

Europa bleibt im Luxusmarkt führend

Studie traut Branche nachhaltiges Wachstum zu // Umsatz bis 2020 bei 900 Mrd. Euro

Gregor Kessler, Hamburg

Die europäische Luxusindustrie sieht sich als einen der Wachstumsmotoren der europäischen Wirtschaft. Trotz eines schwierigen wirtschaftlichen Umfelds wird die Branche in den kommenden Jahren mit sieben bis neun Prozent zulegen und damit bis zum Jahr 2020 einen Umsatz von bis zu 900 Mrd. Euro erreichen. Dies geht aus einer Studie von Frontier Economics hervor, die vom europäischen Branchenverband ECCIA in Auftrag gegeben und am Dienstag in Brüssel vorgestellt wurde.

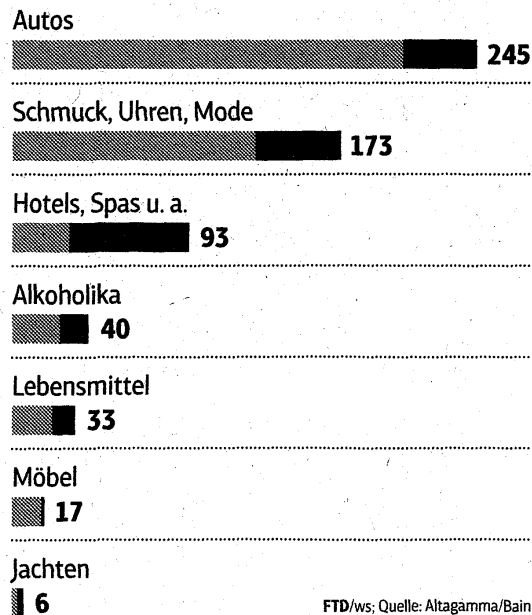
Europäische Unternehmen wie Louis Vuitton, Prada oder Burberry dominieren das globale Geschäft mit Schmuck, Uhren und teurer Mode. Mehr als 70 Prozent des weltweiten Luxusmarktes wird mit Produkten aus Europa gemacht. Weil diese etablierten Marken für wohlhabende Käufer aus Asien, Brasilien und Russland ein besonderes Statussymbol besitzen, wird die Branche auch künftig europäisch geprägt bleiben.

Dabei nimmt die relative Bedeutung der Luxusindustrie in Europa kontinuierlich zu. In den vergangenen zehn Jahren wuchs sie stets schneller

als die europäische Gesamtwirtschaft. In den vergangenen beiden Jahren legte die Luxusindustrie in der EU insgesamt sogar zweistellig zu. Mit geschätzten 440 Mrd. Euro, machte die Luxusbranche 2010 bereits drei Prozent des europäischen Bruttosozialprodukts aus. Die prognostizierten Wachstumsraten vorausgesetzt, wird dieser Anteil an der Gesamtwirtschaft auch künftig weiter zulegen.

Der Kontinent mag's edel

Globaler Marktwert von Luxusgütern 2010, nach Segmenten in Mrd. €



Die schwächeren Wirtschaftszahlen aus China, dem zuletzt wichtigsten Wachstumsmarkt der Luxusbranche, sowie die anhaltende Schuldenkrise in Europa hatte die Euphorie der Anleger in jüngster Zeit spürbar abkühlen lassen. Der Bloomberg European Luxury Goods Index, der die Kurse von neun europäischen Luxusmarken zusammenfasst, hat seit Anfang Mai 13,83 Prozent eingebüßt. Bislang halten große Luxuskonzerne wie LVMH jedoch an ihrem optimistischen Ausblick fest.

Laut der aktuellen Studie verfügt die Branche mit einer Quote von 60 Prozent über einen hohen Exportanteil. Gleichzeitig ist sie ein wichtiger Faktor für die Tourismusbranche: Bis zu 50 Prozent der Umsätze mit Personal Luxury-Goods – also Schmuck, Uhren und Mode – werden mit Touristen gemacht. Aus Angst vor Fälschungen ziehen es viele Asiaten, Russen und Südamerikaner vor, Luxuswaren direkt in Europa zu kaufen.

Das anhaltende Wachstum macht die Branche zu einem zunehmend wichtigeren Arbeitgeber. Aus den aktuell einer Million Arbeitsplätze, die direkt an Luxusindustrie hängen, sollen 2,2 Millionen bis 2020 werden.