



**BIESALSKI & COMPANY**  
BRAND · VALUE · MANAGEMENT

## Pressemitteilung

Diese Pressemitteilung ist [hier](#) online verfügbar.

### Ranking der deutschen Luxusmarken 2016

München, den 31.03.2016

**Deutscher Luxus ist Champions League in Qualität und Machart, hat aber noch Trainingsbedarf bezüglich Emotionalität und Innovation, so das Ergebnis der größten Studie zu den deutschen Luxusmarken.**

Bereits zum sechsten Mal nach 2005 haben die Münchener Markenberatungen BIESALSKI & COMPANY und BRAND NETWORKS in diesem Jahr die deutschen Luxusmarken untersucht und ein Ranking der Top 30-Unternehmen erstellt.

182 Experten aus Branchen- und Fachverbänden, der Fachpresse und dem Luxusfachhandel haben 79 Unternehmen aus den typischerweise mit Luxus in Verbindung gebrachten Branchen wie Mode, Uhren und Schmuck, Automobile, Wohnen und Ambiente, Unterhaltungselektronik, Fotografie, Hotel, Porzellan und Besteck sowie Schreib- und Papierwaren identifiziert und bewertet. Die Auswertungen der Einzelstimmen münden im Deutschen Luxusmarkenindex.

Um in die Bewertung aufgenommen zu werden, hatten die Unternehmen folgende Kriterien zu erfüllen: Sie mussten als deutsche Marke wahrgenommen werden, im Luxussegment positioniert sein, eine deutsche Historie haben sowie einen Jahresumsatz aufweisen, der größer als 10 Millionen Euro ist.

Die Experten sind sich einig: Deutsche Luxusmarken bestechen vor allem durch ihre perfekte Machart. Die technische und ästhetische Perfektion der Produkte steht im Vordergrund. Dies ist besonders gut anhand der deutschen Luxusuhrenhersteller zu beobachten, die exemplarisch für alle erfolgreichen deutschen Luxusprodukte stehen. Mit Technikverliebtheit und Dezenz punkten sie in ihrer Zielgruppe. Mit Emotionalität und Innovation werden sie dagegen nicht so stark in Verbindung gebracht – internationale Luxusmarken werden in diesen beiden Bereichen stärker eingeschätzt. Sie stellen ihren Luxus auch deutlich plakativer zur Schau.

So ist in Folge auch die Emotionalisierung des Markenauftritts im Internet – neben Nachhaltigkeit im Sinne von verantwortungsvollem Umgang mit Mensch, Umwelt und Natur – der bestimmende Faktor, um nach Meinung der befragten Experten im Luxussegment zukünftig erfolgreich zu sein.

Erfahren Sie mehr über die Kernergebnisse der Studie 2016 und das gesamte Ranking:

[Zum Studienband](#)



## **BIESALSKI & COMPANY**

BRAND · VALUE · MANAGEMENT

BIESALSKI & COMPANY ist die Managementberatung für Marke. Mit Herzblut und Sachverstand decken wir die Wertschöpfung der Marke auf und operationalisieren die Stellhebel des Markenerfolgs. Auf dieser Grundlage unterstützen wir unsere Kunden in den Gestaltungsfeldern Insights, Wachstum, Operative Exzellenz, Change, Digitalisierung, Reputation und Markenwert.

BRAND NETWORKS verfolgt seit seiner Gründung das Ziel, die Wertschöpfung des Assets Marke für seine Kunden zu identifizieren, zu optimieren und zu kapitalisieren. Durch Zusammenführung der Marketingperspektive und der Finanzperspektive nimmt BRAND NETWORKS eine ganzheitliche Sichtweise ein und macht Marken messbar.

### **Pressekontakt:**

Biesalski & Company GmbH

Phillip Knoll

E-Mail: [knoll@biesalski-company.com](mailto:knoll@biesalski-company.com)