

Wir investieren in Gewinner. Das bedeutet, dass wir in starke Unternehmen investieren, die mit nachhaltigen Geschäftsmodellen, soliden Bilanzen und hohen Margen einen Mehrwert für ihre Anteilseigner schaffen. Wir halten die Risiken klein und investieren dann, wenn unser Engagement von einem positiven Ereignis beflügelt wird. Wir nennen das die Kombination aus Value und Event.

Hermès International

Die Geschichte des französischen Luxusgüterherstellers reicht bis in das Jahr 1837 zurück. Damals zog der Krefelder Sattler Dietrich Hermes nach Paris. Er änderte seinen Namen in Thierry Hermès, eröffnete eine Werkstatt für hochwertiges Pferdegeschirr und Zaumzeug und legte damit den Grundstein für den heutigen Weltkonzern. Die Gründerfamilie leitet die Geschicke mittlerweile in der sechsten Generation und besitzt noch immer die Mehrheit der Anteile am Unternehmen.

Bekannt ist Hermès vor allem für seine beiden Damenhandtaschen „Kelly“ und „Birkin“. Die „Kelly Bag“ wurde 1935 kreiert. Sie erhielt ihren Namen 1956, als Grace Kelly vor der Weltpresse die Rundungen ihrer Schwangerschaft mit der Trageriementasche zu kaschieren versuchte. Die „Birkin Bag“ ist nach der Künstlerin Jane Birkin benannt. Sie beschwerte sich, es gebe keine geeignete Tasche für Ausflüge am Wochenende. Das sollte sich ändern: Im Jahr 1984 nahm Hermès die Produktion des zweiten Klassikers auf. Noch heute benötigt ein Täschner für ihre Herstellung rund 50 Stunden Handarbeit. Gerade aufgrund des hohen Preises, der bei 10.000 Euro beginnt und je nach Modell sogar 100.000 Euro überschreiten kann, ist die Nachfrage für das superiore Produkt stets höher als das bewusst verknappte Angebot. Kunden müssen mitunter mehrere Jahre warten, um eines der begehrten Exemplare zu erstehen. Mit 12.200 Mitar-

beitern ist Hermès eine Werkstatt des Luxus. Neben Lederwaren, die rund die Hälfte zum Umsatz beitragen, gehören unter anderem Haut Couture, Uhren, Schmuck, Parfüm, Porzellan und Einrichtungsgegenstände zum wachsenden Sortiment. Den Anspruch, nur Luxusgüter mit maximaler Qualität zu produzieren, setzen 5.600 Mitarbeiter, darunter 2.600 Sattler und Täschner, in der Fertigung um. Sie sind verteilt auf 42 Standorte in Frankreich (31), Australien (4), Schweiz (3), USA (2), Italien (1) und England (1). Auch den Vertrieb kontrolliert Hermès sehr genau. 307 exklusive Boutiquen, von denen 210 selbst betrieben werden, erlösen 80% der Umsätze. 20% entfallen auf handverlesene Fachgeschäfte und den eigenen Onlineshop. Diese Exklusivität strahlt auf die gesamte Marke aus. Hermès verfügt über eine enorme Kundenloyalität und Preissetzungsmacht. Das Unternehmen ist ein Solitär in der Branche. Selbst in der Finanzkrise 2008/2009 ist man gewachsen. Im vergangenen Jahr erlöste Hermès 5 Mrd. Euro und erzielte darauf eine Nachsteuermarge von 20%. Darüber hinaus ist Hermès ein hervorragender Kapitalallokator, der stabile und hohe Eigenkapitalrenditen erwirtschaftet. In den Jahren von 2004-2015 wurden nach Steuern 57 Euro je Aktie erwirtschaftet. Hiervon schüttete Hermès 31 Euro aus und thesaurierte 26 Euro. Der Gewinn pro Aktie ist im gleichen Zeitraum um 7,4 Euro (15% p.a.) auf 9,3 Euro gewachsen. Das bedeutet, dass die einbehaltenen Gewinne im Jahr 2015 eine interne Verzinsung von 28% erbrachten. Diese dynamische Entwicklung dürfte anhalten.

Mit freundlichen Grüßen



J. Henrik Muhle



Dr. Uwe Rathausky