

KARRIERE



© Ottakringer Brauerei/Philipp Lipiarski

Jan Gorfer

Ottakringer

Die Ottakringer Brauerei hat mit Jan Gorfer ihren neuen Marketingleiter. Der 34-jährige Wiener macht es sich ab 1. Juni zur persönlichen Mission, das Potenzial der Marke Ottakringer auszuschöpfen: „Ich will, dass jeder Wiener stolz ist auf diese Brauerei. Meine Aufgabe ist es, das viele Gute, das vorhanden ist, gemeinsam mit dem Team noch besser zusammenzuführen und Ottakringer als Marke für die Menschen erlebbar zu machen“, sagt er.

„Ottakringer hat die Kraft, eine echte Ikone zu werden. Ich mag das Bier, ich mag die Marke und ich freue mich darauf, die Zukunft maßgeblich mitzugestalten.“ Gorfer sieht die Digitalisierung als große Chance, neue Markenerfahrungen zu schaffen und echte Markenerlebnisse voranzutreiben. Er war zuletzt Geschäftsführer der Mediaagentur Carat Austria und davor in leitenden Positionen in der übergreifenden Kommunikationsberatung tätig. „Mit Jan Gorfer haben wir einen kreativen Marketingprofi für unser Unternehmen engagiert, der an die Einzigartigkeit der Marke Ottakringer glaubt. Er verkörpert unsere Kernwerte wie Offenheit, Lebensgefühl und Vielfalt, und ich bin davon überzeugt, dass wir mit ihm die Marke Ottakringer auf ein neues Level heben werden.“

Er passt perfekt zu uns und ich freue mich auf die Zusammenarbeit“, sagt dazu Matthias Ortner, Vorstand der Ottakringer Brauerei. (red)



© AP/WideWorld/Daniel Leal-Olivera

Luxusreigen

LVMH führt die Top 100 der Luxusgüteranbieter an, auf Platz 2 liegen die Estée Lauder Companies; Österreich ist mit Swarovski auf Platz 23 vertreten.

Weniger Wachstum bei Luxusgütern

Das Beratungsunternehmen Deloitte hat die Top 100 der Luxusgüterbranche auf Basis ihres Umsatzes gelistet.

WIEN. Die Top 100 des Luxusgütermarkts erwirtschafteten im Finanzjahr 2016 einen Umsatz von insgesamt 217 Mrd. USD (184 Mrd. €) mit einer Nettogewinnspanne von 8,8%. Laut dem Deloitte-Report „Global Powers of Luxury Goods 2018“ dominiert Italien das Ranking mit insgesamt 24 Vertretern; die USA folgen mit 13 Unternehmen. Allzu viel Verschiebungen gab es nicht: Unter den Top Ten finden sich tatsächlich dieselben Anbieter wie in den vergangenen drei Jahren.

„2016 konnte nur ein Umsatzwachstum von einem Prozent erzielt werden, im Jahr davor waren es noch fast sieben Prozent. Das lässt sich vor allem durch die großen Unterschiede zwischen den Wachstumsraten der einzelnen Anbieter erklären“, erklärt Margareta Holz, Partnerin bei Deloitte Österreich. „Schnell wechselnde Trends, die zunehmende Digitalisierung, aber

auch geopolitische Unsicherheiten halten viele Unternehmen auf Trab.“

Platz 1 belegt erneut die LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton Top 100 mit Sitz in Frankreich und Marken wie Bulgari, Fendi,

Marc Jacobs oder TAG Heuer. Auf Platz 2 liegen die Estée Lauder Companies aus den USA. Den dritten Platz nimmt die Schweizer Compagnie Financière Richemont mit Cartier, Montblanc, Chloé und Piaget ein.

Ranking der Top 10

Zu den zehn Besten zählen auch die Luxottica Group (Rang 4) mit Ray Ban, Oakley und Vogue Eyewear sowie Kering (5) mit Gucci und Balenciaga. Die L'Oréal Luxe ist mit Marken wie Lancôme und Helena Rubinstein auf Platz 6 vertreten, die Schweizer Swatch Group belegt Platz 7. Die Ralph Lauren Corporation (8), die PVH (9) mit Calvin Klein und Tommy Hilfiger sowie die Chow Tai Fook Jewellery Group (10) aus Hongkong finden sich ebenfalls wieder unter den Top Ten. Frankreich und die USA sind mit jeweils drei Unternehmen deutlich am stärksten repräsentiert. (red)

„Schnell wechselnde Trends, die zunehmende Digitalisierung, aber auch geopolitische Unsicherheiten halten viele Unternehmen auf Trab.“

Margareta Holz
Deloitte Österreich