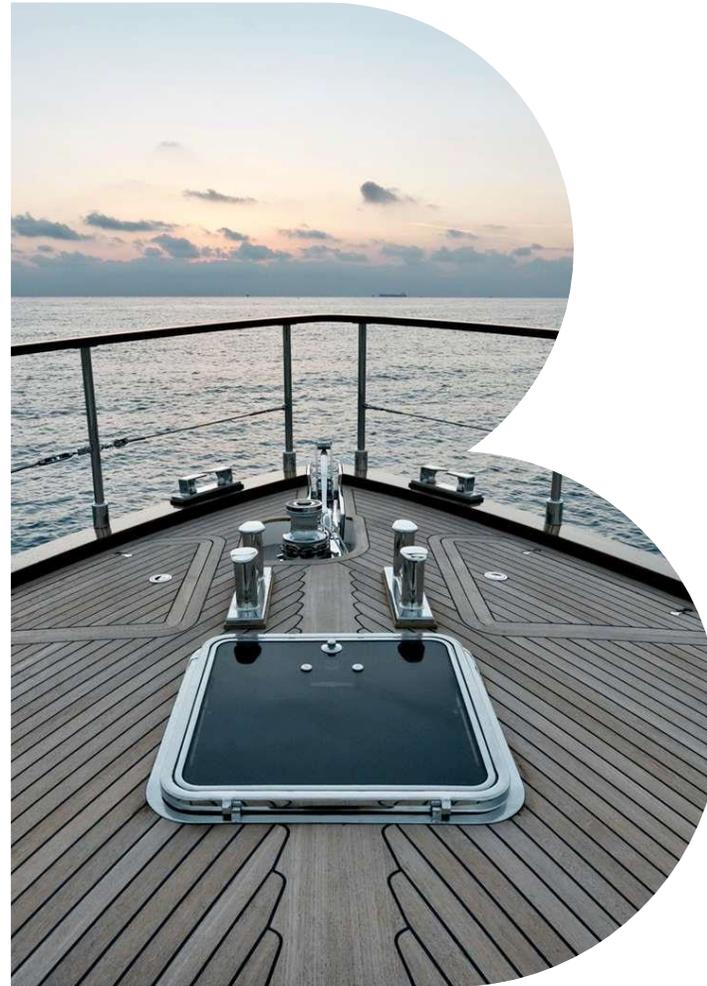


Der MEISTERKREIS- Index 2016

Aktuelles Stimmungsbarometer
der deutschen High-End-Branche





Der MEISTERKREIS-Index zeigt eine positive Stimmung der High-End-Industrie im 1. Halbjahr 2016

Zusammenfassung

- > Der Meisterkreis-Index adressierte **120 Topmanager und Inhaber** von High-End-Unternehmen und deckt 13 Segmente der High-End-Industrie ab
- > Die **High-End-Industrie** in Deutschland **wächst weiterhin ungebrochen, 73%** der Unternehmen konnten im ersten Halbjahr ihren **Umsatz um mehr als 3%** steigern, **25%** sogar um mehr als **10%** – Damit wächst dieser Bereich deutlich **stärker** als die **deutsche Gesamtwirtschaft** und die aktuelle **Stimmungslage** ist entsprechend positiv
- > Die **positive Stimmung** innerhalb der High-End-Industrie zeigt sich auch an der Entwicklung des Investitionsniveaus und der Mitarbeiterzahlen – **Rund 70%** der Unternehmen haben im 1. Halbjahr ihre **Investitionen erhöht** und **mehr als die Hälfte** der Unternehmen hat **neue Arbeitsplätze** geschaffen
- > Für die 2. Jahreshälfte sind die **Umsatzerwartungen** ungebrochen positiv – **78%** rechnen mit einem weiteren Umsatzwachstum von **mehr als 3%**



Die anhaltend positive Entwicklung der High-End-Branche basiert auf einem robusten Geschäftsmodell

Gründe der anhaltend positiven Entwicklung der High-End-Industrie

- > **Robustes Geschäftsmodell** – Die High-end Branche ist Anbietermarkt mit limitierten Mengen und fokussiert sich auf einen limitierten Kundenkreis. Kennzeichnend für das Geschäftsmodell der High-end Branche sind die Faktoren "Aura", "Handwerkskunst & technische Kompetenz", "Geistiges Eigentum Kreativität", "Selektive Distribution" und "Entwicklung neuer Märkte", welche in Ihrem Zusammenspiel ein robustes Geschäftsmodell formen
- > **Stärkere Internationalisierung** – Zusätzlich zu den traditionell etablierten Kernmärkten nutzen viele Unternehmen der High-end Branche verstärkt die Möglichkeit zur Erschließung neuer Märkte. Durch eine stärkere Internationalisierung profitieren die Unternehmen hierbei auch von der wachsenden Nachfrage in Schwellenländern
- > **Digitalisierung als Wertschöpfungspotenzial** – Durch zunehmendes Zusammenfinden von High-End-industrie und Digitalisierung können neue Kundengruppen erschlossen und traditionelle Geschäftsmodelle um digitale Angebote erweitert werden

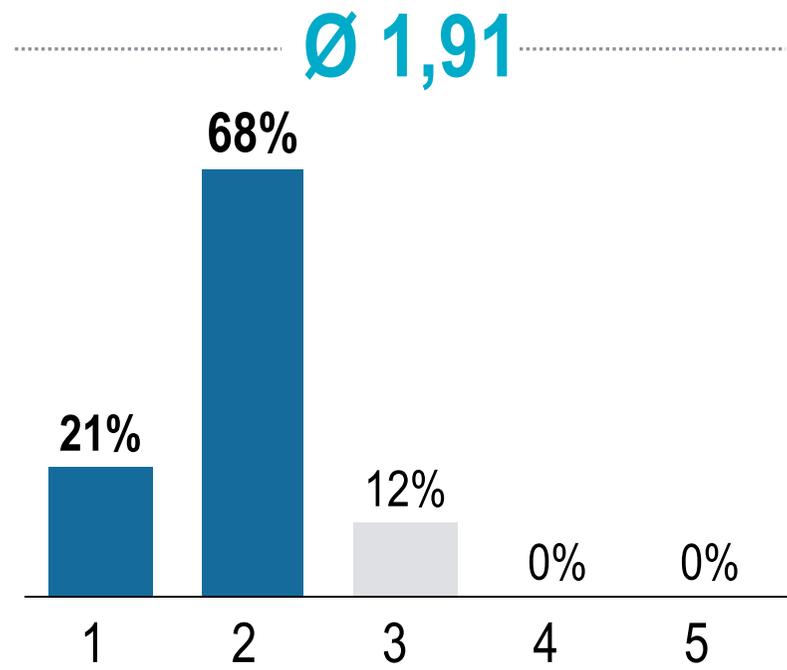
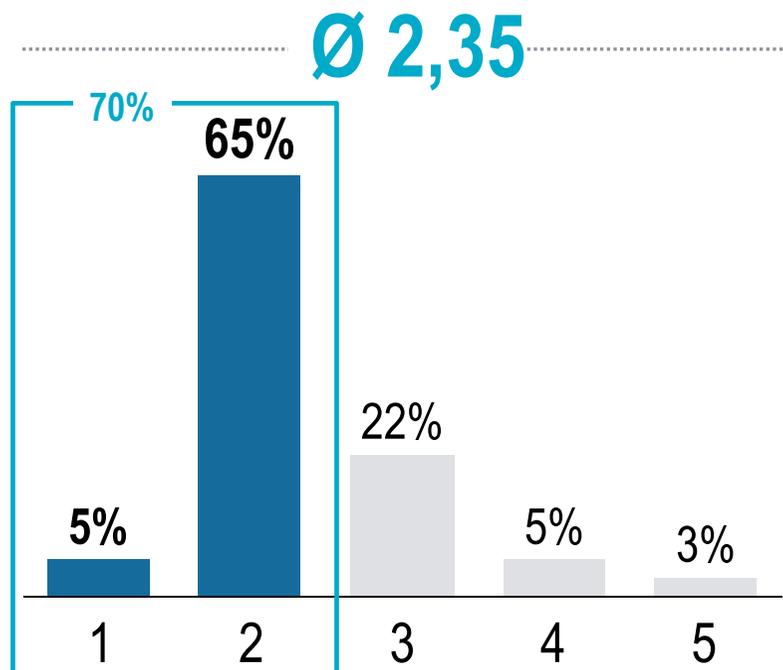


Das Stimmungsbild unter den Unternehmen der deutschen High-end Branche ist in 2016 gut

Bewertung der aktuellen Stimmungslage nach Schulnoten

Index 06/2016

vs. Index 11/2015¹⁾



1) Rundungsfehler in der Summe



Das erste Halbjahr 2016 war für die Befragten in Sachen Markt- und Umsatzentwicklung sowie Profitabilität (sehr) positiv

Highlights der Befragung zum 1. Halbjahr 2016 [% der befragten Unternehmen]

82%

sehen die
Geschäftssituation
als (sehr) positiv

Für
73%

hat sich der Umsatz mind.
gut (>3%) entwickelt

Für
41%

hat sich der eigene Retail
in Deutschland besser
entwickelt

69%

konnten ihre
Profitabilität
steigern

25%

konnten ein Umsatz-
wachstum von über 10%
realisieren

53%

haben neue Arbeits-
plätze geschaffen

70%

sehen eine aktuell (sehr) gute
Stimmungslage für ihr
Unternehmen

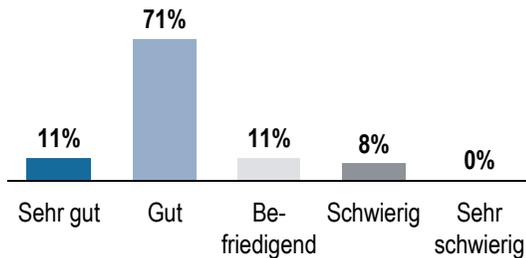
66%

haben verstärkt investiert

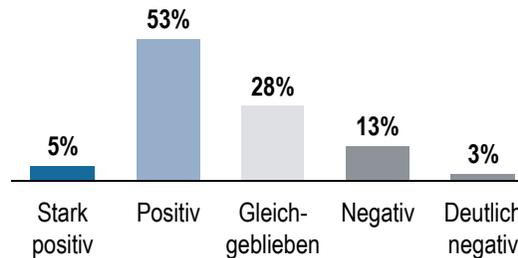


73% der Befragten konnten den Umsatz im 1. HJ um mehr als 3% steigern – Der deutsche Markt bleibt ein wichtiger Wachstumstreiber

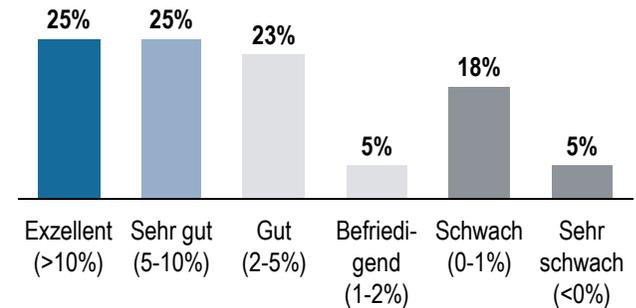
1. Wie bewerten Sie gegenwärtig Ihre **allgemeine Geschäftssituation** in Deutschland?¹⁾



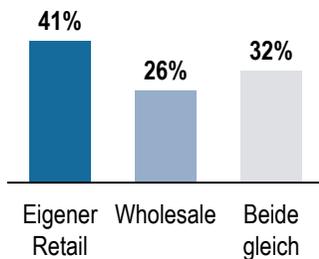
2. Wie hat sich Ihr **Marktsegment** in Deutschland im 1. Halbjahr entwickelt?¹⁾



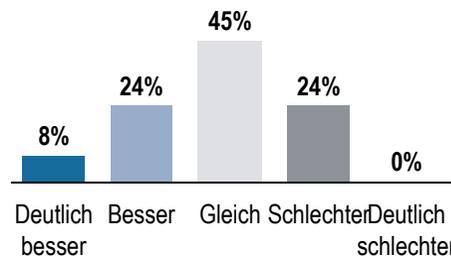
3. Wie hat sich Ihr **Umsatz** in Deutschland im 1. Halbjahr entwickelt?¹⁾



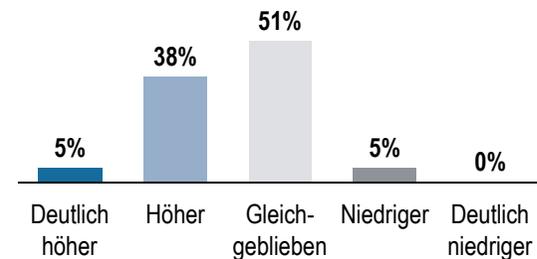
4. Welcher Ihrer **Vertriebskanäle** hat sich in Deutschland besser entwickelt (sofern vorhanden)?¹⁾



5. Wie hat sich Ihr Umsatz im 1. Halbjahr in D im **Vergleich zum internationalen Umsatz** entwickelt?¹⁾



6. Wie haben sich Ihre **Durchschnittspreise** im 1. Halbjahr verändert?¹⁾

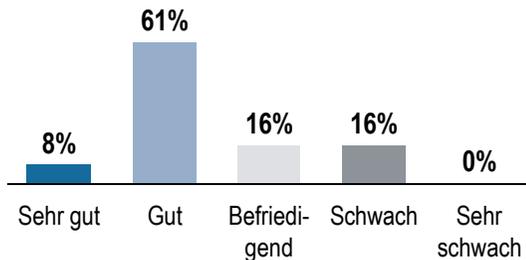


1) Rundungsfehler in der Summe

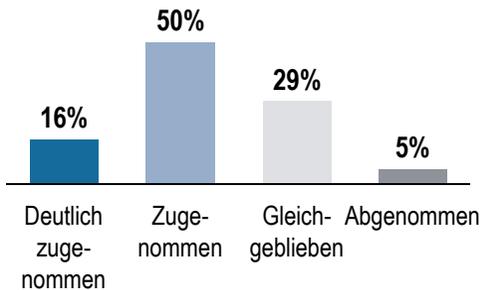


Im 1. HJ 2016 wurde wieder mehr investiert – 70% der Befragten schätzen die Stimmungslage als (sehr) gut ein

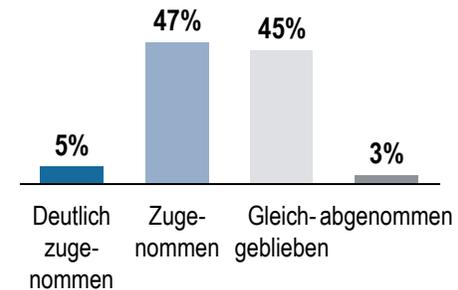
7. Wie hat sich Ihre **Profitabilität** im 1. Halbjahr entwickelt?¹⁾



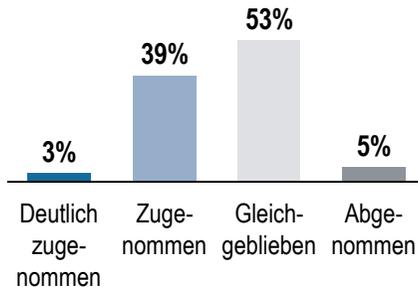
8. Wie hat sich die **Höhe Ihrer Investitionen** im 1. Halbjahr entwickelt?



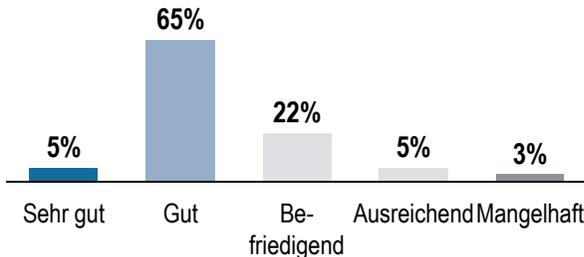
9. Wie hat sich die **Zahl Ihrer Beschäftigten** im 1. Halbjahr entwickelt?



10. Wie haben sich Ihre **Marketingausgaben** im 1. Halbjahr entwickelt?



11. **Fazit:** Bitte bewerten Sie die aktuelle Stimmungslage für Ihr Unternehmen nach Schulnoten



1) Rundungsfehler in der Summe



Die Perspektive für das 2. HJ ist weiterhin gut – 95% der Befragten erwarten ihre Profitabilität konstant zu halten oder zu steigern

Highlights der Befragung zum 2. Halbjahr 2016 [% der befragten Unternehmen]

49%

nehmen an, dass sich der Markt im 2. Halbjahr positiv entwickelt

78%

rechnen mit Umsatzanstieg im 2. Halbjahr über 3%

95%

glauben, dass sie im 2. Halbjahr ihre Profitabilität halten oder steigern können

26%

erwarten steigende Preise im 2. Halbjahr

14%

erwarten eine Umsatzsteigerung von mehr als 10%

81%

werden ihr Investitionsniveau halten oder weiter erhöhen

23%

erwarten ein stärkeres Wachstum in Deutschland als international

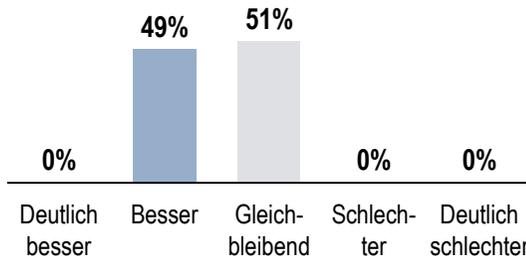
41%

planen im 2. Halbjahr mehr neue Mitarbeiter einstellen

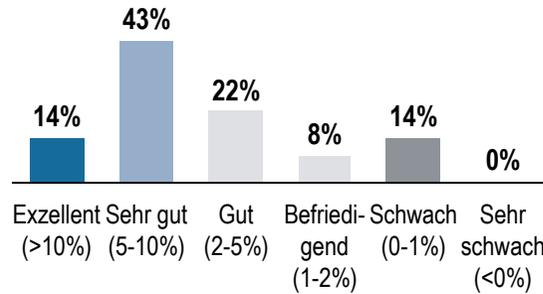


Die meisten Befragten prognostizieren ein anhaltendes Wachstum im 2. HJ – Dies gilt gleichermaßen für eigenen Retail und Wholesale

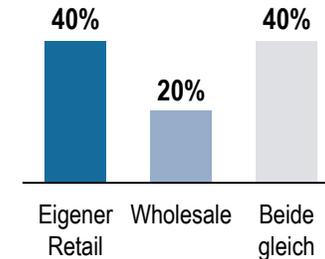
1. Wie schätzen Sie die **Marktentwicklung** in Ihrem Segment in Deutschland für das 2. Halbjahr 2016 ein?



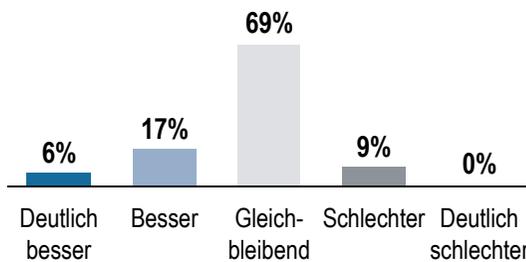
2. Welche **Umsatzentwicklung** erwarten Sie in Deutschland im 2. Halbjahr 2016?¹⁾



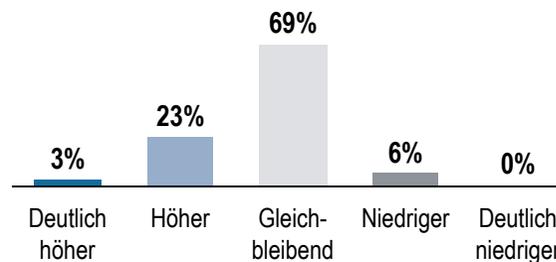
3. Welcher Ihrer **Vertriebskanäle** wird sich in Deutschland im 2. Halbjahr 2016 besser entwickeln (sofern vorhanden)?



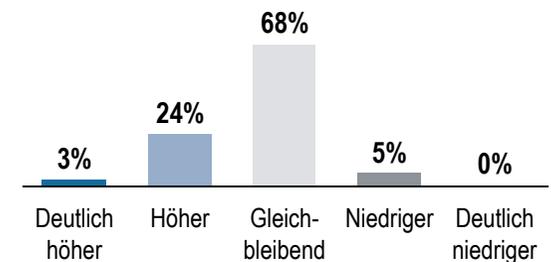
4. Wie ist Ihre **Umsatzerwartung** in D im Vergleich zur internat. Umsatzentwicklung im 2. Halbjahr 2016?¹⁾



5. Wie schätzen Sie die Entwicklung Ihrer **Durchschnittspreise** im 2. Halbjahr 2016 ein?¹⁾



6. Wie schätzen Sie die Entwicklung Ihrer **Profitabilität** im 2. Halbjahr 2016 ein?

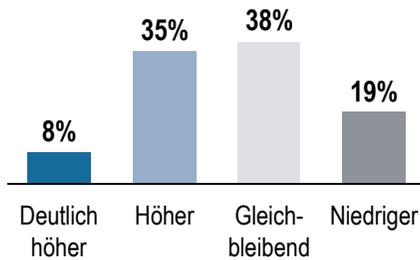


1) Rundungsfehler in der Summe

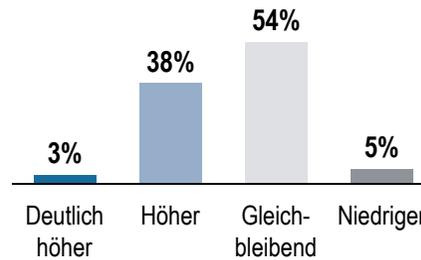


Für das 2. HJ 2016 gehen die Befragten konstanten und steigenden Investitionen als auch Mitarbeiterzahlen aus

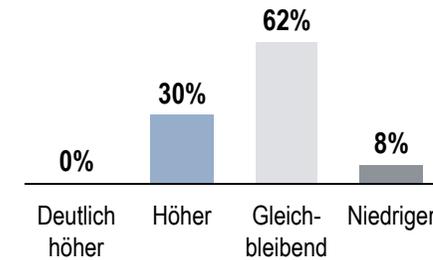
7. Wie wird sich die **Höhe** Ihrer **Investitionen** im 2. Halbjahr entwickeln?



8. Wie wird sich die **Zahl** Ihrer **Beschäftigten** in Deutschland im 2. Halbjahr entwickeln?



9. Wie werden sich Ihre **Marketingausgaben** im 2. Halbjahr entwickeln?



Roland
Berger

