

Kein Sparkurs

Trotz starker Umsatzeinbrüche greifen Luxuskonzerne tief in die Tasche, um sich fit für die Zukunft zu machen.

••• Von Britta Biron

PARIS/GREENWICH. Für die Nobelmarken war 2020 kein gutes Jahr. Obwohl die Umsätze in China, dem mittlerweile wichtigsten Markt, trotz Corona satte Zuwächse verzeichneten, mussten praktisch alle Player mehr oder weniger herbe Einbußen hinnehmen.

Hoher Investitionsdruck

Ab dem zweiten Halbjahr 2020 hat sich die Lage langsam ein wenig gebessert, manche Marken verzeichneten im vierten Quartal sogar schon Zuwächse zu 2019; die Krise abhaken und zum gewohnten Business zurückkehren kann die Edelbranche aber nicht. Es gilt nicht nur, die Corona-Schäden zu beseitigen, sondern die Geschäftsmodelle auch rasch für die kommenden Anforderungen fit zu machen. Die To do-Liste dafür ist lange und reicht vom Ausbau des E-Commerce, über die Neugestaltung der stationären Läden und die Entwicklung völlig neuer Vertriebskonzepte bis zum Thema Nachhaltigkeit, das für die anspruchsvolle Kundschaft eine immer größere Rolle spielt.

Der finanzielle Aufwand für den Transformationsprozess ist hoch, aber die Kriegskassen der



Rund 16 Mrd. USD hat der LVMH-Konzern für den Edeljuwelier Tiffany bezahlt.

großen Konzerne sind gut gefüllt, und auch der Finanzmarkt macht für Luxus gern Geld locker. Laut einer Deloitte-Umfrage von 2020 wollen 70% der Anleger – aktuelle Krise hin oder her – auch weiter in den Luxusmarkt investieren. Neben Kleidung, Accessoires und Kosmetik liegen digitale Luxusprodukte – das Interesse daran ist gegenüber 2019 um 53% gestiegen – besonders im Fokus.

Big Deal von LVMH

Seinem Ziel, auch im Schmucksegment zum Big Player zu werden, ist der LVMH-Konzern durch den zum Jahreswechsel abgeschlossenen Kauf von Tiffany's & Co einen großen Schritt näher gekommen – mit knapp 16 Mrd. USD der größte Deal 2020. Über seine Holding Financière Agache und das private Equity-Unternehmen

L Catterton hat sich LVMH-Mehrheitseigentümer Bernard Arnault im März 2021 am deutschen Schuhhersteller Birkenstock beteiligt; Reuters schätzt, dass ihm die trendigen Schlapfen rund 4 Mrd. € wert waren.

Im November hat der Riche-mont-Konzern bekannt gegeben, mit Farfetch und Alibaba ein Joint Venture zu gründen. Etwa zeitgleich stockte die britische Frasers Group plc ihre Anteile am Lederwarenspezialisten Mulberry von 12,5 auf 29,7% auf und schließt auch eine komplette Übernahme nicht aus.

Die US-amerikanische VF Corporation, zu der Marken wie Vans, The North Face und Timberland gehören, hat sich im Dezember – quasi als Weihnachtsgeschenk – um rund 1,7 Mrd. das Luxus-Sportswearlabels Supreme gegönnt.

LUXUS-RANKING

Diese Marken liebt Österreich

WIEN. Die beliebte Online-plattform willhaben.at hat anhand der Suchanfragen analysiert, welche Nobelmarken bei Herrn und Frau Österreicher 2020 am beliebtesten waren.

Klar in Führung liegt Louis Vuitton mit 14,6 Mio. Suchanfragen; danach folgen mit deutlichem Abstand Michael Kors, Tommy Hilfiger, Gucci und Chanel.

Öko liegt im Trend

Dass auch Nachhaltigkeit bei den markenbewussten österreichischen Konsumenten eine immer größere Rolle spielt, zeigt sich bei den Brands, für die die Zahl der Suchanfragen gegenüber 2019 am stärksten gestiegen sind.

Platz 1 holte sich die grüne Sneaker-Marke Veja (+238%), der zweite Platz ging an das Ökofashion-Label Armedangels (+191%), danach folgen die beiden Luxus-Klassiker Yves Saint Laurent (+142%) und Jimmy Choo (+136%). Komplettiert werden die Top5-Aufsteiger von Doc Martens (+131%).

Top 5 Marken 2020

Marke	Suchanfragen in Mio.
Louis Vuitton	14,6
Michael Kors	7,6
Tommy Hilfiger	5,9
Gucci	5,8
Chanel	4,1

Quelle: willhaben.at

Top 10 Luxuskonzerne

Unternehmen	Ums. '20 ± in Mrd. €	'19
LVMH	44,65	−16,8%
Kering	13,10	−17,5%
Estée Lauder	12,09	−10,3%
L'Oréal Luxe	10,18	−9,1%
Richemont (Q1–3)	9,66	−16,4%
Hermès	6,39	−7,1%
PHV	6,09	−28%
Coty	5,70	−27,3%
Swatch Group	6,06	−18,5%
Tapestry	4,20	−17,7%

Quelle: Unternehmensangaben