließlich der jeweilige Betreiber verantwortlich.

Wenn Sie unsere Neuigkeiten nicht mehr erhalten wollen, schreiben Sie uns eine kurze Mail an unsubscribe@maconda.de