

Luxusmarkt Deutschland

Aktuelle Lage und
Entwicklungsprognose bis 2025



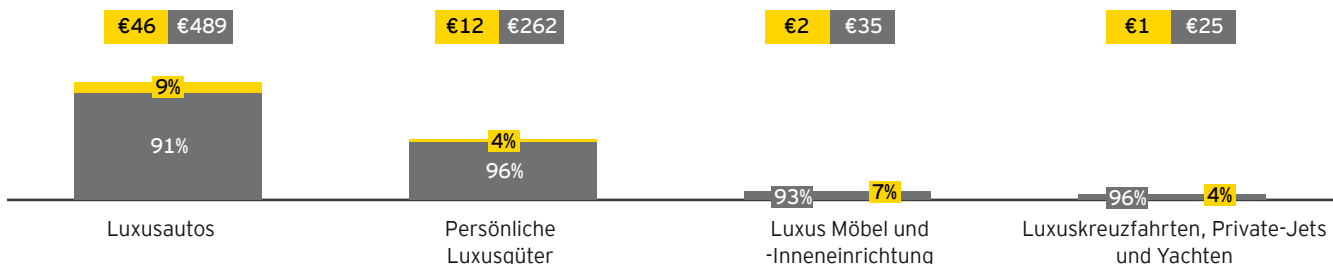


Luxusmarkt Deutschland: Aktuelle Lage und Entwicklungsprognose bis 2025

Der deutsche Luxusmarkt profitiert auch in den nächsten Jahren von der günstigen Wirtschaftslage und weist stabile Wachstumsraten auf. Dabei werden spannende Dynamiken erkennbar, Anspruch und Konsumfreude und die stetige Suche nach Erlebnissen treibt den Markt ebenso an wie die Etablierung neuer Technologien.

Die insgesamt positive Wirtschaftslage in Deutschland spiegelt sich im Luxuskonsum der Deutschen wieder und lässt eine solide Marktentwicklung prognostizieren: Der deutsche Luxusmarkt wird bis 2025 von für 2018 geschätzten 65 Mrd. € auf ein Gesamtvolumen von 88,7 Mrd. € ansteigen. Das stabile Wachstum von 4,5% übersteigt die zu erwartende globale Marktentwicklung von 2,3% um mehr als das Doppelte. Mit einem Anteil von 0,43% des Bruttoinlandsprodukt zeigen sich deutsche Käufer zukünftig jedoch im Vergleich mit europäischen Ländern, insbesondere Frankreich und Italien im Luxuskonsum deutlich zurückhaltender. Im internationalen Marktvergleich positioniert sich Deutschland weiterhin weit vorne mit einem Anteil von 8% am globalen Luxusmarkt. Besonders gut schneiden Luxusautos mit 9% Anteil sowie das Luxusmöbelsegment mit einem Anteil von 7% am globalen Markt ab.

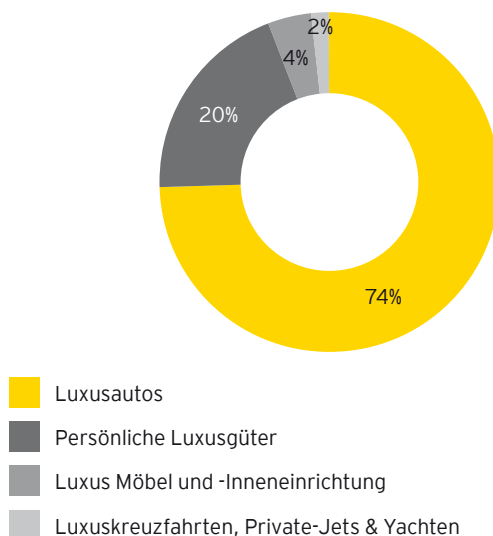
Die positive Marktentwicklung wird unter anderem durch die wachsende Population von Ultra High Net Worth Individuals (UHNWIs) sowie demografischen Faktoren beflügelt - wie wir im Luxury Business Report 2017 zeigten, bewegt sich mit den Millennials und Generation Z eine auch wenn höchst anspruchsvolle, aber gleichzeitig konsumfreudige und einkommensstarke Generation auf den Markt zu. Ihre differenzierte Einstellung zum Luxuskonsum sorgt für viel Bewegung in der Branche, von der die verschiedenen Marktsegmente unterschiedlich stark profitieren. Klar ist, dass altbekannte Muster und Marktlogiken im Zusammenspiel von Verbraucher, Produzenten, Kunden und Dienstleistern in den kommenden Jahren durchbrochen und neu bedacht werden müssen. Welche Markttrends die Luxusbranche zudem in den nächsten Jahren antreiben, erläutern wir auf der letzten Seite.



Highlights:

- ▶ Der weltweite Markt für Luxusgüter steigt in 2017 um 5% an auf ~811 Mrd. €, wobei ein Großteil der Luxusgüter in dieser Zeitperiode ein positives Wachstum verzeichnen kann
- ▶ Der deutsche Anteil am globalen Luxusmarkt betrug 2017 ~8%.
- ▶ Für das laufende Jahr 2018 rechnen wir in Deutschland mit einem Marktvolumen von 65 Mrd. €, welches bis 2025 auf 88,7 Mrd. € ansteigen wird.
- ▶ Private Luxusgüter; Autos; Möbel und Kreuzfahrten, Private-Jets & Yachten bestimmen zu ~88% den deutschen Markt für Luxusgüter. Weitere, von uns in dieser Darstellung nicht berücksichtigte Segmente beinhalten Luxus Hospitality, Weine & Spirituosen sowie Kunst.

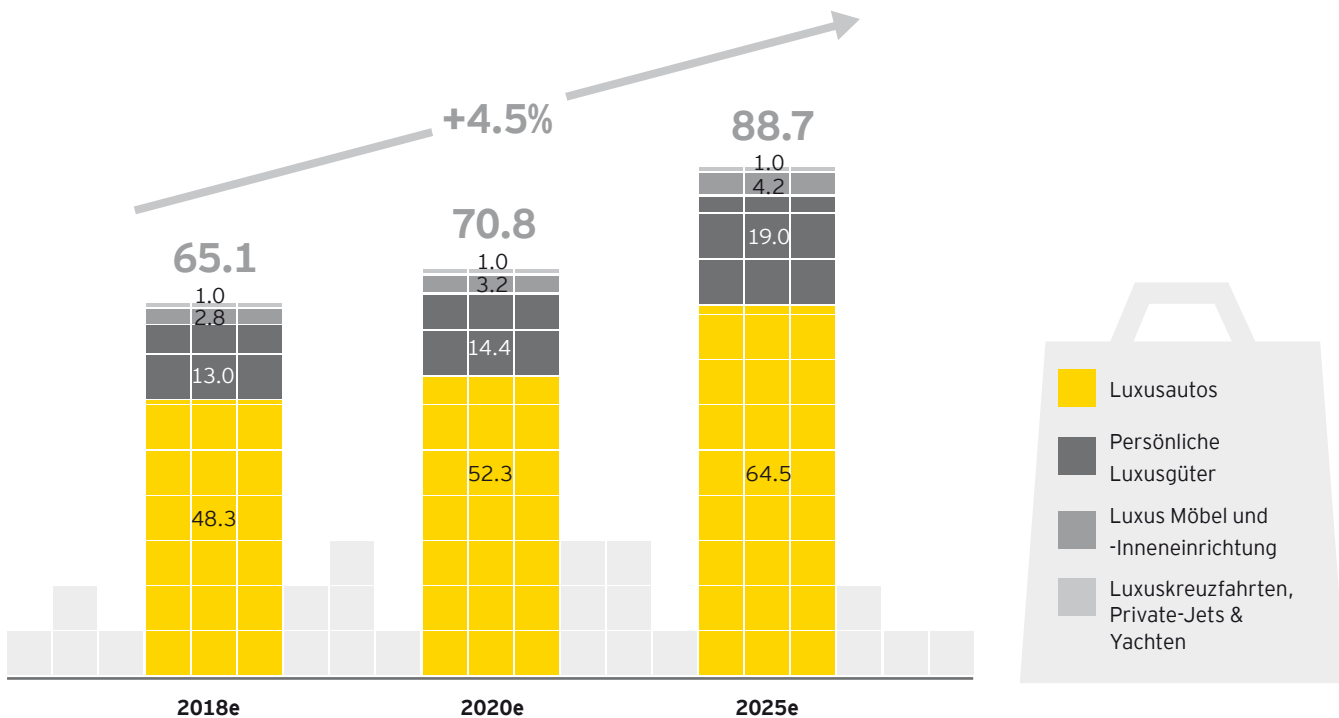
Deutscher Luxusmarkt nach Segmenten (2017)



Die Marktsegmente im Detail

Entwicklung Luxusmarkt Deutschland nach Segmenten

2018-2025 in Mrd. €



Methodik*

Schritt 1

Weltweites Marktvolumen

- Umfassender Sekundär-Research und Marktanalyse zur Bestimmung des Marktvolumens als Summe der relevanten Marktsegmente.

Schritt 2

Deutsches Marktvolumen

- Berechnung des Marktvolumens unter Verwendung des prozentualen deutschen Beitrags am globalen Markt. Daten wurden aus einer unabhängigen Datenbank entnommen und in folgende Segmente unterteilt
 - Luxusautos
 - Persönliche Luxusgüter
 - Luxus Möbel und -Inneneinrichtung
 - Luxuskreuzfahrten, Private-Jets & Yachten
- Bestimmung des prozentualen deutschen Beitrags am globalen Markt unter Verwendung von Sekundärquellen. Anwendung dieses globalen Beitrages, um das Marktvolumen der Segmente zu bestimmen.

*Verwendete Quellen: EY Analysen, Sekundär-Recherche, Analyse-Reports und unabhängige Datenbanken

Segment

Luxusautos

Persönliche
Luxusgüter

Luxus Möbel und
-Inneneinrichtung

Luxuskreuzfahrten,
Private-Jets & Yachten

Trends & Wachstumstreiber

Abnehmende Wachstumsraten erlebt das Segment der Luxusautomobile, für welche wir bis 2025 ein Gesamtwachstum von 4,2% und ein Volumen von 64,5 Mrd. € erwarten. Damit sichert sich das Segment mit 72% Anteil am Gesamtvolumen zwar immernoch den Löwenanteil, nutzt jedoch nicht die vorhandenen Potentiale. Schuld an der Abkühlung ist mitunter die durch die Diskussionen um die Abgaswerte entstandene Zurückhaltung deutscher Konsumenten, von welcher sich der Markt zunächst erholen muss. Die hohen Stickoxid-Emissionen von hochmotorisierten Fahrzeugen sind eine immense Herausforderung vor allem für deutsche Hersteller. Einer der künftigen Wachstumstreiber wird für sie die Elektromobilität sein, was sich auch in unserem diesjährigen Ranking deutlich abzeichnet. Hier zeigt Deutschland jedoch bisher insgesamt deutliche Wachstumspotentiale auf. Zu einer positiven Entwicklung wird zudem das zunehmende Umdenken im Mobilitätskonsum beitragen: die Trennung von Mobilität und „Freude am Fahren“ wird die Nachfrage nach Luxusfahrzeugen nachhaltig positiv beeinflussen: Mobilität wird zur Commodity, bei welcher Preis, Leistung und Usability im Vordergrund stehen, Fahrzeugbesitz hingegen zu einem höchst emotionalen Luxuserlebnis.

Der Markt mit persönlichen Luxusgütern entwickelt sich stabil mit einer CAGR von 5,6% auf 19 Mrd. €. Der Anstieg im verfügbaren Einkommen; zunehmende Touristenzahlen durch die geplante Abschaffung der Luftfahrsteuer sowie eine verbesserte Verfügbarkeit und Customer Experience im Stationär- und Online-Luxusshopping tragen zur Entwicklung bei. Weniger positiv wirkt sich der anhaltende Rückgang im Segment der klassischen Luxusuhren aus, dem zwei wesentliche Ursachen zugrunde liegen. Der Vormarsch der smarten Uhren, sowie zunehmender Funktionsverlust der traditionellen Armbanduhr zeigen sich nun stetig in abnehmenden Verkaufszahlen. Die traditionelle Uhr manifestiert sich mehr und mehr zum Schmuckstück, besonderer Beliebtheit, unter jüngeren Käufergruppen erfreuen sich derzeit Vintageuhren, dies kommt verstärkt Plattformen wie Chronext und Chrono24, die die alten Klassiker und Unikate aufpolieren und zertifizieren, zugute.

Einen Wachstumsschub verzeichnet Inneneinrichtung und Möbel, was sich sehr deutlich in den Top 50 des diesjährigen Rankings widerspiegelt. Mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 5,6% erzielt das Segment bis 2025 ein Gesamtvolumen von 4,2 Mrd. €. Deutschland ist in diesem Segment der führende Markt in Europa und einer der größten Exporteure. Besonders hoher Nachfrage erfreuen sich Luxusmanufakturen, die sich mit Handwerkskunst, Einsatz hochwertiger Materialien und künstlerischer Qualität hervorheben. Wachstumsmotor der Branche bleiben jedoch nach wie vor Designerküchen, die von der positiven Lage des Immobilienmarkt, profitieren.

Vergleichsweise geringe Wachstumsraten zeigen sich im Bereich Yachting und Privatjets. Das Segment wächst mit sehr moderaten 0,3%, während Luxuskreuzfahrten immerhin von 0,5% Wachstum in 2017 auf 1% bis 2025 zulegen - ein um 11,8% höheres Wachstum gegenüber der globalen Marktentwicklung. Ein Indiz dafür, dass Besitz schwer wiegt, während Experience beflügelt?

Marktvolumen 2018e und Wachstumspotentiale



€48,3 Mrd.



€13,0 Mrd.



€2,8 Mrd.



€1,0 Mrd.

Luxus Trends – Was bewegt den Luxusmarkt?

Kanalkonvergenz bleibt auch in der nächsten Zeit weiterhin einer der stärksten Treiber des Marktes: einige Vorreiter haben bereits Omnichannel- Initiativen und Digitalisierung am POS umgesetzt bzw. planen diese, insgesamt weisen Deutsche Luxusunternehmen hier jedoch weiterhin Nachholbedarfe auf.

Der Trend hin zu individuellen, persönlichkeitsunterstreichenden Angeboten sowie die Verschiebung vom Produkt-Denken hin zu erlebnisbasierten Angeboten findet zwar bereits seit längerem statt, wird den Markt jedoch noch einige Jahre bewegen.



Neue Nutzungsmodelle für Luxusgüter beginnen langsam an Attraktivität zu gewinnen - hier steuert bisher eine eher zurückhaltende Nachfrage das Angebot, die Generation Z wird diesen Trends den nötigen Anschlag geben.

Wie tragen neue Technologien zur Entwicklung des Luxusmarktes bei? Virtual und Augmented Reality, welche langsam Marktreife erlangt, wird insbesondere im Bereich Luxusmöbel und Küchen, Automobil, Kosmetik und Apparel die Customer Experience auf ein neues Niveau anheben und den Markt beflügeln. 3D Druck wird sich in den nächsten Jahren auch am POS etablieren und Produktindividualisierung neu definieren. Diese Entwicklungen führen den stationären Handel zu neuen Erlebnisdimensionen und tragen gleichzeitig zu einer personalisierten Experience im Online-Umfeld bei.

Einen revolutionären Einfluss auf die Branchen wird die Blockchain-Technologie mit sich bringen und den Markt sehr positiv beeinflussen. Dies zeichnet sich bereits in der Startup-Szene ab: Technologieunternehmen wie Everledger oder Blockverify helfen schon heute, Diamanten zu kennzeichnen und so Herkunft und Qualität eindeutig nachzuweisen. Blockchain Technologie wird insbesondere im Kampf gegen Counterfeit zu großen Fortschritten verhelfen und in der gesamten Branche für mehr Vertrauen und Transparenz sorgen. Mit der Technologie wird es zukünftig jedem Produkt möglich sein, seine ganz individuelle Geschichte zu erzählen und Geschichten sind bekanntlich das Herzstück eines jeden Luxusproduktes.

Contacts



Florian Huber
Partner, EY Parthenon

Mobile: +49 160 939 14882
florian.huber@parthenon.ey.com



Xenia Abrosimowa
Manager, EY Advisory Services

Mobile: +49 160 939 20189
xenia.abrosimowa@de.ey.com



Stephanie Kitzka
Senior Consultant, EY Parthenon

Mobile: +49 160 939 25124
stephanie.kitzka@parthenon.ey.com

Die globale EY-Organisation im Überblick

Die globale EY-Organisation ist einer der Marktführer in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Transaktionsberatung und Managementberatung. Mit unserer Erfahrung, unserem Wissen und unseren Leistungen stärken wir weltweit das Vertrauen in die Wirtschaft und die Finanzmärkte. Dafür sind wir bestens gerüstet: mit hervorragend ausgebildeten Mitarbeitern, starken Teams, exzellenten Leistungen und einem sprichwörtlichen Kundenservice. Unser Ziel ist es, Dinge voranzubringen und entscheidend besser zu machen – für unsere Mitarbeiter, unsere Mandanten und die Gesellschaft, in der wir leben. Dafür steht unser weltweiter Anspruch „Building a better working world“.

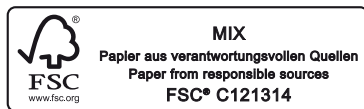
Die globale EY-Organisation besteht aus den Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG). Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig und haftet nicht für das Handeln und Unterlassen der jeweils anderen Mitgliedsunternehmen. Ernst & Young Global Limited ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht und erbringt keine Leistungen für Mandanten. Weitere Informationen finden Sie unter www.ey.com.

In Deutschland ist EY an 20 Standorten präsent. „EY“ und „wir“ beziehen sich in dieser Publikation auf alle deutschen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited.

© 2018 ist Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.
All Rights Reserved.

ED None

EY-000067312.indd (UK) 06/18. Artwork by Creative Services Group London.



EY ist bestrebt, die Umwelt so wenig wie möglich zu belasten. Diese Publikation wurde CO₂-neutral und auf FSC®-zertifiziertem Papier gedruckt, das zu 60 % aus Recycling-Fasern besteht.

Diese Publikation ist lediglich als allgemeine, unverbindliche Information gedacht und kann daher nicht als Ersatz für eine detaillierte Recherche oder eine fachkundige Beratung oder Auskunft dienen. Obwohl sie mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität; insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalls Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt damit in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung seitens der ist Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und/oder anderer Mitgliedsunternehmen der globalen EY-Organisation wird ausgeschlossen. Bei jedem spezifischen Anliegen sollte ein geeigneter Berater zurate gezogen werden.

de.ey.com