

18.05.2017 – 09:35 Uhr

Trotz E-Commerce: Generation Y bevorzugt echtes Shopping-Erlebnis

München/Zürich (ots) -

Bain-Studie zum zukünftigen Kaufverhalten bei Luxus-Labels

- Luxusmode wird am liebsten im Geschäft gekauft
- Millennials geben beim Kauf teurer Labels künftig den Ton an
- Bedeutung des E-Commerce nimmt auch im Luxussegment zu

Die Umsatzentwicklung der Luxusgüterindustrie wird in Zukunft maßgeblich von der Generation Y - den Millennials - bestimmt. Bis 2025 werden 40 Prozent aller Käufe von Luxusartikeln im Bereich Kleidung, Schmuck, Schuhe und Accessoires von den heute 16- bis 35-Jährigen getätigt. 2016 waren es noch 27 Prozent. Das sind Ergebnisse der aktuellen Studie "The Millennial State of Mind", die die internationale Managementberatung Bain & Company zusammen mit der Luxusmodeplattform Farfetch veröffentlicht hat.

Gerade im Luxussegment sind die Kunden ausgesprochen anspruchsvoll. Sie verlangen nicht nur hochwertige Produkte, sondern auch einen ausgezeichneten Service rund um ihren Einkauf. Insbesondere junge Frauen und Männer haben bei Luxusprodukten höchste Erwartungen an das Käuferlebnis. "Wir gehen davon aus, dass auch in Zukunft der meiste Umsatz mit Luxusartikeln im stationären Einzelhandel gemacht wird", erklärt Serge Hoffmann, Partner bei Bain & Company sowie Experte für den Handel und die Luxusgüterbranche. Die Bain-Studie prognostiziert, dass im Jahr 2025 rund 75 Prozent aller Käufe von Luxusartikeln im Bereich Kleidung, Schmuck, Schuhe und Accessoires in Flagship-Stores, Boutiquen und Outlet-Centern erfolgen.

Online wird geschaut, offline gekauft

Doch auch die Bedeutung des E-Commerce nimmt im Luxussegment zu. "Der Weg zur Kaufentscheidung führt künftig deutlich häufiger über das Internet", ist sich Hoffmann sicher. Derzeit finden 70 Prozent aller Käufe weltweit in Interaktion mit dem Internet statt. Das heißt, die Luxuskunden haben vor ihrer Kaufentscheidung mindestens die Webseite der Marke besucht. Darüber hinaus kaufen die Jüngeren auch mehr im Internet. Von den Konsumenten zwischen 18 und 24 Jahren haben 14 Prozent ihren ersten Luxusartikel online erworben.

Die Millennials unterscheiden sich im Kaufverhalten ganz erheblich von älteren Generationen:

- Sie tauschen sich online mit Gleichaltrigen über begehrte Labels aus und holen deren Meinung ein, bevor sie kaufen.
- Sie entscheiden sich deutlich schneller für einen Artikel als ältere Generationen. Laut Bain-Studie benötigen sie etwa ein Drittel weniger Zeit für ihre Kaufentscheidung.
- Sie erwarten, dass die Marken ihre persönlichen Werte und Gefühle repräsentieren oder zumindest mit ihnen in Einklang stehen.

Shops und Onlineplattformen - Luxusartikel brauchen beides

Auffällig ist, dass das Internet beim Kauf von hochwertigen Produkten eine noch größere Rolle spielt als bei anderen Waren. Alle Luxuskunden (100 Prozent) zwischen 15 und 35 Jahren nutzen das Internet. Online sind insgesamt etwa drei Viertel dieser Altersgruppe. Der Traffic auf den Webseiten der Luxusmarken ist doppelt so hoch wie die Anzahl der Besuche im Ladengeschäft.

Im Jahr 2025 werden Onlineshops und Flagship-Stores die beiden wichtigsten Verkaufskanäle für Luxusartikel im Bereich Kleidung, Schmuck, Schuhe und Accessoires sein. Bain-Partner Hoffmann prognostiziert: "Heute macht E-Commerce im Luxussegment 8 Prozent aus. Das wird sich bis 2025 deutlich ändern. Dann werden es rund 25 Prozent sein."

Bain & Company

Bain & Company ist eine der weltweit führenden Managementberatungen. Wir unterstützen Unternehmen bei wichtigen Entscheidungen zu Strategie, Operations, Informationstechnologie, Organisation, Private Equity, digitale Strategie und Transformation sowie M&A - und das industrie- wie länderübergreifend. Gemeinsam mit seinen

Kunden arbeitet Bain darauf hin, klare Wettbewerbsvorteile zu erzielen und damit den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern. Im Zentrum der ergebnisorientierten Beratung stehen das Kerngeschäft des Kunden und Strategien, aus einem starken Kern heraus neue Wachstumsfelder zu erschließen. Seit unserer Gründung im Jahr 1973 lassen wir uns an den Ergebnissen unserer Beratungsarbeit messen. Bain unterhält 55 Büros in 36 Ländern und beschäftigt weltweit 7.000 Mitarbeiter, 800 davon im deutschsprachigen Raum. Weiteres zu Bain unter: www.bain.de.

Farfetch

Farfetch ist ein internationales E-Commerce-Unternehmen, das Luxusartikel aus aller Welt verkauft. Die Onlineplattform wurde 2008 vom portugiesischen Entrepreneur José Neves in London gegründet. Auf der Webseite von Farfetch bieten mehrere Hundert Luxusboutiquen und Labels aus rund 40 Ländern auf Kommissionsbasis ihre Mode an. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 1.000 Mitarbeiter weltweit. Farfetch wurde bereits mit zahlreichen E-Commerce-Preisen ausgezeichnet.

Kontakt:

Leila Kunstmann-Seik, Bain & Company Germany, Inc., Karlsplatz 1,
80335 München
E-Mail: leila.kunstmann-seik@bain.com, Tel.: +49 (0)89 5123 1246,
Mobil: +49 (0)151 5801 1246

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018214/100802600> abgerufen werden.