

# Luxus-Boom übertrifft Erwartungen

Der Umsatz in der Luxusbranche lag 2011 bei 191 Milliarden Euro und damit 10 Prozent über dem Vorjahr. Luxusuhren und -schmuck waren mit 18 Prozent das am stärksten wachsende Segment.



Foto: © Ruzanna Arutyunyan – Fotolia

Der weltweite Luxusgütermarkt wuchs 2011 erneut zweistellig. Die Umsätze der Branche stiegen um 10 Prozent auf insgesamt 191 Milliarden Euro. Das ist das Ergebnis der 10. „Luxury Goods Worldwide Market“-Studie der Managementberatung Bain & Company und Fondazione Altagamma, dem führenden italienischen Verband der Luxusgüterhersteller. Auch ihre langfristige Wachstumsprognose haben die Studienautoren nach oben korrigiert. Bis 2014 erwarten sie für den Luxussektor ein durchschnittliches jährliches Wachstum von 6 bis 7 Prozent.

Die Studie zeigt, dass Kunden wieder bereit sind, Geld für Luxus auszugeben. Ihre Ausgaben für Luxuskleidung und -accessoires, Lederwaren, Schuhe, Schmuck, Uhren, Parfum und Kosmetik haben 2011 im Vergleich zu 2010 deutlich angezogen. Somit sind auch die Umsätze im Luxussegment nach ihrem letzten Tief wieder kräftig gewachsen und die Hersteller verzeichneten Rekordumsätze. Der Trend geht hin zum markeneigenen Ladengeschäft: Die Umsätze dieses Vertriebskanals sind 50 Prozent schneller gewachsen als die Abverkäufe von Luxusartikeln

im Warenhaus. Auf markeneigene Geschäfte entfallen inzwischen fast 30 Prozent des internationalen Absatzes von Luxusgütern.

„Führende Markenhersteller haben sich inzwischen auch zu Meistern des Einzelhandels entwickelt“, beobachtet Dr. Rudolf Pritzl, Partner und Konsumgüterexperte bei Bain & Company. „Natürlich zählt das Produkt nach wie vor. Aber die Stärke im Einzelhandel ist für das Wachstum von Luxusmarken entscheidender als je zuvor.“

Die Situation nach der Krise in der Luxusgüterbranche hat zudem gezeigt, dass die reifen Märkte für die Hersteller weiterhin wichtig bleiben – sowohl die absoluten Umsatzzahlen als auch die Wachstumsraten sind beeindruckend. Bain rechnet für Europa 2011 mit einem Wachstum von 7 Prozent, für Amerika mit 8 Prozent. Japan ist in diesem Jahr die größte Überraschung: Die Umsatzrückgänge der Vergangenheit haben



**„Führende Markenhersteller haben sich inzwischen auch zu Meistern des Einzelhandels entwickelt. Natürlich zählt das Produkt nach wie vor. Aber die Stärke im Einzelhandel ist für das Wachstum von Luxusmarken entscheidender als je zuvor.“**

*Dr. Rudolf Pritzl, Partner und Konsumgüterexperte bei Bain & Company*

sich im letzten Jahr stabilisiert. Für das Jahr 2011 rechnet Bain mit einem Plus von zwei Prozent. Damit bleibt Japan nach den USA weltweit der zweitwichtigste Luxusgütermarkt. Das Erdbeben im März letzten Jahres hat sich wesentlich weniger auf den japanischen Luxusgütermarkt ausgewirkt, als zunächst befürchtet. Nach nur einem Quartal mit merklichen Nachwehen, wächst das Luxussegment in Japan wieder.

Auch die Wachstumsraten in den Schwellenländern sind weiterhin hoch. In China wird der Luxusmarkt 2011 um 35 Prozent zulegen, in Brasilien um 20 Prozent und im Nahen Osten um 12 Prozent. Damit genießen diese Regionen auch weiterhin die besondere Aufmerksamkeit der Hersteller. Summiert man die Ausgaben für Luxusartikel in China und den Konsum chinesischer Touristen im Ausland, repräsentiert der chinesische Luxusgüterkonsument inzwischen 20 Prozent des weltweiten Marktes.

Die 10. Auflage der „Luxury Goods Worldwide Market“-Studie von Bain & Company und Fondazione Altagamma stellt zudem fest, dass das Wachstum im Luxussektor robust ist, wenn man das organische Wachstum mit dem Anstieg der Ladenneueröffnungen vergleicht. Das flächenbereinigte Umsatzwachstum übertrifft 2011 die Wachstumsraten aus neu eröffneten Stores um 2 Prozent, das heißt der steigende Absatz im Luxusgütersegment stammt nicht ausschließlich aus neu eröffneten Geschäften. Insgesamt konnten 80 Prozent der Markenher-

steller letztes Jahr mit einem deutlichen Umsatzplus rechnen, 20 Prozent sogar in einer Größenordnung von über 20 Prozent.

Auch in allen wichtigen Luxussegmenten erwartet Bain steigende Umsätze: Bekleidung konnte 2011 mit einem Plus von 8 Prozent rechnen, sowohl in der Herren- (9 Prozent) als auch in der Damenbekleidung (7 Prozent). Der Verkauf von Parfum- und Kosmetikprodukten legte international um 3 Prozent zu, wobei ein Großteil davon auf aufstrebende Märkte wie China oder Brasilien entfiel.

Die größten Steigerungsraten wurden, wie bereits 2010, bei Accessoires, Uhren und Schmuck verzeichnet. Mit Accessoires, einschließlich Schuhe und Lederwaren, wurden von den Unternehmen 2011 rund 13 Prozent höhere Umsätze erzielt. Das liegt vor allem daran, dass diese Produkte oft von Erstkäufern erworben werden und als Einstiegsprodukte gelten. Luxusuhren und -schmuck sind mit einem Umsatzplus von 18 Prozent das Segment mit den stärksten Wachstumsraten 2011.

„Trotz der Schwierigkeiten durch die internationalen Turbulenzen und die wirtschaftliche Unsicherheit erfährt der Luxussektor eine Art Anti-Krise“, fasst Rudolf Pritzl die Entwicklungen zusammen. „Wenn die Luxusmarkenhersteller jetzt weiterhin so flexibel agieren wie während des Wirtschaftsaufschwungs, wird der Sektor nach unserer Einschätzung auch künftig andere Kategorien übertreffen können.“ ♦

## Über die Studie

Seit dem Jahr 2000 untersucht Bain & Company in Zusammenarbeit mit Fondazione Altagamma – dem führenden italienischen Verband der Luxusgüterhersteller – den Markt und die Ertragslage von 230 weltweit führenden Luxusgüterherstellern und -marken. Der Unternehmensdatenbestand, der unter der Bezeichnung „Luxury Goods Worldwide Market Observatory“ bekannt ist und jährlich als Studie veröffentlicht wird, hat sich zu einer führenden und weltweit beachteten Informationsquelle für die internationale Luxusgüterindustrie entwickelt.



GmbH



Wir stellen aus:

**POS**  
*Masters*

Internationale Fachmesse für Marketing, Design & Technik am Point of Sale

**2. - 4. Februar 2012, Messe Stuttgart**

**Halle 2, Stand 2D24**

**JEGAB DISPLAY GmbH**

Postfach 1222

50102 Bergheim

E-Mail: [service@jegab.de](mailto:service@jegab.de)

FON: +49(0)2271 / 7609-0

FAX: +49(0)2271 / 7609-11

Shop: [www.jegab.de](http://www.jegab.de)