

15.06.2011 - 09:15 Uhr

Luxus boomt - Bain & Company rechnet 2011 mit anhaltendem Wachstum für die Luxusgüterbranche

München/Zürich (ots) -

- Querverweis: Ergänzende Grafiken zur Pressemitteilung liegen in der digitalen Pressemappe zum Download vor und sind unter <http://www.presseportal.de/dokumente> abrufbar -
- Erwarteter Gesamtumsatz der Luxusbranche liegt 2011 bei 185 Milliarden Euro, besonders gefragt sind Schmuck, Uhren, Lederwaren und Accessoires
- Starkes Jahr 2010 schließt mit Gesamtumsatz von 172 Milliarden Euro ab
- China bleibt am schnellsten wachsender Markt für Luxusgüter
- Umsätze in Japan sinken nach Erdbebenkatastrophe
- Luxusindustrie muss sich stärker auf Emerging Markets, anspruchsvollere Kunden und die Verzahnung von Offline- und Onlineverkauf konzentrieren

Der weltweite Markt für Luxusprodukte wächst stetig. Bain & Company erwartet für 2011 ein Wachstum von insgesamt acht Prozent auf 185 Milliarden Euro in der internationalen Luxusgüterindustrie. Bis 2014 ist in der Branche mit einem jährlichen Umsatzanstieg von fünf bis sechs Prozent auf rund 220 Milliarden Euro zu rechnen. Das ist das Ergebnis der Studie "Luxury Goods Worldwide Market, 2011" der Unternehmensberatung Bain & Company und Fondazione Altgamma, dem führenden italienischen Verband der Luxusgüterhersteller.

Beflügelt durch ein starkes erstes Quartal in den USA und Europa sowie anhaltendes Wachstum in China und anderen schnell wachsenden Luxusgütermärkten wie Russland, Brasilien und dem Nahen Osten werden die Umsätze im internationalen Luxuswarenssegment 2011 voraussichtlich auf 185 Milliarden Euro steigen. Gegenüber dem Vorjahr ist das ein Plus von acht Prozent. Nach rückläufigen Umsätzen in den Krisenjahren 2008 und 2009 schloss das starke Jahr 2010 mit einem Plus von 14 Prozent besser ab als erwartet. Insgesamt übertraf der Gesamtumsatz der Luxusbranche mit 172 Milliarden Euro 2010 sogar das historische Hoch von 170 Milliarden Euro aus dem Jahr 2007.

Im Vergleich zum Vorjahr meldet die Bain-Studie für die Monate Februar und März zweistellige Zuwächse für Kaufhäuser und herstellereigene Luxusfilialen; der Großteil der Frühjahrs- und Sommerkollektionen 2011 ist bereits verkauft. Darüber hinaus haben die Läden umfassende Bestellungen für die kommende Herbst/Winter-Saison geordert und insbesondere bei Accessoires, Lederwaren sowie Uhren und Schmuck ihre ausverkauften Bestände aufgestockt. Die von Bain & Company im Rahmen der Studie befragten Einzelhändler äußerten sich zuversichtlich, dass die Kunden mit der gleichen Dynamik einkaufen werden wie vor der Wirtschaftskrise.

"Luxusartikel haben ein brillantes Comeback gezeigt, müssen sich aber jetzt den neuen Realitäten und veränderten Kundenbedürfnissen anpassen", sagt Dr. Rudolf Pritzl, Partner und Konsumgüterexperte bei Bain & Company. "Anspruchsvollere Kunden, neue Spielregeln bei der Kundenloyalität, eine zunehmende Verzahnung des Online- und Offlinegeschäfts sowie das anhaltende Wachstum in den Schwellenländern verändern die Luxusgüterindustrie", erklärt Bain-Partner Pritzl.

In den USA ist 2011 mit einem Umsatzanstieg von acht Prozent auf 52 Milliarden Euro zu rechnen - damit bleibt das Land auch weiterhin der weltgrößte Luxusgütermarkt. In Europa erwartet Bain & Company in diesem Jahr ein Umsatzwachstum von sieben Prozent, China wird voraussichtlich um 25 Prozent auf 11,5 Milliarden Euro zulegen. Vor allem der wachsende Wohlstand in China wird die Umsätze anfeuern und zu Neueröffnungen von Markenstores führen. Erstmals könnten die Umsätze der Region Greater China, wozu Hongkong, Macao und Taiwan zählen, das Umsatzvolumen Japans übertreffen. Aufgrund des strukturellen Rückgangs und der Folgen der jüngsten Erdbebenkatastrophe sinken in Japan die Umsätze voraussichtlich um fünf Prozent auf 17 Milliarden Euro. Im dritten Quartal rechnet Bain & Company mit einer Umsatzstabilisierung der japanischen Luxusgüterindustrie, bedingt durch die sich erholende Nachfrage und positive Effekte des Wiederaufbaus auf das BIP-Wachstum. Tatsächlich erlebten die Luxusgeschäfte in Tokio nach ihrer Wiedereröffnung in den ersten Wochen nach dem Erdbeben eine schnelle Rückkehr auf das erwartete Umsatzniveau; in südlicheren Städten wie Osaka waren nur geringe Auswirkungen der Katastrophe zu spüren.

Die boomenden Volkswirtschaften Brasiliens, China und Russland bleiben in den nächsten zwei bis drei Jahren die Kernmärkte der Luxusgüterhersteller. In Russland rechnet Bain & Company mit jährlichen Zuwachsraten von fünf bis zehn Prozent. Im Nahen Osten wird das Wachstum durch die Eröffnung neuer Luxusgeschäfte beflügelt; Bain prognostiziert in dieser Region Zuwachsraten von zehn bis zwölf Prozent jährlich, während in Brasilien umfassende Investitionen von internationalen Marken zu einem Plus von zehn bis 15 Prozent führen werden. "Die aufstrebenden Märkte bewirken mehr als reine Umsatzsteigerungen", sagt Bain-Konsumgüterexperte Pritzl. "Die neuen und zunehmend vielschichtigen Kunden zwingen die Luxusmarken dazu, wesentlich flexibler in der Auswahl der Sortimente und der Gestaltung des Kundenerlebnisses zu sein."

Bain & Company erwartet, dass der Luxusgütermarkt bis 2014 ein Volumen von rund 220 Milliarden Euro erreichen wird. Entscheidend für den zukünftigen Erfolg der Branche sind drei Faktoren: der Schwerpunkt auf die neuen Märkte, die Anpassung an den Generationswechsel von Baby-Boomern zur gut vernetzten Generation Z und eine nachhaltige Verbesserung des Kundenerlebnisses. "Um in den nächsten 15 Jahren erfolgreich zu sein, müssen die Luxusartikelhersteller strikt serviceorientiert arbeiten, um die Markenloyalität der Luxuskäufer in den aufstrebenden Ländern zu steigern", sagt Bain-Partner Pritzl. "Die heutigen Luxuskunden in China sind 20 bis 25 Jahre jünger als die westliche Klientel. Das bedeutet ein Umdenken für die Luxusgüterunternehmen."

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.

Kontakt:

Leila Kunstmann-Seik
Bain & Company Germany, Inc.
Karlsplatz 1, 80335 München
Tel: +49 (0)89 5123 1246, E-Mail: leila.kunstmann@bain.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018214/100626903> abgerufen werden.