

## DER LUXUSGÜTERMARKT IN ITALIEN



### I – Italien in Zahlen:

Italien belegt Platz 8 in der Weltrangliste und ist **zweitstärkster Wirtschaftspartner Frankreichs**, mit einem Anteil **von 8,2 % der weltweiten Exporte Frankreichs**.

#### **Kennzahlen:**

Fläche: 301.336 km<sup>2</sup>

Hauptstadt: Rom

Währung: Euro (€)

Sprache: Italienisch

Bevölkerung: 60.494.785 Einw. (2018)

### II – Die Luxusgüterindustrie:

Italien ist aus historischer Sicht eines der Länder, welche den Aufstieg der Spitzenklasse miterlebten, da die Marke „Made in Italy“ schon immer für Eleganz, Qualität und Prestige stand. Sowohl im Maschinenbau als auch im Handwerk wird ein einzigartiges und fundiertes Know-how anerkannt. Selbstverständlich erstreckt sich der italienische Luxus weit über die großen Marken hinaus und man findet Spitzenqualität in der jahrhundertelangen Geschichte des Handwerks und lädt sich für Lederarbeiten bei den großen Designern der ganzen Welt ein.

Die italienischen Unternehmen sind daher sowohl als Unterauftragnehmer als auch als Zulieferer von Rohstoffen, insbesondere von Fellen, Marmor und anderen Natursteinen, stark auf dem globalen Luxusgütermarkt vertreten.

### III – Der Luxusgütermarkt in Italien und weltweit:

Der weltweite Luxusgütermarkt machte laut der Jahresstudie der Agentur Bain and Company, die sich darin auf diesen Sektor bezieht, 2018 einen Sprung von 5 % nach oben, besonders gestützt durch die chinesischen Verbraucher.

Der Markt für Luxusprivatgüter – Lederwaren, Mode, Uhren, Schmuck, Parfums und Kosmetik – erzielte 2018 einen Umsatz von **260 Mrd. €**, ein Anstieg um 5 %, laut einer in Zusammenarbeit mit der Fondation Altagamma, welche die großen italienischen Luxusmarken vereint, durchgeführten Studie.

2016 wirkten sich die Währungsschwankungen und die Attentate in Europa noch negativ auf die Touristenströme und den Konsum aus, und der Marktumsatz sank geringfügig auf 250 Mrd. €.



Der Gesamtkurs der italienischen Unternehmen wird von den Ergebnissen der drei wichtigsten Konzerne beeinflusst, nämlich Luxottica (das dank der Übernahme von glasses.com für **4,6 %** verantwortlich zeichnet, ein digitaler *Player* auf dem Brillenmarkt in Nordamerika), Giorgio Armani und Prada, die nahezu die Hälfte des Gesamtumsatzes der 29 italienischen Unternehmen in den Top 10 der größten Luxusmarken weltweit generieren.

Die Bedingungen zur Sicherstellung dieser Entwicklung basieren auf den mehrfachen Vertriebskanälen (Cross-Channel-Strategie), der Kreativität, der Personalisierung und der erfolgreichen Nutzung der sozialen Netzwerke.

2017 erreichte der Umsatz der Produkte mit dem Zeichen „Made in Italy“ die Marke von 1500 Mrd. € und platzierte Italien somit auf Platz 9 der umsatzstärksten Länder weltweit.

Hinsichtlich der Produktkategorien verzeichnet die italienische Luxusgüterindustrie 2018 ein Wachstum des Leder- und des Lederwarenmarkts um +7 %. Zudem kam es zu einem unerwarteten Wachstum von 7 % bei Schmuck und Uhren. Im Bereich der Bekleidung wurde ein Anstieg von +3 % und bei Parfums/Kosmetik von +3 % erzielt (mehr als in den Vorjahren).

Die wichtigsten Märkte für die italienische Mode sind Frankreich, Deutschland, die Schweiz, die Vereinigten Staaten und das Vereinigte Königreich.

Die Fondation Altagamma berichtet, dass die großen Luxusmarken versuchen, immer kürzere Vertriebskanäle zu favorisieren und ein eigenes Boutique-Netzwerk zu entwickeln, um ihre Produktangebote, Preise, Exklusivität und demnach ihr Image verwalten und steuern zu können. Die Erhöhung der Anzahl der Eigenmarken-Boutiquen ist nicht die einzige „Revolution“ im Bereich des Vertriebs auf den Luxusgütermärkten, da auch der Einsatz von Online-Boutiquen sehr schnell vorangeht. Die **Online-Verkäufe** dürften ein jährliches Wachstum von 20 % erreichen.

## IV – Italien als Quelle von erstklassigen Rohstoffen und Know-how:

### Leder und Lederwaren



Der Markt für Luxuslederwaren wächst nicht oder nur geringfügig langsamer und Italien bewahrt seine gute Stellung, da Handwerk und Vortrefflichkeit trotz eines weniger dynamischen westlichen Marktes neue Kunden gewinnen, insbesondere aus Schwellenländern.

Die Lederarbeiten „Made in Italy“ konnten neue Perspektiven eröffnen und ermöglichten somit einen starken Anstieg der Exportverkäufe: In der Tat sind **4,2 Mrd. €** auf Exporte zurückzuführen.

Der Import verzeichnete im gleichen Zeitraum jedoch lediglich einen Umsatz von **1,7 Mrd. €**.

Die sogenannten gesättigten Märkte repräsentieren nichtsdestotrotz 50 % der externen Verkäufe, auch wenn die Wachstumsdynamik langsamer ist.

Hinsichtlich des Exports verbuchten die Kategorien der Lederwaren und Schuhe große Erfolge, während die Rohstoffe gegen einen Rückgang der Nachfrage anzukämpfen haben.

Im Bereich der Lederaccessoires ist China der größte Zulieferer Italiens, mit einem Gesamtvolumen von 792 Mio. €. Frankreich stellt für Italien dagegen ein Gesamtvolumen von über **331 Mio. €** für Lederaccessoires dar und rangiert somit als **zweitgrößter Kunde Italiens**, mit einem Wachstum von 10,43 %.

## V – Die Prestige-Industrien:

### 1 – Der Automobilmarkt

Der Weltmarkt für Prestigeautomobile repräsentiert den größten Teil des Luxusgütermarktes und generierte 2017 nahezu 1 Mrd. €.

Derzeit stellt das Segment der Luxuskarossen (italienische und ausländische Marken) lediglich 0,18 % des Gesamtautomobilmarkts in Italien dar. Die italienischen Marken profitieren dennoch vom internationalen Renommée der Marke

„Made in Italy“ und werden häufiger exportiert als sie in Italien selbst verkauft werden.

Der Umsatz für Neuwagen in Italien stieg im Dezember 2017 um 13,06 % im Vergleich zum Vorjahr. Insgesamt verzeichnete der italienische Automobilmarkt einen Anstieg von 15,82 %.



## 2 – Der Yacht-Markt

Die nautische Branche spielt eine wichtige Rolle in der italienischen Wirtschaft und ist im Ausland stark vertreten. Freizeitboote belegen tatsächlich Platz 5 unter den Exporten des Landes, und die Produktion von großen Yachten stellt **51,3 % des Weltmarktes** dar.



Der Yacht-Markt hat leider unter der Krise gelitten, man geht jedoch davon aus, dass sich diese Industrie 2019 verstärken konnte: Die Anzahl von neuen Bestellungen oder Produktionen tendiert nach oben.

Auf dem italienischen Markt zeigte sich die Krise insbesondere 2012 mit der Machtübernahme des großen italienischen Konzerns Ferretti, weltweit führender Produzent von Luxusyachten, durch einen chinesischen Konzern. Dennoch bleibt Italien weltgrößter Konstrukteur von Superyachten: Die Konzerngruppe Azimut Benetti konnte ihren ersten Platz in der Rangliste mit der größten Anzahl von gebauten Yachten verteidigen.

## VI – Markttrends: „E-Luxe, Gebrauchtwarenmarkt usw.“

Mit 330 Mio. Luxusverbrauchern weltweit wird die Luxusgüterindustrie auch weiterhin ein starkes Wachstum erfahren. Die Evolution dieses Sektors ist auf eine Reihe von Trends zurückzuführen, die darauf abzielen, stets die Bedürfnisse des Verbrauchers zu bedienen und neue Kunden zu gewinnen.

Ein nachweislicher Trend ist jener des „nachhaltigen Luxus“ oder „E-Luxe“, der sich immer weiter entwickelt.

Viele Unternehmen haben ihre Produktionsverfahren den Anforderungen des *neo-grünen* Verbrauchers angepasst. Gucci beantragte zum Beispiel eine SA8000-Zertifizierung zum Schutz der Arbeiterrechte, und eine ISO14000-Zertifizierung zur Verringerung des Umwelteinflusses. Ein weiteres Beispiel ist AB AETERNO. Diese nachhaltige Uhr ist aus Naturholz hergestellt, mit *toxic-free* Zeigern, d. h. ohne Lacke oder Emailen, um weder der Haut noch der Umwelt zu schaden, jedoch auch zum Schutz der herausragenden Qualität des Holzes.

Ein weiterer wachsender Trend ist offenbar der Gebrauchtwarenmarkt für Luxusgüter. Laut dem Jahresbericht Global Luxury Study von Bain & Company erzielte dieser Markt im vergangenen Jahr einen Umsatz von 16 Mrd. €. Einerseits kann dies als Bedrohung angesehen werden, andererseits gilt es jedoch auch als Phänomen, der Luxusartikel in nachhaltige Produkte verwandelt, mit einem bestimmten Wiederverkaufswert. Hierdurch wird es Käufern mit eher mittlerem Einkommen ermöglicht, Zugang zu den teuersten Marken zu erhalten.

Darüber hinaus steigt auch die Nachfrage nach Luxuselektrogeräten, angetrieben durch die Begeisterung für Smartphones. Die Verkäufe von mobilen Luxusgeräten von Versace, Tag Heuer und Dior bleiben stabil, trotz der hohen Preise. Die Preise für Mobilgeräte variieren je nach Anzahl der eingefassten Diamanten, oder der Tatsache, ob sie aus Massivgold hergestellt wurden.

## VII – Markt für Luxuskosmetik

Auf dem Luxusmarkt gibt es zudem den Sektor für Kosmetik, der in den vergangenen Jahren ein erhebliches Wachstum erfuhr. Laut einer Studie von Luxury and Cosmetics Financial Factbook d'Ey verzeichnete der Kosmetiksektor einen Anstieg von 3 % im Vergleich zum Vorjahr.

Die am häufigsten verkauften Produkte gehören zur Kategorie Hautpflege (35 % der Verkäufe), Haarpflegeprodukte (23 %) und Make-up (17 %).

Die derzeit beliebtesten *Brands* sind l'Oréal (mit einem Umsatz von 25 Mrd. € in 2016), Chanel (weltweit bekannte Marke mit einem Umsatz von 6,24 Mrd. €) und Neurogène (mit einem Umsatz von 6 Mrd. €).

## SWOT-ANALYSE



## LUXUSGÜTERINDUSTRIE: WICHTIGSTE MESSEN

**PITTI IMMAGINE:** Internationale Messe für erstklassige und Prestigewaren in Florenz und Mailand

<http://www.pittimmagine.com/corporate.html>

Mehrere Veranstaltungen nach Genre und Industrie:

- **Modaprima**: Mode und Accessoires in Florenz: Mai 2019
- **Pitti Immagine Uomo**: Prêt-à-porter für Herren in Florenz: Juni 2019
- **Pitti Immagine Bimbo**: Prêt-à-porter für Kinder in Florenz: Juni 2019
- **Pitti Immagine Filati**: Textilindustrie in Florenz: Juni 2019
- **Fragranze**: Parfümerie in Florenz: September 2019
- **Super**: Damenmode (in Zusammenarbeit mit Fiera Milano) in Mailand: September 2019

**VINCENZAORO**: Internationale Gold- und Schmuckmesse in Vicenza

<http://www.vicenzaoro.com/en/>

Mehrere Veranstaltungen im Jahr:

- September: September 2019
- November: November 2019

**LINEAPELLE**: Internationale Leder- und Pelzmesse – Mode und Bekleidung in Bologna

<http://www.lineapelle-fair.it/it/index.php>

Zwei Veranstaltungen jährlich, im März und im September

Termine: September 2019

**MIPEL**: Internationale Taschen- und Lederwarenmesse in Mailand

<http://www.mipel.com/index.php>

Termin: September 2019

**MARMOMACC**: Marmormesse in Verona

<http://www.marmomacc.it/it/fiera-marmo/benvenuto/>

Termin: September 2019

**MONTENAPOLEONE YACHT CLUB**: Yacht-Messe in Mailand

<https://www.montenapoleone.luxury/it/associazione-and-events/montenapoleonayachtclub.html>

Termin: Mai 2019

**MEDITERRANEAN LUXURY CLUB**: Internationale Luxusmesse für Tourismus und Hotelgewerbe am Comer See

<http://www.mediterraneanluxuryclub.com/>

Termin: März 2019 (die genauen Termine stehen noch nicht fest)

**PALAKISS**: Internationale Schmuckmesse in Vicenza

<http://www.palakisstore.com/en/>

Bevorstehende Veranstaltungen:

- Sommer: September 2019
- Herbst: November 2019
- Winter: Januar 2019
- Frühjahr: April 2019

[REVUES](#)

**Cosmetica Italia** – Italienische Verband der Kosmetikindustrie

Via Accademia n. 33 – 20131 Mailand  
Tel. +39 02 2817731 – Fax. +39 02 28177390  
Internet: [www.cosmeticaitalia.it](http://www.cosmeticaitalia.it)

**Associazione Montenapoleone**

Via Monte Napoleone angolo Via Verri, 10 – 20121 Mailand  
Tel. +39 02 36630610/11  
Internet: <https://www.montenapoleone.luxury/it/associazione-and-events/associazione-montenapoleone.html>

**Torino # Luxury Experience** – Verband der Luxusboutiquen

Via Massena, 20 – 10128 Turin  
Tel. +39 011 5516111 – Fax. +39 011 5516289  
Internet: [www.luxuryexperience.to](http://www.luxuryexperience.to)

**Gold & Silver Italian Group** – Vereinigung von 100 Schmuckunternehmen „Made in Italy“

Contrà Mure Porta Castello, 9 – 36100 Vicenza  
Tel. +39 04 44232697 – Fax. +39 04 44232543  
Internet: [www.goldsilvergroup.it/it/](http://www.goldsilvergroup.it/it/)

**AIMPES** – Verband für italienische Lederwaren

Viale Beatrice d'Este, 43 – 20122 Mailand  
Tel. +39 02 584551.1  
Internet: [www.aimpes.it](http://www.aimpes.it)

**FederlegnoArredo** – Verband der Mobilindustrie

Foro Buonaparte, 65 – 20121 Mailand  
Tel. +39 02 806041  
Internet: [www.federlegnoarredo.it](http://www.federlegnoarredo.it)

**ISYBA** – Italienische Vereinigung der Boote und Yachten

Piazza Sicilia, 6 – 20146 Mailand  
Tel. +39 06 86391999 – Fax. +39 06 84085456  
Internet: [www.isyba.it](http://www.isyba.it)