

**PRESSEMITTEILUNG**

14. Januar 2025

## **Luxusbranche: Wachstum schwächt sich deutlich ab**

- McKinsey-Studie „State of Luxury“: 1-3% jährliches Wachstum bis 2027 erwartet
- Luxusmarkt in China stagniert, USA als Wachstumsmotor
- Schmuck und Lederwaren stärkste Kategorie mit bis zu 6% Wachstum

DÜSSELDORF. Negative Trends wie Konsumzurückhaltung und politische Unsicherheiten erreichen nun auch die globale Luxusindustrie: Sie sieht sich mit einer deutlichen Verlangsamung des Wachstums auf 1-3 Prozent bis 2027 konfrontiert, nachdem die Branche von 2019 bis 2023 noch starke jährliche Wachstumsraten von fünf Prozent erreichen konnte.

Das sind die wichtigsten Ergebnisse des Reports „State of Luxury“, den McKinsey gemeinsam mit dem Fachmedium Business of Fashion erstmals veröffentlicht hat. Für den Report wurden Marktdaten ausgewertet, 250 Interviews mit Luxus Konsument:innen in sechs Märkten (Frankreich, China, Japan, Südkorea, USA und Vereinigte Arabische Emirate) geführt sowie 50.000 Konsument:innen über alle Kategorien hinweg befragt.

„Das Wachstum in der Luxusbranche stockt. Mehr als 80 Prozent des Wachstums in den vergangenen Jahren wurde durch Preiserhöhungen erreicht, während die Volumensteigerungen eher moderat ausfielen. Vor allem während der COVID-19-Pandemie gaben die Kund:innen ihr verfügbares Einkommen und Ersparnisse für Luxusgüter aus, jetzt sehen wir auch bei der Luxuszielgruppe Ausgabenzurückhaltung. Zudem belastet eine negative Konsumstimmung, insbesondere im Schlüsselmarkt China, die Branche stark“, sagt Felix Rölkens, Partner bei McKinsey & Company in Berlin.

### **US-Markt als Lichtblick**

Vor diesem Hintergrund wird sich das globale Wachstum der Modebranche in den kommenden Jahren voraussichtlich verlangsamen und zwischen 2024 und 2027 jährlich bei 1 bis 3 Prozent liegen. Die Dynamik in Schwellenländern wie dem Nahen Osten, Indien und anderen asiatisch-pazifischen Regionen (jährliches Wachstum bis 2027 2-4%) wird das einstellige Wachstum in den Kernmärkten des Luxussektors wie China (3-5%) und Europa (2-4%) nicht ausgleichen können.

Bessere Perspektiven gibt es für die USA: Durch sinkende Inflationsraten, steigende verfügbare Einkommen, größerem Interesse der Mittelschicht an Luxus und einem wachsenden Anteil von Superreichen (UHNWI, ultra-high networth individuals) wächst der Luxusmarkt um vier bis sechs Prozent. Damit liegt das dortige Wachstumspotential in den nächsten Jahren vor dem chinesischen Markt.

### **UHNWI machen 50% des Marktwachstums aus**

Gleichzeitig wird die globale Luxuskundschaft immer vielfältiger durch eine wachsende Mittelschicht und die GenZ: „Die Unternehmen sollten daher Produkt- und Marketingstrategien entwickeln, die jüngere Kund:innen ansprechen, ohne ältere Kunden zu verprellen“, sagt Rölkens. „Gerade im Luxussegment sollten die Marken die Anforderungen ihrer anspruchsvollen Zielgruppe hinsichtlich Exklusivität, Kreativität und Handwerkskunst weiter übertreffen. 36 Prozent der von uns befragten UHNWI gaben an, dass sich beispielsweise das in-store Erlebnis in den vergangenen Jahren verschlechtert hat.“ 50 Prozent des Marktwachstums zwischen 2019 und 2023 geht auf Ultra-High- und High-Spender zurück, obwohl sie nur zwei bis vier Prozent der Luxuskundenbasis ausmachen. Das unterstreicht die nach wie vor hohe Bedeutung dieser Zielgruppe.

### **Schmuck und Lederwaren mit stabilem Wachstum bis 2027**

Lederwaren und Schmuck sind die Kategorien mit der nachhaltigsten jährlichen Wachstumsrate von voraussichtlich 4-6 Prozent. Sie profitieren von der anhaltenden Nachfrage nach Luxusgeschenken und exklusiven Produkten durch limitierte Auflagen und Personalisierung, die bei diesen Kategorien optimal bedient werden können.

Die Umsätze mit Luxusuhren und -Bekleidung wachsen 2-4 Prozent jährlich. Bei beiden Kategorien macht sich die Ausgabenzurückhaltung der Konsument:innen aufgrund der Inflation und des geringeren verfügbaren Einkommens bemerkbar. Hinzu kommt zunehmende Konkurrenz durch den Secondhand-Markt.

### **Über McKinsey**

McKinsey ist eine weltweit tätige Unternehmensberatung, die Organisationen dabei unterstützt, nachhaltiges, integratives Wachstum zu erzielen. Wir arbeiten mit Klienten aus dem privaten, öffentlichen und sozialen Sektor zusammen, um komplexe Probleme zu lösen und positive Veränderungen für alle Beteiligten zu schaffen. Wir kombinieren mutige Strategien und transformative Technologien, um Unternehmen dabei zu helfen, Innovationen nachhaltiger zu gestalten, dauerhafte Leistungssteigerungen zu erzielen und Belegschaften aufzubauen, die für diese und die nächste Generation erfolgreich sein werden. In Deutschland und Österreich hat McKinsey Büros in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien. Weltweit arbeiten McKinsey Teams in mehr als 130 Städten und über 65 Ländern. Gegründet wurde McKinsey 1926, das deutsche Büro 1964. Globaler Managing Partner ist seit 2021 Bob Sternfels. Managing Partner für Deutschland und Österreich ist seit 2021 Fabian Billing.

Erfahren Sie mehr unter: <https://www.mckinsey.de>

---

Sie haben Rückfragen? Wenden Sie sich bitte an:

Linda Dommès, Telefon 0211 136-4376,

E-Mail: [linda\\_dommès@mckinsey.com](mailto:linda_dommès@mckinsey.com)

Alle Pressemitteilungen im Abo unter [www.mckinsey.de/news](http://www.mckinsey.de/news)