

Edel & teuer verkauft sich

Die globalen Umsätze mit Luxusgütern sind 2018 um fünf Prozent gestiegen.

••• Von Britta Biron

Die Lust am Luxus war 2018 so hoch wie nie zuvor. Laut der Analyse, die Bain & Co alljährlich im Auftrag der Vereinigung der italienischen Luxusmarken, Altgamma, erstellt, stieg der weltweite Luxusmarkt auf ein Volumen von knapp 1,2 Billionen €, ein Plus von fünf Prozent. Abgesehen von Privatjets und Luxusyachten, bei denen sich eine leicht rückläufige Nachfrage zeigt, konnten alle anderen Bereiche zulegen.

Die höchste Zuwachsrate gab es bei Luxuskreuzfahrten, mit einem Gesamtumsatz von zwei Mrd. € allerdings das kleinste Marktsegment.

Deutlich mehr ins Gewicht fallen die Luxusautos, für die im Vorjahr insgesamt knapp 500 Mrd. € (+5%) ausgegeben wurden, und die Sparte Personal Luxury Goods, die Mode, Accessoires, Schuhe, Taschen, Kosmetik, Uhren und Schmuck umfasst und um sechs Prozent auf 260 Mrd. € angewachsen ist.

Regionale Unterschiede

Größter Markt für persönliche Luxusgüter mit einem Volumen von 84 Mrd. € (+1%) ist Europa. Zwar dämpfte der starke Euro die Kaufkraft der asiatischen Shoppingtouristen (ausgenommen in Frankreich), dafür zeigten sich die Europäer recht spendabel. Auf Platz zwei folgen die USA mit 80 Mrd. € (+5%).

Nachdem chinesische Konsumenten, die aktuell ein Drittel der Luxusshopper ausmachen, verstärkt in der Heimat einkaufen, stiegen die Umsätze dort besonders stark, und zwar um 18% auf 32 Mrd. €. Der gesamte asiatische Markt exkl. Japan liegt jetzt bei 39 Mrd. € (+11%), die Umsätze in Japan stiegen um drei Prozent auf 22 Mrd. €.

