

**Revival** Nach einem Durchhänger 2016 war 2017 wieder ein gutes Jahr für die Luxusbranche. Die weltweiten Umsätze mit Designerkleidung und -accessoires, Nobelkosmetik, teuren Uhren und hochkarätigem Schmuck kletterten um 5% auf 262 Mrd. €.

## Die umsatzstärksten Luxusunternehmen

Rang	Unternehmen	Umsatz 2017	Umsatz 2016	Veränd. in %	wichtige Marken
1	LVMH	42.636	37.600	+13,4	Louis Vuitton, Dior, Fendi, Tag Heuer, Zenith, De Beers, Krug, Pucci, Veuve Clicquot, Rimowa, Bulgari, Marc Jacobs, Céline
2	Kering	15.478	12.385	+25,0	Gucci, Saint Laurent, Balenciaga, Bottega Veneta, Alexander McQueen, Brioni, Boucheron, Pomellato
3	Richemont**	8.724	11.076	+6,7	Vacheron Constantin, Baume & Mercier, Jaeger-LeCoultre, A. Lange & Söhne, Cartier, IWC, Piaget, Montblanc
4	Estée Lauder	9.570	9.114	+5,0	Aerin, Aramis, Clinique, Estée Lauder, La Mer, Lab Series
5	Luxottica	9.157	9.086	+0,8	Chanel, Coach, Dolce & Gabbana, Miu Miu, Prada, Ray Ban, Ralph Lauren, Valentino
6	L'Oréal Luxe	8.472	7.662	+10,6	Lancôme, Armani, Saint Laurent Beauté, Helena Rubinstein
7	PHV	7.500	6.623	+13,2	Calvin Klein, Tommy Hilfiger, Van Heusen
8	Swatch Group	6.810	6.461	+5,4	Breguet, Blancpain, Glashütte Original, Omega, Léon Hatot
9	Coty	6.179	3.514	+75,8	Bottega Veneta, Calvin Klein, Chloé, Marc Jacobs
10	Hermès	5.549	5.202	+6,7	
11	Tapestry (Coach)	3.625	3.628	+0,1	Coach, Kate Spade, Stuart Weitzman
12	Swarovski	3.500	3.370	+0,8	Swarovski, Atelier Swarovski, Cadenzza
13	Tiffany & Co	3.378	3.226	+4,7	
14	Burberry	3.121	2.837	+10,0	
15	Prada	3.056	3.184	-4,0	Prada, Miu Miu, Church's, Marchesi 1824, Car Shoe
16	Hugo Boss	2.733	2.693	+1,4	
17	Samsonite*	1.281	2.270	+31,8	Samsonite, Tumi, American Tourister, Hartman, High Sierra
18	Safilo	1.047	1.252	-16,4	Safilo, Carrera, Dior, Fendi, Givenchy, Marc Jacobs, Boss
19	Tod's	963	1.004	-4,1	Tod's, Hogan, Fay, Roger Vivier

Zahlen in Mio. €, auf Basis von Unternehmensangaben. Nennungen mit Stern\* beziehen sich auf den Bericht für das 1. Hj. 2017, jene mit 2 Sternen auf die Zahlen der ersten drei Quartale 2017 und wurden nicht auf das Gesamtjahr hochgerechnet. Von medianet ohne Bearbeitung und Gewähr veröffentlicht.



© APA/AFP/Eric Piermont

**Bernard Arnault**  
Vorstandsvorsitzender & CEO  
LVMH Group

„Die exzellente Performance, zu der alle unsere Geschäftsfelder beigetragen haben, resultiert einerseits aus einer allgemein wieder sehr lebhaften Nachfrage nach Luxusartikeln, aber vor allem auf der bemerkenswerten Kreativität und Innovationskraft unserer Marken und ihrer Fähigkeit, sich ständig neu zu erfinden und begehrenswert zu bleiben. Darauf können wir weiter vertrauen und 2018 unsere Führungsposition weiter stärken.“



© APA/AFP/Jean-Baptiste Lacroix

**François-Henri Pinault**  
Vorstandsvorsitzender & CEO  
Kering

„2017 war für uns ein fantastisches Jahr. Wir haben den Umsatz um mehr als drei Mrd. Euro und das EBIT um über eine Mrd. Euro gesteigert. Die Entwicklung von Gucci kann man nur als spektakulär bezeichnen, Saint Laurent und Balenciaga verzeichnen starke Zuwächse, und auch alle unsere anderen Luxusmarken entwickeln sich sehr positiv. Daher rechnen wir auch für 2018 mit einem überdurchschnittlichen Plus.“



© AFP

**Patrizio Bertelli**  
CEO Prada Group

„Mit den Fortschritten, die wir 2017 gemacht haben, bin ich zufrieden, und wir sehen bereits erste positive Effekte der vielen strategischen Maßnahmen, die innerhalb der Gruppe gesetzt wurden, wie die Investitionen in unsere Boutiquen, die Erweiterung des Sortiments – vor allem die vielen Neuheiten bei den Lederwaren – und der Ausbau der digitalen Präsenz. 2018 hat vielversprechend begonnen, und ich bin sicher, dass die Gruppe jetzt wieder auf Wachstumskurs ist.“



© APA/dpa/Franziska Kraufmann

**Mark Langer**  
Vorstandsvorsitzender  
Hugo Boss AG

„Wir haben unsere Ziele für 2017 erreicht. Vor allem das Schlussquartal fiel erfreulich aus. Die starke Entwicklung im eigenen Einzelhandel zeigt, dass wir mit den Veränderungen in unseren Kollektionen & Stores auf dem richtigen Weg sind. Mit der Frühjahr/Sommer-Kollektion wird die neue Ausrichtung erstmals vollständig sichtbar. Auch das Onlinegeschäft ist auf Kurs und wird einen nachhaltigen Beitrag zum Konzernwachstum leisten.“