

## Luxus im Portfolio

Die junge Generation gibt gerne mehr Geld für Luxus und Marke aus.



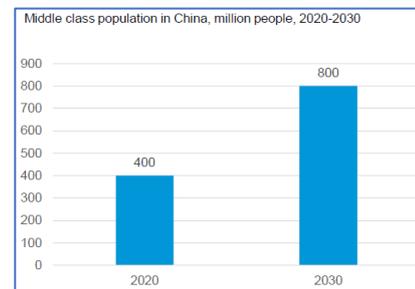
Gottfried Urban  
Geschäftsführer  
Dipl. Bankbetriebswirt

Das **Chartbild der Woche** zeigt das Durchschnittsalter der globalen Luxusgutkonsumenten (links), die Ausgaben für Schönheitsprodukte (Mitte) und den Umsatzanteil am Luxusgütermarkt der verschiedenen Generationen (rechts, Glossar mit Beschreibung beachten). Lesebeispiel: chinesische Luxusgutkäufer sind im Schnitt 28 Jahre alt, junge Menschen (unter 30) geben p.a. mehr für Schönheitsprodukte aus, die heutige Generation Z wird markenbewusst bleiben und im Jahr 2035 voraussichtlich einen 40 % Umsatzanteil haben. Quelle: GAM Investments, Estée Lauder, Morgan Stanley.

**Mit dem Reichtum wächst ebenso die Vorliebe für hochwertig geprägte Produkte.** Seinen Status durch exklusive Gegenstände zu demonstrieren, prägt die Menschheit seit Anbeginn der Geschichte.

**Der Luxussektor profitiert von der starken Preissetzungsmacht,** d.h. sie können steigende Kosten an die Verbraucher weitergeben. Vielen gut geführten Luxusunternehmen ist es gelungen, eine Art Monopolstellung zu erreichen und dadurch Preise für eigene Produkte selbst zu bestimmen. Dadurch sind die Gewinnmargen häufig überdurchschnittlich hoch.

**Asiaten haben Vorlieben für westliche Luxusmarken,** ein Zeichen für einen verbesserten Lebensstil. Rund 75 Prozent der gestiegenen Investitionen in Luxusgüter gehen auf die große Konsumentenzahl aus Schwellenländern zurück. Durch die schnelle wirtschaftliche Entwicklung, z.B. von China, bietet sich ein hohes Potential für Investitionen. Die gehobene Mittelschicht und die meisten Milliardäre werden künftig aus China und Indien kommen. Die Mittelschicht verdoppelt sich in China bis 2030 von 400 Mio. auf 800 Mio. Menschen.



**Die Luxusbranche bemerkt die Vorliebe der jüngeren Generation** zur Marke und auch zum nachhaltigen Konsum. Qualität vor Quantität. Die Generation Z werden den Sektor weiter vorantreiben. Auf die Millennials (Generation Y) und die Generation Z werden bis 2035 85 % der Nachfrage entfallen. Wer sich über Luxusgüter mit hohem Steigerungspotential erkundigen möchte, kann sich im Internet mit wenigen Mausklicks informieren. Das Internet ermöglicht problemlos Luxusgüter zu erwerben oder Hersteller zu kontaktieren.

**Luxus als Erlebnis** und kulturelle Kooperation mit den Bereichen Kunst, Mode und Musik, um die Markenaufmerksamkeit der jüngeren Generation zu steigern. Luxus hat auch die digitale Welt erobert. Die Verbraucher von morgen reagieren auf die Impulsgeber der Influencer.

**Aktien aus dem Luxussegment vereinen die Entwicklungen der entwickelten Absatzmärkte mit denen der Schwellenmärkte.** Man muss kein Millionär sein, um selbst vom Luxuskonsum zu profitieren. Hierfür gibt es Fonds, die ihren Schwerpunkt auf Markenunternehmen ausrichten oder speziell in Firmen der Luxusbranche investieren. Dennoch sollte jede Art von spezieller Investition gut durchdacht sein.



**Glossar:**

Nach Geburtsjahren werden verschiedene Generationen zusammengefasst (Quelle: Simon Schnetzer, Jugendforscher)

- Babyboomer 1946 – 1964/ Wirtschaftswunder, Kalter Krieg, 68er Friedensbewegung, Karriereziele, Tatkraft. Leben, um zu arbeiten.
- Generation X 1965 – 1979/ Wohlstand, Computer, Babypille, hohe Scheidungsrate, Individualismus, Work-Life-Balance. Arbeiten, um zu leben.
- Generation Y 1980 – 1995/ Wohlstand, E-Mail, Handy, Freiheit, Ende der Wehrpflicht, Freiheit liebend, erst Selbstverwirklichung – dann Familienplanung. Erst das Leben, dann die Arbeit.
- Generation Z 1996 – 2010/ Angst vor Wohlstandsverlust, Smartphones, Social Media, Dauerkrise, Terror, Dating über Apps, Vertrauen über Bewertungen und Likes. Hier ist die Arbeit, da mein Leben.

**Mittelschicht:** Erstmals in der Geschichte gehört mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung der Mittelschicht an und ist von den Fesseln der Armut befreit. Je nach Region zählt man mit einem Einkommen von 11 bis 110 Dollar pro Person und Tag zur Mittelschicht (Kaufkraftparität des USD, basierend auf Zahlen aus 2011).

**Wichtige Hinweise:** Wenn börsennotierte Aktienunternehmen oder andere Finanzinstrumente genannt werden, sind dies keine Empfehlungen, sondern nur allgemeine Informationen.

Bei diesen Informationen handelt es sich um Werbung der Urban & Kollegen GmbH (UK) allgemeiner Art und beinhaltet u. U. keine vollständige Darstellung von Wertpapieren oder Märkten. Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen genügen nicht allen gesetzlichen Anforderungen zur Gewährleistung der Unvoreingenommenheit von Anlageempfehlungen und Anlagestrategieempfehlungen.

Auch berücksichtigt die Darstellung von Marktentwicklungen u.U. keine Kosten, die beim Kauf oder Verkauf oder dem Halten von Wertpapieren entstehen. Die Wertentwicklung der Vergangenheit ist weder ein verlässlicher Indikator für die aktuelle oder zukünftige Wertentwicklung noch stellt sie eine Garantie für die Zukunft dar. Prognosen basieren auf Annahmen, Schätzungen, Ansichten und hypothetischen Modellen oder Analysen, die sich als nichtzutreffend oder nicht korrekt herausstellen können.

Mögliche wesentliche Risiken: Kursrisiken im Aktien-, Zins- und Währungsbereich sowie Bonitätsrisiken, die zu starken Kapitalverlusten führen können. Dieses Dokument enthält lediglich generelle Informationen. Diese stellen keine Anlageberatung bzw. Empfehlung dar. Keine Empfehlung oder Aufforderung zum Kauf von Finanzinstrumenten oder Anlagestrategien.

Diese Informationen können eine auf den persönlichen Kenntnissen und Erfahrungen, Anlageziele und finanziellen Verhältnisse des Anlegers zugeschnittenen Aufklärung, über die mit Wertpapieren und Anlagestrategien verbundenen Risiken nicht ersetzen. Es wird keine Haftung für Verluste übernommen, die durch den Erwerb oder die Veräußerung von Wertpapieren oder Anlagestrategien auf Grundlage dieses Werbedokumentes entstanden sind.

Über Kosten, Provisionen und Risiken informieren die offiziellen Anlegerinformationen, Vertragsunterlagen, Faktenblätter und Verkaufsprospekte. Für Vollständigkeit, Aktualität und Richtigkeit des Inhalts übernehmen wir keine Haftung. Alle Meinungsäußerungen geben die aktuelle Einschätzung der Urban & Kollegen wieder, die jederzeit ohne vorherige Ankündigung geändert werden kann.

Die UK hat weder die Rechte noch die Lizenz zur Wiedergabe von evtl. dargestellten Handelsmarken, Logos oder Bilder erworben, die im Werbedokument dargestellt sind und dienen lediglich der Veranschaulichung.

Die Anlageberatung und Anlagevermittlung (§ 2 Abs. 2 Nr. 3 und 4 WpIG) bieten wir Ihnen ausschließlich als vertraglich gebundener Vermittler gemäß § 3 Abs. 2 WpHG für Rechnung und unter der Haftung der NFS Netfonds Financial Service GmbH, Heidenkampsweg 73, 20097 Hamburg (NFS) an. Die NFS ist ein Wertpapierinstitut gem. § 2 Abs. 1 WpIG und verfügt über die erforderlichen Erlaubnisse der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin). Weitere Informationen finden Sie in unseren Kundenerstinformationen sowie im [Impressum](#) der Urban & Kollegen GmbH Vermögensmanagement ([www.urban-kollegen.de](http://www.urban-kollegen.de)).

**Urban & Kollegen GmbH Vermögensmanagement**  
**Josef-Neumeier-Str. 2**  
**84503 Altötting**  
**Tel.: +49 (0)8671 / 9690-0**  
**Fax: +49 (0)8671 / 9690-11**  
[info@urban-kollegen.de](mailto:info@urban-kollegen.de)  
[www.urban-kollegen.de](http://www.urban-kollegen.de)