

In Bewegung

Das Magazin der Porsche Bank für mehr Mobilität



DER WAHRE LUXUS

Spurensuche zwischen
Ausschweifung und Verzicht

PARTNER FÜR MOBILE MENSCHEN

Bei der Porsche Bank in besten Händen

EXKLUSIVE AUTOS FÜR INDIVIDUELLE KUNDEN

Exclusive Cars



© Johannes Graf

» Auf individueller Ebene kann Luxus tausend Varianten haben.«

Petra-Anna Herhoffer, Inlux-Gründerin

Petra-Anna Herhoffer gründete 2009 Inlux, Institut für Luxus in München. Sie berät Unternehmen und bietet Trainings auf Basis eines neuen Verständnisses von Luxus. Sie lehrt Luxury Management an der Munich Business School. →www.inlux.biz

Fünf Fragen an Petra-Anna Herhoffer:

Was ist Luxus eigentlich?

Es ist einerseits ein individuelles Wunschkonzept und andererseits eine Business-Strategie. Auf individueller Ebene kann Luxus tausende Varianten haben. Als Business-Strategie steht Luxus für eine Leistung in der „Best of“-Kategorie: beim Produkt, bei der Marke und beim After-Sales-Service. Luxus ist aber auch ein Kulturgut.

Darf man Luxus auch zeigen?

Ja, durchaus. Es hat ja etwas mit Lebensfreude und Genuss zu tun. Aber es muss natürlich ein ethisch einwandfreies Handeln sein. Luxus darf nicht auf Kosten anderer gehen. Wir leben in einer aufgeklärten Gesellschaft, da geht es stark um nachhaltigen Konsum. Man muss aber klar sagen, dass die Luxusgüterhersteller nicht dafür verantwortlich sind, dass die Schere zwischen Arm und Reich auseinandergeht. Das ist Verantwortung der Politik.

Wie sind Sie darauf gekommen, eine Ausbildung für Luxusmanagement auf die Beine zu stellen?

Ich habe eine Modeschule aufgebaut. Von der Mode zum Luxus ist es nicht sehr weit. Ich habe zufällig gelesen, dass es in Frankreich das „Institut Supérieur de Marketing du Luxe“ gibt. Da bin ich von der Neugier gepackt worden und habe begonnen, auch in Deutschland eine akademische Ausbildung dafür aufzubauen.

Wie hängen materieller Wohlstand und die Vorstellung dessen, was als Luxus verstanden wird, zusammen?

Wenn man materiell satt ist, dann kommt man an einen Punkt, wo Dinge, die man nicht kaufen kann, wichtiger werden: saubere Luft, Gesundheit, Glück und Zufriedenheit. Es hat mit einem Niveau der Fülle zu tun, wenn immaterielle Dinge an Bedeutung gewinnen.

Welche Entwicklungsphasen gibt es im Umgang mit Luxus?

Bei jungen Menschen geht es oft um Selbstbelohnung und Selbstbestätigung. Später hat der Wunsch nach wertvollen Dingen stärker mit Qualitätsbewusstsein zu tun. Je reifer man wird, desto stärker emanzipiert man sich von Statusymbolen. Es geht dann um Qualität und nicht um Eitelkeiten.

Was wäre für Sie persönlich der größte Luxus?

Ich wünsche mir, irgendwann einmal für ein halbes Jahr auszusteigen und in der Sonne zu leben.

Danke für das Gespräch!