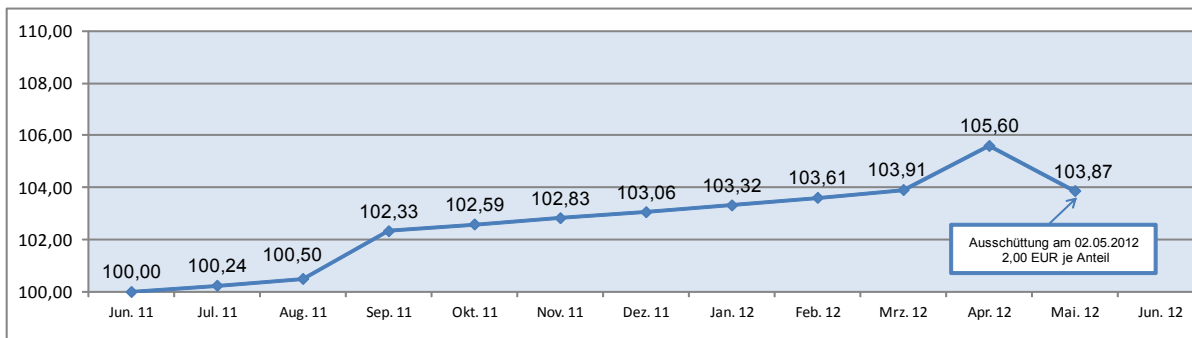
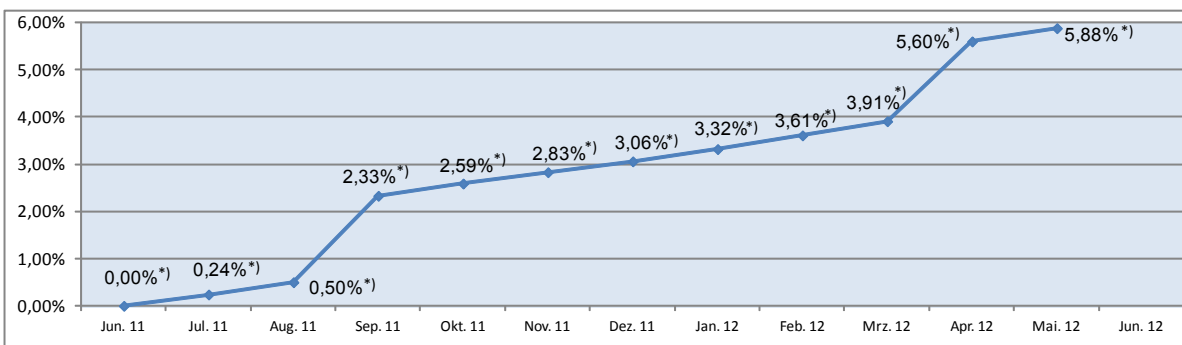




Entwicklung des Anteilpreises (EUR)



Entwicklung der BVI-Rendite (p.a.)



*) BVI-Rendite seit Auflegung gerechnet.

Thema des Monats

Der Deutsche Luxusmarkt

Der deutsche Luxusmarkt wuchs 2011 um 16 Prozent und damit deutlich stärker als das globale Branchenwachstum. Die Unternehmensberatung Roland Berger hält es laut ihrer Studie sogar für möglich, das Umsatzvolumen von aktuell rund 13 Milliarden Euro zu verdoppeln. Insbesondere bei Mode und Accessoires ist der Nachholbedarf groß.

Der deutsche Luxusmarkt ist auch 2011 rasant gewachsen. Mit einem Umsatzwachstum von 16 Prozent auf 12,9 Milliarden Euro wurde das Vorjahreswachstum von 11 Prozent erneut deutlich übertroffen. Auch im internationalen Vergleich ist Deutschland mit an der Spitze und übertrifft das Gesamtwachstum der Branche von rund 9 Prozent deutlich.

Wie die Unternehmensberatung Roland Berger für Meisterkreis - Deutsches Forum für Luxus e.V. herausgefunden hat, haben in Deutschland alle Bereiche

des Luxusmarktes zugelegt. Allerdings wurde bei Mode und Accessoires sowie Uhren und Schmuck das rasanteste Wachstum mit mehr als 20 Prozent erreicht. Mit Luxusmode und -accessoires wurden in Deutschland 1,2 Milliarden Euro umgesetzt.

Mieter

mit der höchsten Miete (TOP 5)

Rang	Mieter	Monatl. Miete EUR
1	Wöhrli	97.929
2	Bestseller	20.750
3	Fred Perry	14.017
4	Buffalo Boots	11.248
5	Douglas	11.240
SUMME		155.184



„Der deutsche Markt ist und bleibt der attraktivste Wachstumsmarkt für Luxusmarken“, sagt Philip Beil, Principal bei Roland Berger Strategy Consultants. „Kein anderes europäisches Land kann mit diesen Wachstumsraten mithalten. Deutschland bleibt daher neben den asiatischen Wachstumsländern weiterhin einer der Expansionsmärkte für die großen Luxusunternehmen.“

Der deutsche Markt hat sogar das Potenzial, sich zu verdoppeln. Hierzulande werden nur 0,3 Prozent des BIP für Luxusgüter ausgegeben, in anderen europäischen Ländern sind es 0,6 Prozent. Um den internationalen Durchschnitt zu erreichen, müsste sich das Marktvolumen verdoppeln.

Einer der wesentlichen Wachstumstreiber auf dem Markt für Luxusgüter ist die zunehmend positive Einstellung deutscher Konsumenten gegenüber Luxusprodukten. Diesen Wandel haben die Luxusunternehmen bemerkt und investieren daher verstärkt in die Eröffnung eigener Läden. So stieg die Anzahl von Luxusmarken-Boutiquen in Deutschland von 2007 bis 2011 um rund 30 Prozent.

Außerdem haben luxusaffine Touristen den deutschen Markt zunehmend für sich entdeckt. 2011 stiegen die Pro-Kopf-Ausgaben chinesischer Besucher um 40 Prozent. Russische Touristen erhöhten ihre Ausgaben sogar um 60 Prozent.

Für 2012 gehen die Mitgliedsunternehmen von einem deutlichen Umsatzwachstum zwischen 10 und 15 Prozent aus, für Mode und Accessoires sogar zwischen 15 und 20 Prozent.

Patricia Schweiger, M.A.



Konsumenten achten mehr denn je auf Qualität und angemessene Preise. Unser Haus Moritzplatz 7 in Augsburg beherbergt mit dem Modehaus Wöhrl ein umfassendes Sortiment verschiedenster Luxusmarken aus dem Bekleidungsbereich.

Übersicht der Liegenschaften
(Stand: 31.05.2012)

Rang	Ort	Straße	Aktueller Verkehrswert EUR
			(laut Gutachten)
1	Berlin	Neue Schönhauser Straße 10	14.250.000
2	Augsburg	Bürgermeister-Fischer Straße 5/ Moritzplatz 7	13.500.000
3	Darmstadt	Ernst-Ludwig-Straße 11	4.300.000 *)
SUMME			32.050.000

*) Kaufpreis entspricht 1. Verkehrswert

Fondsdaten zum Stichtag

	Vormonat 30.04.2012	Aktuell 31.05.2012
Fondsvermögen	37.713.121 €	39.286.584 €
Immobilienquote	85,0%	81,6%
BVI-Rendite seit Auflegung	5,60%	5,88%
Anteilpreis/Rücknahmepreis	105,60 €	103,87 €