



HISCOX
WISSEN VERSICHERT.

KLEIDER MACHEN LEUTE

Vom kleinen Schwarzen und lukrativen Investments

Man muss kein Fashion-Experte sein, um Marken wie Hermès, Chanel oder Louis Vuitton einordnen zu können. Diese Label stehen für Eleganz, Extravaganz und puren Luxus. Die Designer hinter den Marken haben Mode-Geschichte geschrieben: Ihre Kreationen wurden zum Inbegriff für gesellschaftliche Bewegungen, sie stehen für ein bestimmtes Lebensgefühl oder beschreiben ganze Epochen. Und ein paar ihrer Fashion-Stücke sind auch lukrative Investments.

MODE: DIE ZWEITE HAUT WIRD ZUM STATEMENT

Die erste Kleidung wurde aus Tierhäuten und Vegetation erstellt. Die „zweite Haut“ erfüllte einzig zweckmäßige Bedürfnisse, um etwa vor Kälte und Regen zu schützen. Über die Jahrhunderte wurden Kleidungsstücke dann ein Mittel zur Selbstdarstellung. Im Kapitalismus entwickelte sich Mode zum Massenphänomen und persönlichen Ausdrucksmittel. Durch Medien, Mode-Magazine, Modenschauen und Werbung wurde Kleidung im 20. Jahrhundert ein industrielles Produkt und wichtiger kultureller Faktor.

Interessant zu wissen:

Laut einer Untersuchung des Onlinehändlers Baghunter konnte die klassische Birkin Bag von Hermès über einen Zeitraum von 35 Jahren jährlich mehr als zehn Prozent an Wert zulegen.

20er Jahre:

Der Anfang der Konfektionsmode für die Frau und zugleich die Befreiung vom Korsett. Die wohl wichtigste Designerin für Frauen betrat die Modebühne – Coco Chanel. Durch funktionale Mode schenkte sie dem weiblichen Geschlecht neue Bewegungsfreiheit. Sie kreierte das „kleine Schwarze“, ein „It-Piece“, das noch heute zu den Must-haves in jedem Kleiderschrank zählt.

30er Jahre:

Schicke Kostüme mit betonter Taille für den Alltag und glamouröse Cocktailkleider mit Pailletten und anderen Verzierungen für den Abend waren angesagt. Die Nylonstrumpfhose wurde zum Massenprodukt.

50er Jahre:

Während die Männermode nach dem zweiten Weltkrieg immer lässiger wurde, wurde die Damenmode in dieser Zeit wieder femininer – es war die Zeit des Bleistiftrockes und des Petticoats.

Der französische Designer Christian Dior prägte die Mode mit seinen üppigen und luxuriösen Designs. Der „New Look“ bestach durch seine unverwechselbaren Silhouetten: Figurbetontes Oberteil, schmale Taille, schwingende Röcke und lange Handschuhe.

60er und 70er Jahre:

Diese Jahrzehnte waren geprägt vom politischen Aufbruch der Jugend und der Hippie Bewegung. Die Mode erlebte eine Art Befreiungsschlag und war so vielfältig wie nie zuvor. Designer wie Vivienne Westwood und ihre Popularisierung des Punk prägten diese Generation. Der Franzose Yves Saint Laurent entwarf den Hosenanzug für die Frau und revolutionierte damit die Modewelt.

80er und 90er Jahre:

Zwei kreative Jahrzehnte, in denen Bekleidung farbenfroh wurde und die Silhouetten extrem – sowohl Damen als auch Herren trugen Schulterpolster und Leggings. Auch musikalische Strömungen wie Hip Hop oder Rock hatten großen Einfluss auf die Mode. Giorgio Armani prägte mit seinem schicken, zweireihigen „Power-Anzug“ die Herrenmode dieser Zeit.

Diese Designer und weitere wie Donna Karan, Roberto Cavalli, Donatella Versace, Dolce & Gabbana, Alexander McQueen, Stella McCartney, Hedi Slimane oder Karl Lagerfeld prägten den Kleidungsstil des 20. Jahrhunderts und beeinflussen mit ihren Kreationen auch heute noch die Modewelt.

21. Jahrhundert – der Hype um Luxusmarken

Heute gibt es kaum noch Kleidungsstile, die eindeutige Botschaften transportieren. Diversifizierung ist angesagt. In der Mode werden Stilelemente aus allen Zeiten und Kulturen kombiniert.

Ein Trend lässt sich aber beobachten:

Luxusprodukte werden immer begehrter und der Markt um Luxusmarkenware boomt. Immer mehr Menschen verfügen über die notwendige Kaufkraft, sich exklusive Bekleidung, teure Accessoires, edle Uhren oder Schmuck zu leisten. Entsprechend stieg der weltweite Umsatz mit Luxusgütern in den vergangenen Jahren kontinuierlich und Luxusmarken werden immer wertvoller.



DIE 10 GRÖSSTEN LUXUSMARKEN WELTWEIT

1	Louis Vuitton	6	Christian Dior
2	Chanel	7	Cartier
3	Hermès	8	Yves Saint Laurent
4	Gucci	9	Prada
5	Rolex	10	Burberry

Gut zu wissen:

Der sogenannte Lyst-Index listet regelmäßig die begehrtesten Modemarken der Gegenwart auf. Dies geschieht anhand des Suchvolumens, das im Netz generiert wird.

Der Aktienkurs der Unternehmen spiegelt den Erfolg wider:

So haben die börsennotierten Luxusgüterkonzerne LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton SE und Hermès International SCA in den vergangenen fünf Jahren ihren Börsenwert jeweils um über 210 % steigern können, Rolex (Daytona Corp) hat sogar über 220 % zugelegt. Der Kurs des Kering-Konzerns, dem neben anderen auch die Marken Gucci und Yves Saint Laurent gehören, hat über 70 % innerhalb der letzten fünf Jahr zugelegt. Auch alle weiteren Marken in den Top Ten haben eine positive Kursentwicklung.

HEISS BEGEHRTE WERTE

Wussten Sie, dass die Investition in Mode nicht nur viele Menschen glücklich macht, sondern auch durchaus lukrativ sein kann? Vor allem Accessoires wie Handtaschen können deutliche Wertsteigerungen erleben. Wenn es die richtigen Modelle sind.

Nehmen Sie z.B. die Hermès Birkin Bag: Der Neupreis für die handgefertigten Einzelstücke startet bei ca. 9.000 US-Dollar und kann bis 150.000 US-Dollar betragen. Doch selbst wer das nötige Budget besitzt, kann nicht einfach losziehen, und sich eines der begehrtesten Stücke anschaffen. Hermès selbst bestimmt, wer eine Handtasche kaufen darf. Laut Schätzung werden jährlich lediglich ca. 70.000 Stück hergestellt. Die rigide Verkaufspolitik, gepaart mit streng limitierten Auflagen und der guten Qualität haben die Taschen zu einem Kult-Accessoire und einer stabilen, lukrativen Wertanlage gemacht: Laut der Resale-Plattform Vestiaire Collective können Verkäufer einen Gewinn von bis zu 37 Prozent machen. Andere rendite-trächtige Handtaschen sind z.B. Chaneles Modelle „Timeless“ oder die „2.55“.

Eine Birkin Bag ist übrigens auch die teuerste Second Hand-Handtasche. Das Modell „Himalaya“ ist aus mattweißem Krokodilleder mit einem 18-karätigen Goldgriff und 200 Diamanten gefertigt und wurde 2020 bei Christie's in einer „Handbags & Accessoires“-Auktion für sagenhafte 300.168 US-Dollar verkauft.

LUXUS-PIECES: SCHÖN UND KRISENRESISTENT

Gerade in Krisenzeiten, wenn die Wirtschaft und damit auch die Börse von starken Schwankungen und Unsicherheiten betroffen sind, gelten Handtaschen als sehr konjunkturresistent und werden auch immer beliebtere Spekulations-Objekte. Kein Wunder, dass die Luxusmode-Items auch für Auktionshäuser immer wichtiger werden.

Doch ist das Investment in Fashion ein lohender Markt? Ja, aber wie bei allen anderen Werten gilt auch hier: Sie sollten sich im Markt auskennen und Ihre Raritäten auch richtig schützen, um die Werte zu erhalten.



5 TIPPS ZUR WERTSICHERUNG

- 1 Wenn Sie mit Ihren Luxusaccessoires oder einem wertvollen „It-Piece“ unterwegs sind, lassen Sie sich möglichst begleiten und meiden Sie belebte Orte.
- 2 Pflegen Sie Ihre wertvollen Stücke gut und regelmäßig. Der Händler Ihres Vertrauens hat sicher geeignete Angebote.
- 3 Bewahren Sie Ihre Accessoires adäquat auf: Handtaschen z.B. im Staubbeutel, um Verschmutzung und Sonnenlicht vorzubeugen, und mit Füllung, um Knitterfalten zu vermeiden.
- 4 Bei besonders hochwertigen Sammlungen kann ein eigener Safe-Raum bzw. ein besonders geschütztes Ankleidezimmer sinnvoll sein.
- 5 Schützen Sie Ihre Werte mit einer passenden Versicherung, die bei Verlust, Beschädigung oder anderen Schäden einspringt.

Der#HISCOXVORTEIL – Mehr als nur Versicherung

Unsere Kunden und uns verbindet vor allem eines: Die Passion für die schönen Dinge des Lebens wie Oldtimer, Kunst, Sammlungen, Schmuck und Immobilien. Diese Leidenschaft hat ihr Zuhause in der Hiscox Premium Lounge, mit exklusiven Expertentipps, spannenden Insights, Interviews, Deals und vielem mehr.

hiscox.de/premium-lounge



Hiscox

Arnulfstraße 31, 80636 München

T +49 89 54 58 01 100 F +49 89 54 58 01 199

E hiscox.info@hiscox.de W hiscox.de