



Second-hand ist purer Luxus

Teure Designerteile lassen sich oft gewinnbringend verkaufen. Wenn da nicht das Problem mit der Authentizität wäre. Ein Luxusproblem – und eine Marktnische. Zum Glück ist **Laufstegmode aus zweiter Hand** so gefragt wie nie. Warum Handtaschen die besseren Aktien sind und außerdem die Umwelt schonen

Von Sinah Edhofer

Fotos: picturedesk.com/ Anthea Simms / Camera Press
ECHT TEUER. 6.050 Euro kostet die Modell-„2.55“-Tasche von Chanel heute. Bei Markteinführung 1955 legte man dafür noch knapp 200 Dollar hin. Sondereditionen können sogar aus zweiter Hand um die 10.000 Euro einbringen



GELDREGEN. Börsengang von The Real Real im Jahr 2019

Beim Schlendern durch den ersten Bezirk in Wien wird es deutlich: An beinahe jedem Arm baumelt eine Designerhandtasche. Auf feinstem Lammlleder schlängeln sich elegant zwei C ineinander, überkreuzen sich LV, oder es schreit einem ganz plakativ „Balenciaga“ entgegen. 6.050 Euro kostet die berühmte „2.55“ von Chanel mittlerweile. Da tut sich unweigerlich die Frage auf: Wer kann sich so etwas (jetzt) leisten?

Große Modehäuser haben immer noch Saison – trotz Corona. Auch wenn der Markt für Luxuskleidung und -accessoires ab März aufgrund der Geschäftsschließungen um etwa 20 Prozent eingebrochen ist, wird sich dieser Sektor schnell wieder erholen. Der globale Report „Fashion & Luxury Private Equity and Investors Survey 2020“ von Deloitte zeigt deutlich, dass Investoren weiterhin am Luxusmarkt interessiert sind und kräftig zulangen. Die Märkte Mode, Accessoires und Kosmetik werden sich nach Einschätzung der befragten Global Player am schnellsten von den Auswirkungen der Pandemie erholen.

Die Gewinner der Coronakrise

Nach kurzer Corona-Schockstarre geht das Shoppen im ersten Wiener Gemeindebezirk also fröhlich weiter. Zwar sieht man vor dem Chanel-Store aktuell keine asiatischen Reisegruppen Schlange stehen, doch das soll kein Indikator sein: Der Deloitte-Report geht davon aus, dass Mode und Accessoires durch Onlinesales zu den großen Profiteuren der Krise zählen. Dazu gehört auch Secondhand.

Aber natürlich nicht die Art von Secondhand-Kleidung, die man bei Humana,

„Manche Mode kann wie Kunst oder Oldtimer als Investment angesehen werden“

Max Bittner
CEO Vestiaire Collective



Ebay oder auf Flohmärkten findet. Erfahrene Modeaficionados kaufen über Händler, die die Echtheit der Produkte garantieren können. In aufwendigen Verfahren wird jedes Teil entsprechend geprüft. Schließlich büßt eine Tasche im Laufe ihres Lebens zwar an Unversehrtheit, aber dafür kaum an Wert ein. Eine gebrauchte „2.55“ kann je nach Zustand und Größe zwischen 2.000 und 5.000 Euro erwirtschaften. Limitierte Sondereditionen bringen noch mehr Geld. Ein ziemlich guter Deal, wenn man sich die Entwicklung des Modells ansieht: Über 70 Prozent Preissteigerung erlebten die berühmten „Flap Bags“ von Chanel in den letzten zehn Jahren. Bei ihrer Einführung 1955, entworfen von Madame höchstpersönlich, kostete die „2.55“ überhaupt nur 200 Dollar. Lächerlich für heutige Verhältnisse. Seit Markteinführung steigt der Preis des Modells konsequent. An Wert verloren hat die Tasche noch nie. Ähnlich verhält es sich mit anderen Vintage-Modellen, Schmuck oder Brillen.

Millionengeschäfte

Kein Wunder also, dass viele Firmen in den Nischenmarkt der gebrauchten Luxusgüter drängen. Produkte dieser Art werden gekauft und gehandelt wie Aktien. Einige Unternehmen wagen dann auch tatsächlich den Gang an die Börse. Da wäre zum Beispiel The Real Real. Das amerikanische Unternehmen feierte seinen Börsengang 2019 und erwirtschaftete im selben Jahr 318,04 Millionen Dollar Umsatz, 110,66 Millionen mehr als im Vorjahr. Aktienexperte Thomas Vittner rät aber trotz der Umsatzzahlen zu Vorsicht: „Ich würde die Aktienkurs-Entwicklung als unterdurchschnittlich bewerten. Die Umsätze steigen, aber das Unternehmen macht noch immer keine Gewinne. Trotzdem ist die Aktie ambitioniert bewertet. Beispielsweise mit dem vierfachen Buchwert. Aus meiner Sicht ist das ein sehr spekulatives Investment. Die Notierung hat seit 2019 zwischenzeitlich mehr als 80 Prozent an Wert eingebüßt. Die Erholung in den letzten Wochen würde ich nicht überbewerten. So gut wie alle Aktien sind seit dem März-Crash wieder gestiegen.“ Aber: „Trotzdem ist der Trend zu Secondhand im Bereich Luxury ungebrochen. Marken ziehen immer noch, auch in der Krise.“

Umwelt als Verkaufsargument

Auch Secondhand-Onlineriese Vestiaire Collective bleibt in Krisenzeiten optimistisch. Das französische Unternehmen

führt seit 2019 Max Bittner: „Das Geschäft hat sich schnell von den Auswirkungen der Krise erholt. Bei den Einlagen verzeichneten wir im Mai ein Plus von 88 Prozent und bei Bestellungen ein Plus von 119 Prozent im Jahresvergleich.“

Zwischen 15 und 30 Prozent Provision erhält das Unternehmen pro Verkauf. Die Provisionshöhe richtet sich nach dem Produktpreis. Bittner sieht modeaffine und umweltbewusste Millennials und die Generation Z als seine Hauptzielgruppe: „Sie tragen dazu bei, die Einstellung zu Secondhand voranzutreiben. Sie sehen Gebrauchtwaren als eine großartige Möglichkeit, nachhaltiger auf Mode zuzugreifen. Deshalb sind sie unser zentraler Zielmarkt. Wir sehen, dass mehr junge Leute es vorziehen, ein Vintage-Kleid zu tragen, anstatt zu einer Fast-Fashion-Marke zu greifen, wo sie an Qualität und Einzigartigkeit verlieren würden.“

Junge Menschen sehen den Einfluss ihrer Handlungen auf die Umwelt kritischer, so Bittner. Eine vom Unternehmen durchgeführte Umfrage zeigte, dass nicht nur der Umweltfaktor, sondern auch der Investmentcharakter kaufentscheidend ist. Der Großteil der Befragten zeigte sich an ausverkauften oder limitierten Kollektionen interessiert: an Produkten mit Seltenheitswert. „Manche Mode kann wie Kunst oder Oldtimer als Investment angesehen werden“, so Bittner. „Das ist speziell bei klassischen und ikonischen Teilen der Fall. Als sichere Investition gelten Taschen von Hermès wie ‚Kelly‘, ‚Birkin‘ und ‚Constance‘ sowie Schmuck und Vintage-Uhren, die oft in Handarbeit gefertigt wurden.“

Die „Birkin“-Bag von Hermès kostet etwa je nach Ausführung zwischen 15.000 und 105.000 Euro. Bei einer Versteigerung 2018 in London wurden für das Modell „Himalaya Birkin Bag“ satte 184.000 Euro

Fotos: Getty Images/ Michael Nagler/ Bloomberg, vestiairecollective.com (2)

287

Tausend Euro

erzielte die „Himalaya Birkin Bag“ von Hermès bei dem Auktionshaus Christie's in Hongkong 2017. Das Modell gilt als die seltenste Handtasche der Welt

hingelegt. Den Weltrekord hält allerdings die Versteigerung eines ähnlichen Modells in Hongkong im Jahr 2017: Umgerechnet 253.700 Euro wurden dort damals bei Christie's geboten. Heute ist das gleiche Modell wieder bei Christie's zum Verkauf gelistet.

Die Optik zählt

Viele Luxusmarken wollen vom Second-Hand-Business trotzdem nichts wissen. Ausverkäufe oder Reduktionen gibt es bei Marken wie Chanel oder Louis Vuitton nicht. Auch in Outletcentern sind sie nicht zu finden. Das ist allerdings kein Zufall, sondern ein durchdachter Zug. Psychologin Brigitte Sindelar erklärt: „Marken, die es nicht im Outlet gibt, teilen mit, dass sie nicht billig zu haben sind. Der Käufer und die Käuferin können sich also darauf verlassen, dass niemand ihm oder ihr unterstellen kann, diese Markenkleidung billig erworben zu haben. Das macht diese Ware natürlich in Secondhand-Läden für Markenkleidung besonders attraktiv. Allerdings: Wer sich konsequent zu diesen Marken bekennt, gibt sie auch nicht in Secondhand-Geschäften ab,

schon aus Solidarität mit diesen Marken. Das kann schon zu einer ‚Frage der Ehre‘ werden.“ Wer Markenkleidung trägt, spricht eine eindeutige Sprache. Sindelar präzisiert: „Markenkleidung zu kaufen, heißt, sich mit dem Wert des wirtschaftlichen Erfolgs zu identifizieren und zeigen zu wollen, dass man dazugehört zu den ‚Reichen und Schönen‘, unabhängig davon, ob man tatsächlich reich und schön ist. Nicht umsonst gibt es den Begriff Dresscode: Die Kleidung ist also ein Code, der aussagt, ob und wie sehr man zu einer Gesellschaft passt.“

Um sich perfekt ins Stadtbild des Ersten zu integrieren, wäre es also ratsam, zumindest eine Chanel-Tasche über den Graben zu schaukeln. Wem die Optik egal ist, dem bleibt immerhin die Gewissheit: Kleider machen vielleicht Leute, aber keine Persönlichkeiten.



JUWEL. Die „Himalaya Niloticus Crocodile Diamond Birkin 30“ mit 18 Karat Weißgold und Diamanten

News Promotion

Natürliches Cholesterin-Management!

Cholesterin okay? Sie bevorzugen eine pflanzliche Alternative?

Biobene® Herz & Gefäße mit der 5-fach Kombination aus Monacolin K aus Rotem Reis, rein natürlichem Coenzym Q-10, Anthocyanidine aus der Aronia Frucht sowie Thiamin und Vitamin C. So leisten Sie mit nur 1 Kapsel täglich einen wertvollen Beitrag für Ihr Cholesterinmanagement und schützen Ihr Herz und Ihre Gefäße!



JETZT in ihrer Apotheke (PZN 5264034) oder unter www.biobene.at

Algofina-Spray

das Arzneimittel bei Schmerzen von Muskeln und Gelenken



- brennt nicht
- schmiert nicht
- wirkt

www.algofina.eu

Algofina 10%-Spray zur Anwendung auf der Haut, Lösung. Wirkstoff: Diethylamincalcylat. Über Wirkung und mögliche unerwünschte Wirkungen informieren Gebrauchsinformation, Arzt oder Apotheker.