

## **Die Richemont-Gruppe**

1988 wurde von Anton Rupert die Richemont-Gruppe gebildet. Sie entstand durch die Ausgliederung der Vermögenswerte der Rembrandt Group Limited aus Südafrika. Die Richemont-Gruppe wurde ein Schweizer Luxusgüterkonzern in dem Luxus, Luxus und nochmal Luxus geboten wird. So erwarb man im Laufe der Zeit die renommiertesten Luxusmarken der Welt auf den Gebieten Schmuck, Luxusuhren und Schreibgeräte, so auch, über Alfred Dunhill, Montblanc. Dunhill war ein erfolgreicher Unternehmer in der Tabakindustrie mit allem was dazu gehört, wie z.B. Feuerzeuge und Pfeifen. Im Jahr 1977 wurde dann das Hamburger Unternehmen Montblanc aufgekauft. Im Laufe der Jahre erwarb die Dunhill-Gruppe verschiedene Marken der Mode, unter anderem auch Chloé, Karl Lagerfeld. 1993 schloss sich die Dunhill-Holding mit Cartier zusammen und nannte sich fortan Groupe Vendôme. Der Hauptaktionär der Groupe Vendôme war der 1988 gegründete Konzern Richemont. 1998 übernahm Richemont die Groupe Vendôme. Neben anderen Marken gehören u.a. Chloé und Montblanc bis heute dazu.

## **Strategische Aufstellung der Richemont-Gruppe**

Als ultimative Holdinggesellschaft agiert die Compagnie Financière Richemont SA. Weltweite führende Firmen von Luxusgütern sind mit ihren Luxusprodukten wie z.B. Schmuck, Uhren, Schreibgeräte vertreten. Bei der Verwaltung der Gruppe ist das Ziel ausgegeben, den Aktionären einen langfristigen Wert zu verleihen. Die Maisons sind unabhängig innerhalb des Konzerns. Diese Unabhängigkeit ist von großer Bedeutung für das Wachstum der Gruppe. Durch die Konzentrierung der einzelnen Maison auf kreative Produkte und dazugehörigen Marketing gibt es eine Erwartung. Durch ein hervorragendes Netzwerk werden die Produkte der Gruppe in eigene Boutiquen, aber auch an Franchisenehmern, sowie an Boutiquen die sich im Besitz von Dritten befinden, verkauft. Diese hier dargestellten Luxusgeschäfte sind weltweit tätig. Als Ziele dienen weiterhin ein stetiges Wachstum der einzelnen Unternehmen, damit verbunden soll eine hohe Produktqualität erreicht werden. Mit der Produktqualität ist das Ziel den Kundenservice zu erhalten. Damit die Ziele erreicht werden, baut man auf ein kreatives Management. Hier sollen u.a. ebenfalls kreative Handwerker gewonnen werden. Investitionen z.B in der Fertigung, Forschung und Entwicklung sind weitere strategische Ziele.

## **Eine solide Säule - Montblanc**

Neben den Uhren der Luxusklasse, sind die Schreibgeräte eine zweite Säule im Richemont-Konzern. Wie schon aufgeführt war Montblanc eine der ersten Nobelmarken die sich der Konzern sicherte. Es war eine gute Entscheidung, denn Montblanc ist der Marktführer im Bereich der Luxusschreibgeräte. Einige

Schreibgeräte haben mittlerweile einen Kultstatus. Dazu gehört das Meisterstück, ein Meisterstück der Schreibkultur. Immer wieder gibt es Limited Edition Füllhalter. Die Auflage beträgt 4560 Exemplare, das entspricht der Höhe des Montblanc.

04/28/2017 20:35

**Add a comment**