

Schöne Aussichten

Hermès ist weiter auf Erfolgskurs und baut Produktion, Vertriebsnetz und Sortiment aus.



© Hermès (3)

BRITTA BIRON

Paris. Nachdem das Jahr 2018 einen neuen Umsatzrekord gebracht hatte – 5,97 Mrd. € war gegenüber 2017 eine Steigerung von 7,5% –, läuft es für Hermès auch heuer wieder wie geschmiert. Das erste Quartal konnte das Luxushaus mit einem Umsatz von 1,61 Mrd. € abschließen – das entspricht einem Plus von knapp 16% zu aktuellen Kursen.

Deutliche Steigerung

Rund die Hälfte des Umsatzes entfällt auf Handtaschen, Kleinlederwaren und Reitzubehör, das Kerngeschäft des Unternehmens, das auf hohem Niveau kräftig (+12,5%) zulegen konnte. Gut verkaufen sich weiterhin die Handtaschen-Klassiker, aber auch die Neuheiten, wie etwa die Mosaïque-Modelle, kommen bei den Kundinnen ausgesprochen gut an. Auch alle anderen Produktgruppen verzeichneten gute bis exzellente Zuwächse. Die Uhrensparte profitierte vor allem von den neu-

en Modellen Galop d’Hermès und L’Heure de la Lune, in der Parfümsparte erwies sich die Neuheit Terre d’Hermès als besonders erfolgreich, und mit dem im März gelaunchten Un Jardin sur la Lagune ist schon der nächste potenzielle Bestseller am Start

Neue Stores und Produkte

Um der steigenden Nachfrage nach Taschen und Reitartikeln Herr zu werden, werden die Produktionskapazitäten weiter ausgebaut. In Louviers in der Normandie entsteht derzeit ein neues Lederwarenatelier, das 2021 mit 250 zusätzlichen Facharbeitern in Betrieb gehen wird. Auch das eigene Vertriebsnetz wird laufend erweitert. Neue Stores wurden heuer in Phuket, Orlando sowie im Meatpacking District in New York eröffnet. Zudem wird der Flagship-Store auf der Madison Avenue in eine neue und größere Location übersiedeln. Der Mietvertrag für die neue Location, deren Umbau bis 2022 dauern wird, wurde im Februar unterzeichnet.

Eine weitere Expansion betrifft das Sortiment: Bereits Anfang 2020 soll der Launch einer eigenen Kosmetiklinie erfolgen, die sowohl Make-up als auch Hautpflegeprodukte



Im ersten Quartal verzeichnete Hermès einen Umsatz von 1,61 Mrd. €, ein Plus von knapp 16%. Die Verkaufszahlen stiegen in allen Regionen und Produktgruppen.

umfassen wird; Details dazu sind noch nicht bekannt, außer dass die Produkte inhouse entwickelt und von Partnern in Italien und Frankreich produziert werden.

Hermès-Umsatz nach Produktgruppen

Rang	Produktgruppe	Q1/2019 in Mio. Euro	Q1/2018 in Mio. Euro	±
1	Lederwaren & Reitartikel	808,2	691,3	+16,9%
2	Mode & Accessoires	360,2	306,6	+17,5%
3	Seide	140,4	132,4	+6,0%
4	Schmuck, Home-Accessoires & Geschirr	116,7	95,6	+22,1%
5	Parfüm	84,6	81,9	+3,3%
6	Uhren	43,4	34,2	+26,9%

Hermès-Umsatz nach Regionen

Region	Q1/2019 in Mio. Euro	Q1/2018 in Mio. Euro	±
Frankreich	184,8	182,2	+1,4%
Europa ohne Frankreich	261,6	239,3	+9,3%
Japan	204,2	174,9	+16,7%
Asien ohne Japan	655,9	539,8	+21,5%
Amerika	269,7	230,2	+17,1%
restliche Welt	33,5	27,4	+22,3%

SHORT

Zwei Partner im Gleichschritt



© Windsor

Ludwig Reiter-Schuhe von Windsor kommen 2020 in den Fachhandel.

Wien/Kreuzlingen. Der Schuhhersteller Ludwig Reiter und die Modemarke Windsor bauen ihre Partnerschaft weiter aus. Ab der Frühjahres-Sommerkollektion 2020 werden die Schuhe – das Sortiment umfasst sportlich-elegante Sneaker für Damen und Herren sowie klassische Herrenmodelle – nicht mehr nur über die Monobrand-Stores und den Onlineshop von Windsor verkauft, sondern auch im Fachhandel. (red)

Mode & Accessoires für PS-Freaks



© Grandprix Originals

Das Sortiment wird im Herbst auf diversen Automessen präsentiert.

Brunn/Gebirge. Christian Schamburek, Herausgeber des Oldtimer Guides, bringt mit Grandprix Originals jetzt eine Marke nach Österreich, die ganz nach dem Geschmack passionierter Auto- und Motorsportfans ist. Das hochwertige Sortiment reicht von Lederjacken und Sneakern über Polos und Hemden bis zu Taschen, Handschuhen und Motorradhelmen. Kaufen kann man die rasanten Teile im Onlinestore sowie auf Automessen wie der Classic Austria in Wels oder der Ventilspiel am Red Bull Ring. (red)

Hochkarätige Weiterbildung



© Gübelin

Farbedelstein-Workshop der Gübelin Academy: jetzt auch in Peking.

Luzern/Peking. Seit 2013 gibt das renommierte Schweizer Juwelenhaus Gübelin sein umfangreiches Farbedelstein-Wissen im Rahmen der Gübelin Academy an professionelle Schmuckexperten sowie private Liebhaber und Sammler weiter. 2017 wurde das Programm in China gestartet und erfreut sich seither so großer Beliebtheit, dass nach Hongkong und Shanghai jetzt auch in Peking diese hochkarätigen Workshops angeboten werden. (red)



© Dr. Tonar Cosmetics

The New Beauty Sleep unterstützt die natürliche nächtliche Regeneration der Haut.

Dr. Tonar Cosmetics Exklusive Hautpflege-Serie

Schön im Schlaf

Wien. Als Dermatologin ist Ursula Tonar Spezialistin, wenn es um gesunde und schöne Haut geht. Kürzlich hat sie ihre eigene Pflegelinie The New Beauty Sleep vorgestellt. Sie nutzt den natürlichen, nächtlichen Regenerationsmechanismus der Haut und besteht aus nur zwei Produkten – einer Nachtcreme und einer Augencreme. Hauptwirkstoffe sind Glycolsäure und Retinol, seit Langem bekannte und bewährte Anti Aging-Substanzen, die abgestorbene Hautzellen entfernen, die Bildung neuer fördern und auch die Kollagenproduktion ankurbeln. „Anders als bei gängigen Formulierungen, die entweder zu Hautreizungen führen oder durch zu

niedrige Wirkstoffdosierung wenig effizient sind, verbindet die Rezeptur meiner Pflegelinie optimale Hautverträglichkeit mit hoher Wirksamkeit“, erklärt Tonar. **Edle Rezeptur** Zusätzlich enthalten die Cremes pflegende und feuchtigkeitsspendende Inhaltsstoffe wie Hyaluronsäure und hochwertige Pflanzenöle. The New Beauty Sleep ist frei von Mikroplastik, Parabenen und Silikon und für alle Hauttypen geeignet. Die Produkte sind im Dr. Tonar-Onlineshop und im ausgewählten Fachhandel erhältlich. (red)