

# Glanz & Glamour in Europas Luxusmeilen

Die 100 renommiertesten Luxusmarken und  
ihre Präsenz in Europas Metropolen

### Weltweiter Markt für Luxusgüter geht gestärkt aus der Finanzkrise hervor

Der weltweite Markt für Luxusgüter hat die Finanzkrise weitaus schneller als erwartet hinter sich gelassen. Burberry, Gucci Group, Hermès, LVMH, Polo Ralph Lauren, PPR, Prada, Richemont – alle führenden Luxusgüterkonzerne verzeichneten zuletzt zweistellige Umsatzzuwächse oder sogar Rekordjahre, die sich auch in den Aktienkursen positiv niederschlugen. Stets fällt dabei die hohe Bedeutung der eigenen Standortnetzwerke ins Auge. Im Bereich Retail stiegen die Umsatzzahlen durchgängig überproportional. Getrieben wurde das Geschäft zuletzt vor allem durch Asien. Mit Ausnahme von Japan verzeichnen die Luxusmarken dort die höchsten Wachstumsraten. In besonderem Maße profitieren Luxusanbieter vom boomenden chinesischen Markt. China könnte sich bis 2015 zum größten Markt für Luxusgüter entwickeln. Aber auch in Europa ist der Markt wieder intakt und bleibt weiterhin weltweiter Hauptumsatzträger. Bei Anbietern wie LVMH oder Hermès liegen die Anteile des Europageschäfts am weltweiten Umsatz jeweils zwischen einem Drittel und 40 Prozent. Die wichtigsten europäischen Märkte nach Umsatz sind in dieser Reihenfolge Italien, Frankreich, Großbritannien, Deutschland und Russland.

### Produkt-Know-how und Qualität liegen im Trend

Spätestens die Finanzkrise hat für nachhaltige Veränderungen im Luxusgenre gesorgt. Luxusmarken, die in erster Linie schönen



Schein versprechen, verlieren bis heute an Bedeutung. Produkt-Know-how und Qualität liegen im Trend. Es ist ein neuer Wertekanon zu beobachten, der auf Nachhaltigkeit, Langlebigkeit und Understatement abzielt. Die Label-Hörigkeit früherer Jahre hat zumindest in Europa ein wenig an Bedeutung verloren. Bestes Beispiel ist der Erfolg der Marke Bottega Veneta, die konsequent auf

Labeling verzichtet. Traditionsreiche Marken mit langer Unternehmenshistorie und handwerklichem Know-how sind die Gewinner. Die Luxuslabels setzen in ihrer Werbung immer häufiger den beflissenen Handwerker in Szene und übernehmen traditionsreiche Handwerksbetriebe. Gleichzeitig hat sich die im Vorfeld der Finanzkrise weit verbreitete Fertigungsverlagerung in Richtung Osten erheblich verlangsamt.

### Steigende Anforderungen in den Bereichen Vermarktung und Logistik

Im März startete Net-A-Porter, der weltweit größte E-Commerce-Anbieter im Luxussegment, mit seinem neuen Männermode-Portal MR PORTER.

Yoox gab zuletzt weiter steigende Umsatzzahlen bekannt. Alle namhaften Luxuslabels haben zudem die Online-Shopping-Angebote auf ihren

Websites erheblich ausgebaut und bewerben sie offensiv in ihren Werbekampagnen. Die Kunden erwarten längst Online- und Offline-Angebote und möchten in allen verfügbaren Kanälen shoppen.

Trotz boomender Online-Angebote ist der stationäre Handel gerade im Luxussegment ein sehr wichtiges Erfolgskriterium. Ein Blick in die jüngsten Bilanzen der wichtigsten Anbieter zeigt eindrucksvoll, dass die Umsatzbedeutung selbstbetriebener Shop-in-Shops und Stores erheblich gestiegen ist. Fast alle namhaften Luxusmarken haben in den letzten Jahren massiv in eigene Retailstrukturen investiert und sich vom Wholesale-Geschäft unabhängiger gemacht.

Im Zuge dieser Entwicklung sind erhebliche Investitionen in die Steigerung der Flächenproduktivität festzustellen. Alle namhaften Luxusanbieter investieren in die Schnelligkeit ihrer Prozesskette, ohne die eine funktionierende Steuerung eigener Flächen nicht zu bewerkstelligen ist. Gleichzeitig setzt sich der Trend zur Vertikalisierung auch im Luxusbereich durch. Die Kollektionen werden



marktgerechter und fallen in ihrem Umfang kleiner aus. Wie im konsumiger orientierten Textilhandel hat die zeitliche Aufeinanderfolge der Kollektionen erheblich zugenommen und entfernt sich mehr und mehr vom klassischen Saisongeschäft.

Über Erfolg und Misserfolg in der Luxusbranche entscheiden demnach neben der Qualität der Kollektionen und der Markenpflege immer mehr auch die konsequente Nutzung aller Vertriebskanäle und der Aufbau eigener stationärer Standortnetzwerke. Das hierfür erforderliche Kapital beschaffen sich viele Anbieter derzeit im Zuge von Börsengängen. Aktuelle Beispiele sind Marken wie Ferragamo, Moncler oder Prada. Zudem nutzen Luxuslabels verstärkt die Netzwerke der großen Luxusmarkenholdings. So übernahm LVMH im März Bulgari. Zuletzt wechselte Jimmy Choo in den Besitz von Labelux. Unlängst sorgte François Pinault, Chef der Luxus-Firmengruppe PPR, mit seiner Ankündigung, nach geeigneten Übernahmekandidaten zu suchen, für steigende Aktienkurse bei diversen Luxusmarken.



### Luxuslabels investieren in ihre europäischen Flagship-Stores

Der Handel mit Luxusgütern ist auch aus der Immobilien-Perspektive in jeder Hinsicht einzigartig. Kein anderes Einzelhandelssegment ist ähnlich konsequent international ausgerichtet. Bei ihrer stationären Expansion setzen Luxusanbieter derzeit insbesondere auf die Schwellenländer. Dort boomt die Wirtschaft, es entsteht eine Bevölkerungsschicht mit hohem Einkommen und die Nachfrage nach Luxusgütern nimmt deutlich zu.

Aber auch in den entwickelten westlichen Märkten wird seit Ende der Rezession wieder in die Standortnetzwerke investiert. Da alle namhaften Labels in den wesentlichen westeuropäischen Luxusmeilen seit langem vertreten sind, äußert sich das wieder gestiegene Interesse in erster Linie in aufwändigen Renovierungen und Vergrößerungen bestehender Stores. Zudem geht es um die Standortoptimierung. Lücken im jeweiligen Standortnetzwerk werden gezielt beseitigt. Gleichzeitig ist in fast allen Luxusmeilen zu beobachten, dass auch eher konsumig ausgerichtete Konzepte

vermehrt Interesse an Standorten zeigen. Sie suchen die Nähe der glamourösen Topmarken und sorgen bei einer ohnehin sehr knappen Flächenverfügbarkeit für zusätzlichen Nachfragedruck und steigende Mietpreise.

### Mieten: Luxuslagen in London, Paris und Moskau erzielen Höchstwerte

Die New Bond Street in London ist die teuerste Luxusmeile in Westeuropa. Ein Quadratmeter Ladenfläche schlägt in der Spitze mit Jahresmieten bis zu 7.900 Euro zu Buche. Es folgen die Avenue Montaigne in Paris mit bis zu 7.500 Euro/m<sup>2</sup> und die Moskauer Toplage Stoleschnikov Lane mit bis zu 7.015 Euro/m<sup>2</sup>. Die italienischen Luxuslagen Via Montenapoleone in Mailand und Via Condotti in Rom komplettieren die Top 5 mit jährlichen Spitzenmieten von 6.800 bzw. 6.700 Euro/m<sup>2</sup>. Jahresmieten über 6.000 Euro/m<sup>2</sup> werden zudem in der Pariser Rue du Faubourg St. Honoré und in der Züricher Bahnhofstraße erzielt. Werte über 5.000 Euro fallen in der Londoner Old Bond Street und in der Pariser Rue St. Honoré an. Jahresmieten oberhalb von 3.000 Euro/m<sup>2</sup> werden neben weiteren Lagen in den bereits genannten Städten nur in der Wiener Toplage Kohlmarkt und in der Münchner Luxusmeile Maximilianstraße aufgerufen. Elf europäische Luxusmeilen bewegen sich in der Bandbreite zwischen 2.000 und 3.000 Euro/m<sup>2</sup> – darunter die Luxuslagen in Barcelona und Madrid, alle weiteren Destinationen in den deutschen Metropo-

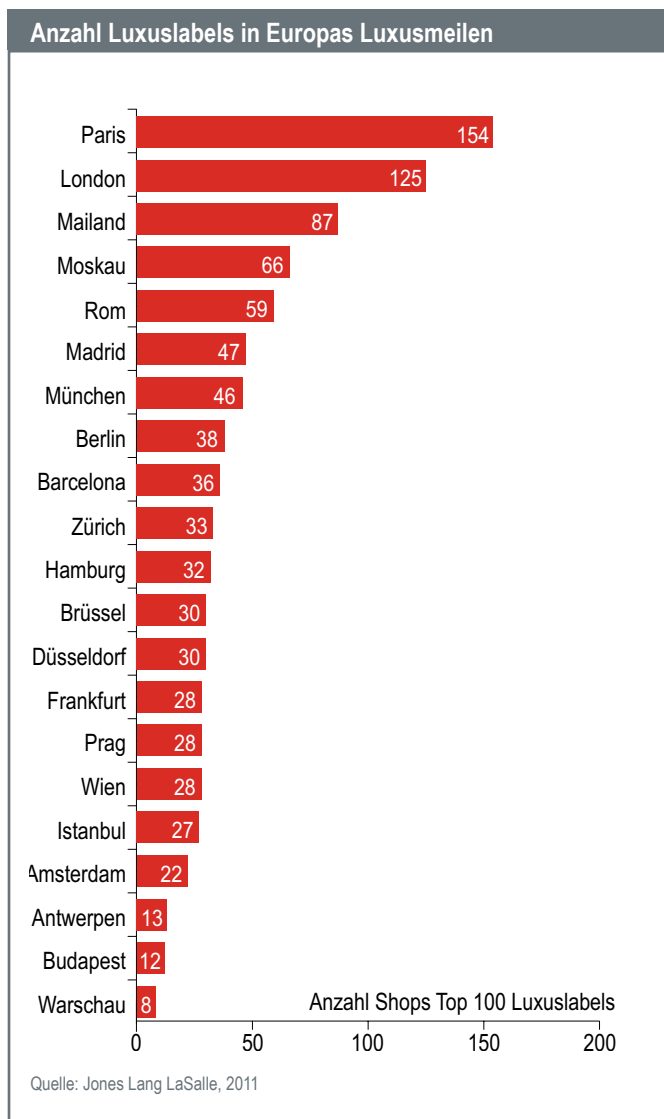


len und Moskau sowie der Istanbuler Luxusbereich Nisantasi Area. Vergleichsweise günstige Jahresmieten unter 2.000 Euro/m<sup>2</sup> finden Luxusanbieter in 14 europäischen Luxusmeilen in Städten wie Amsterdam, Antwerpen, Brüssel, Budapest, Prag und Warschau vor.

Luxusmeilen in Europa – Spitzenmieten in Euro/m <sup>2</sup> /Jahr				
Stadt	Luxusmeile	Spitzenmiete (Euro/m <sup>2</sup> /Jahr)		
London	New Bond Street	7.905	8.000	
Paris	Avenue Montaigne	7.500		
Moskau	Stoleshinkov Lane	7.015		
Mailand	Via Montenapoleone	6.800		
Rom	Via Condotti	6.700		
Paris	Rue du Faubourg St. Honoré	6.500		
Zürich	Bahnhofstraße	6.020		
				6.000
London	Old Bond Street	5.825	6.000	
Paris	Rue St. Honoré	5.500		
Mailand	Via della Spiga	4.700		
Mailand	Galleria Vittorio Emanuele	4.600		
Paris	Avenue George V	4.300		
Paris	Boulevard Saint Germain	4.000		
London	Sloane Street	3.500		
Wien	Kohlmarkt	3.240		
Moskau	Petrovka Street	3.160		
Moskau	Tverskaya Street	3.160		
München	Maximilianstraße	3.000		
				3.000
Düsseldorf	Königsallee	2.940		3.000
Moskau	Kuznetsky Most	2.810		
Frankfurt	Goethestraße	2.640		
Hamburg	Neuer Wall	2.580		
Moskau	Kutuzovsky Prospect	2.460		
Berlin	Kurfürstendamm	2.400		
Madrid	Calle Serrano	2.280		
Barcelona	Passeig de Gracia	2.215		
Moskau	Leninsky Prospect	2.105		
Moskau	Garden Ring	2.105		
Istanbul	Nisantasi Area	2.040		
			2.000	
Madrid	Calle Ortega y Gasset	1.920	2.000	
Istanbul	Bagdat Street	1.800		
Moskau	Nikolskaya	1.755		
Brüssel	Avenue Louise	1.700		
Antwerpen	Schuttershofstraat	1.600		
Istanbul	Istiklal Street	1.560		
Brüssel	Boulevard de Waterloo	1.500		
Budapest	Váci utca	1.440		
Budapest	Andrássy út	1.440		
Moskau	Tverskaya-Yamskaya Street	1.405		
Amsterdam	P.C. Hoofstraat	1.400		
Prag	Pařížská	1.200		
Warschau	Nowy Swiat Str.	1.140		
Prag	Široká	1.080		
				1.000
Warschau	Plac Trzech Krzyzy	960		

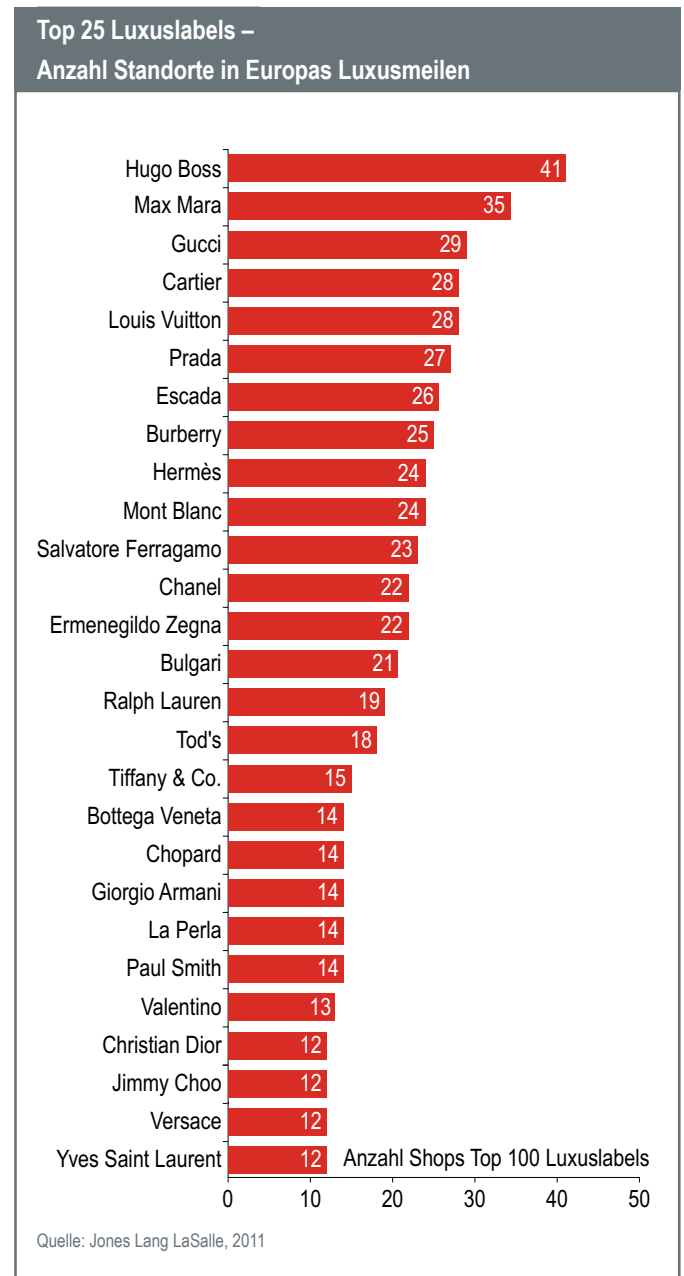
### Dichte an Luxuslabels: Paris und London mit vielen Mehrfachpräsenzen führend

Die höchste Dichte an internationalen Luxuslabels ist, wenig überraschend, in Paris anzutreffen. Mit über 150 Luxusshops sind die definierten 100 Labels in der französischen Hauptstadt zum Teil gleich mehrfach vertreten. Nur London kann in dieser Hinsicht mithalten und weist mit insgesamt 125 Shops ebenfalls etliche Doppelstandorte auf. Mailand komplettiert als weitere Modemetropole die Top 3. Knapp 90 Luxuslabels unterhalten in der norditalienischen Metropole eigene Shops. Moskau folgt mit über 65 Standorten, in Rom haben Luxusshopper die Wahl zwischen knapp 60 Markenshops. Während sich das Angebot an Luxuslabels in den meisten Metropolen auf jeweils eine Straße konzentriert, sind besonders in London und Paris, aber auch in Moskau und Mailand gleich mehrere hochwertige Luxuslagen anzutreffen. Insgesamt zeigen die Zahlen, dass Paris als unangefochtene Mode- und Luxusmetropole in Europa gelten kann. Nur London, und mit Abstrichen auch Mailand, können in der Liga der Top 3 mithalten.

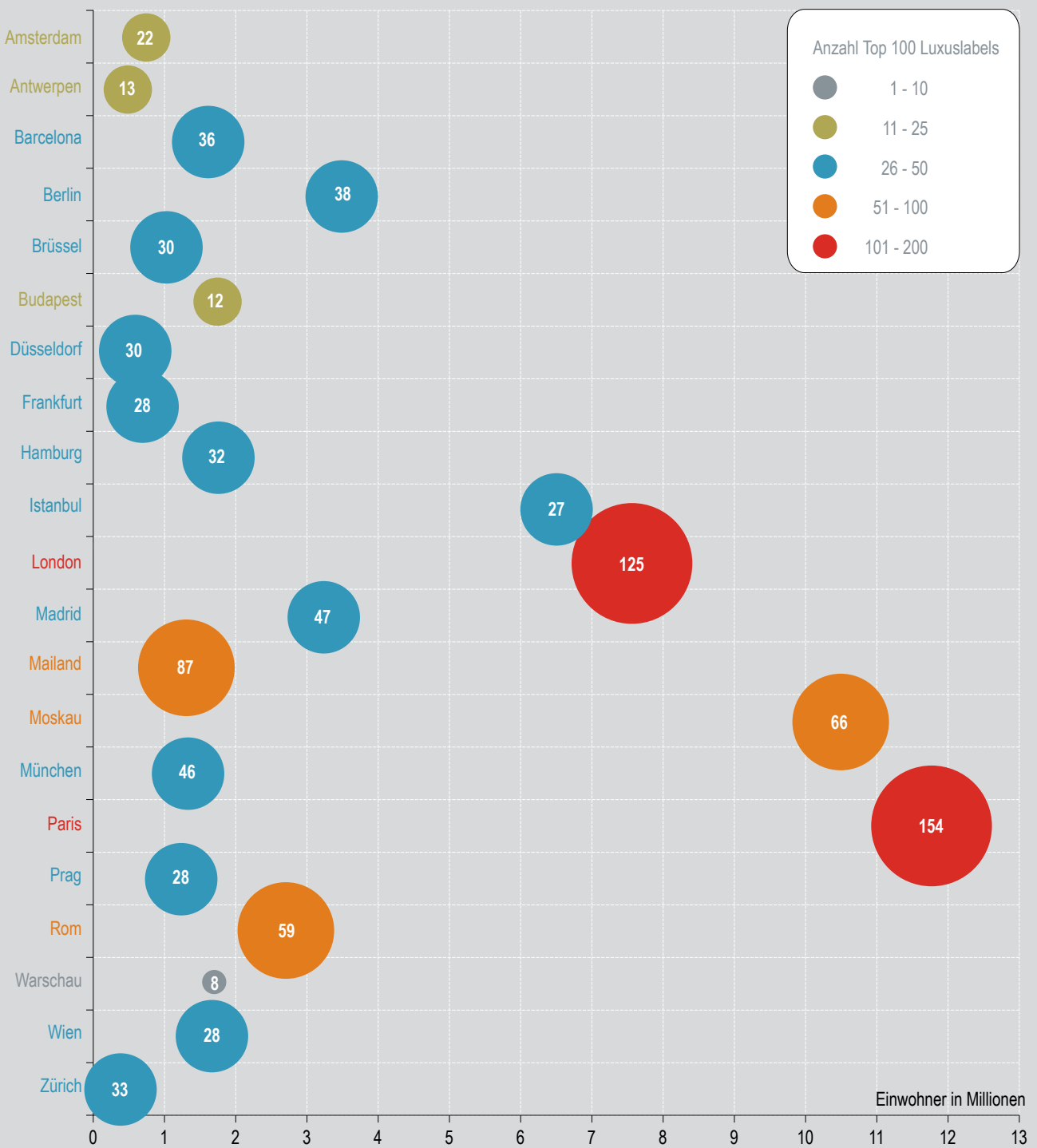


### Präsenz Luxuslabels: Topmarken sind in allen wesentlichen Metropolen vertreten

Die höchste Präsenz in den untersuchten westeuropäischen Städten weist mit über 40 Standorten Hugo Boss auf. Das Label hat in den letzten Jahren massiv in sein Standortnetzwerk investiert und die Internationalisierung konsequent vorangetrieben. In vielen Metropolen ist Hugo Boss gleich mit mehreren Shops seiner Hauptmarke vertreten. Auch Max Mara weist eine ausgesprochen hohe Shopdichte auf. Die Top-Luxuslabels Burberry, Cartier, Escada, Gucci, Louis Vuitton und Prada verfügen jeweils über mindestens 25 Shops in den untersuchten Städten und erreichen damit in der Regel eine Vollabdeckung in den analysierten 21 Metropolen. Insgesamt betreiben die von Jones Lang LaSalle definierten 100 Luxuslabels fast 1.000 Shops in den analysierten europäischen Städten.



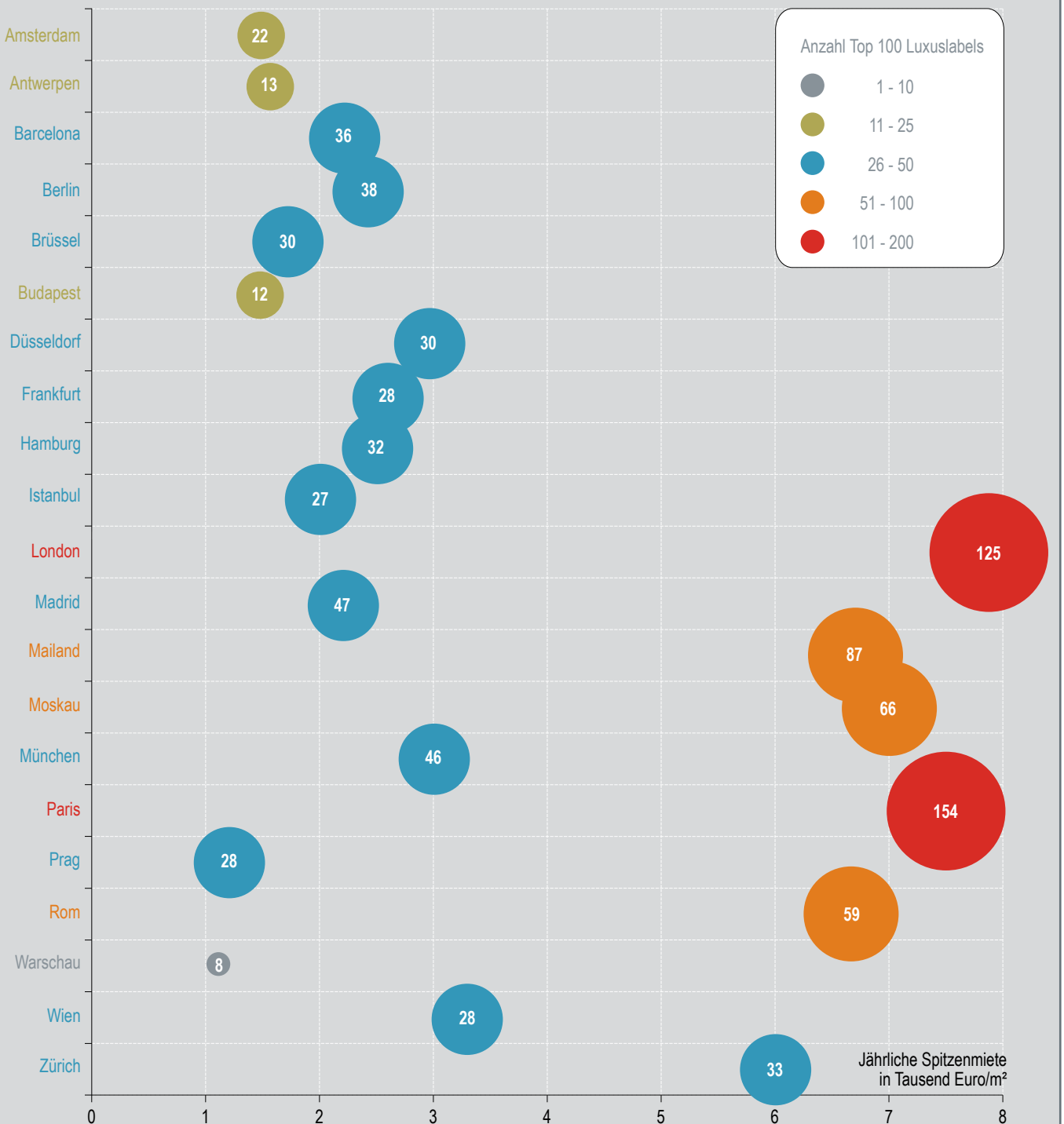
### Anzahl Top 100 Luxuslabels in Europas Luxusmeilen nach Einwohnerzahl



Quelle: Jones Lang LaSalle, 2011; Istanbul (European Part): State Institute of Statistics, Republic of Turkey, 2005; Moscow: Federal State Statistics Service Russia (web), 2010; Paris: Institut National de la Statistique et des Études Économiques, 2008; London: Office

for National Statistics, General Register Office for Scotland, Northern Ireland Statistics and Research Agency, 2007; Sonstige: Eurostat, 2010

### Anzahl Top 100 Luxuslabels in Europas Luxusmeilen nach Spitzenmiete



Quelle: Jones Lang LaSalle, 2011



## Übersicht der analysierten Metropolen





## Kurzprofile und jüngste Neuzugänge in den untersuchten Metropolen

### Amsterdam

Die Amsterdamer Luxuslage P.C. Hoofstraat im Bezirk Oud Zuid reicht von der Hobbemastraat bis zur Van Baerlestraat. Die Straße wurde nach Pieter Corneliszoon Hooft, einem berühmten niederländischen Schriftsteller und Historiker des 16. Jahrhunderts, benannt und befindet sich in der Nähe des Rijksmuseums. Im Jahr 2010 eröffneten Bulgari und Corneliani dort neue Shops. Im Sommer 2011 wird auch Escada den holländischen Markt erschließen und einen Flagship Store in der P.C. Hoofstraat eröffnen.

### Antwerpen

Antwerpen ist die Modestadt in Flandern schlechthin. Die Stadt beheimatet die berühmte belgische Modeakademie und bietet Luxusshoppern ein breites Markenangebot. Antwerpens Aufstieg zur Modestadt begann Mitte der 80er Jahre, als belgische Labels wie Ann Demeulemeester, Dirk Bikkembergs, Dries Van Noten und Walter Van Beirendonck bei den internationalen Fashion Shows Furore machten. Belgische Mode steht seitdem sinnbildlich für Avantgarde und Innovation. Die Ateliers der belgischen Designer befinden sich im Modeviertel zwischen Groenplaats und dem Museum für Schöne Künste. Die Stores der internationalen Luxuslabels findet man im Quartier Latin in der Huidevettersstraat, der Schuttershofstraat und dem Hopland. Zuletzt eröffneten Moncler und Jimmy Choo neue Shops in der Luxuslage Schuttershofstraat. Versace hat in der Leopoldstraat einen neuen Standort angemietet.

### Barcelona

Die Luxusmeile Passeig de Gràcia ist Barcelonas eleganteste Einkaufsmeile. Der Ursprung der Lage reicht zurück bis in die Römer-



zeit. Damals war die Straße direkt mit der Via Augusta verbunden. Im Mittelalter führte der Eingang in die Stadt direkt über das Portal

dels Orbs, heute Portal del Angel, in die Passeig de Gràcia. Die Lage ist ein architektonisches Highlight Barcelonas und unbestritten die Top-Luxusmeile der Stadt. Vor allem im Südteil der Straße befinden sich die Flagship-Stores der Luxuslabels. Internationale Marken und spanische Luxusanbieter wie Loewe bieten dabei einen interessanten Angebotsmix. Im Dezember 2010 gab das italienische Luxuslabel Prada seine neue Kooperation mit El Corte Inglés bekannt. Prada ist damit erstmals bei der spanischen Warenhauskette mit einer eigenen Fläche vertreten. Zudem eröffnet das Luxuslabel im Juni 2011 einen neuen Store in der Toplage Passeig de Gràcia 88. Weitere Neuzugänge in der Luxusmeile sind seit April diesen Jahres Chanel und Ferrari.

### Berlin

Der Berliner Kurfürstendamm bietet zwischen dem Olivaer Platz und der Knesebeckstraße ein sehr attraktives Luxusangebot. Die Projektentwicklungen „Ku'damm Karree“ und „Haus Cumberland“ sowie das im Bau befindliche Objekt „Kudamm No. 195“ werden den Mietermix künftig weiter aufwerten. Berlin profitiert nicht zuletzt von seiner geographischen Lage und ist eine beliebte Destination für Touristen und osteuropäische Luxus-Shopper. Hermès renoviert und



erweitert seine Bestandsfläche auf dem Kurfürstendamm derzeit aufwändig und wird im September 2011 neu eröffnen. Zudem geht das Luxuslabel mit einem zweiten Store im Luxuskaufhaus KaDeWe an den Start. Auch die italienische Luxusmarke Prada hat seit Februar 2011 wieder eine eigene Repräsentanz in der Hauptstadt und wählte ebenfalls den Kurfürstendamm als Standort. Unlängst hat dort auch die Sportwagenschmiede Lamborghini ihren ersten Fashionshop in Europa eröffnet. Zudem wird sich Giorgio Armani mit einem neuen Shop auf dem Kurfürstendamm präsentieren. Auch Dolce & Gabbana wird noch in diesem Jahr einen neuen Store eröffnen. In der zweiten Luxuslage Berlins, der Friedrichstraße, haben die Galeries Lafayette im Spätherbst 2010 eine neue Damen-Schuhabteilung mit exklusiven Luxus- und Designermarken eröffnet.

## Brüssel

In Brüssel siedeln sich Luxusmarken bevorzugt im Bereich „Haut de la Ville“ an, in dem sich die Toplagen Avenue Louise, Avenue de Toison d'Or und der Boulevard de Waterloo befinden. Der gegenüber der Avenue de Toison d'Or gelegene Boulevard de Waterloo ist unbestritten die renommierteste Luxuslage Brüssels. Der Boulevard war bereits am Ende des 19. Jahrhunderts der beliebteste Ausgangspunkt für einen Einkaufsbummel in der belgischen Metropole. Heute finden sich in der Lage, die auch eine exzellente Wohngegend mit erstklassigen Gastronomieangeboten ist, renommierte Luxuslabels wie Gucci, Versace, Louis Vuitton und Dior. Im September 2010 hat Burberry einen neuen Store am Boulevard de Waterloo eröffnet. Burberry ist damit erstmals in der belgischen Hauptstadt vertreten. In jüngster Zeit sind weitere Neuzugänge wie Hackett, Loro Piana und Jimmy Choo hinzugekommen.

## Budapest

Die Andrassy út ist die wichtigste Luxusmeile im „Paris des Ostens“. Sie verbindet die Innenstadt mit dem Stadtwaldchen bzw. dem Heldenplatz und besticht durch ihre einzigartige architektonische Harmonie und Pracht. Der Straßenzug wurde im Jahr 2002 zusammen mit der unter der Straße verlaufenden Földalatti, der ältesten U-Bahnstrecke auf dem europäischen Kontinent, zum UNESCO Weltkulturerbe ernannt. Zuletzt eröffnete Max Mara im Februar einen 300 m<sup>2</sup> großen Flagship-Store in der Andrassy út.

## Düsseldorf

Die Königsallee ist die mit Abstand meistbesuchte Luxuslage in Deutschland. Die hohe Frequenz ist die besondere Stärke der „Kö“ und macht sie nicht nur in Deutschland einzigartig. Ende 2010 haben Louis Vuitton und Burberry nach aufwändigen Faceliftings ihre Stores in der Luxuslage wiedereröffnet. Mit den Bauarbeiten für den Kö-Bogen startete jüngst Düsseldorfs bedeutendste Projektentwicklung. In prominenter Lage zwischen Königsallee und Schadowstraße entstehen bis zum Herbst 2013 rund 19.000 m<sup>2</sup> Einzelhandelsfläche. Der Kö-Bogen wird den Topbereich der Königsallee verlängern und neue Impulse im Luxussegment setzen.



## Frankfurt

Die westlich der Konsummeile Zeil gelegene Goethestraße ist Frankfurts Luxuslage. Die nur knapp 400 Meter lange ruhige und sehr elegante Straße weist einen sehr konsequenten Luxusbesatz auf. Zudem findet sich dort eine der ältesten Parfümerien Deutschlands, die schon Goethe zu ihren Kunden zählte. Im Dezember 2010 hat Jimmy Choo einen neuen Store in der Goethestraße eröffnet. Bis dahin war das Label in Deutschland nur in der Münchner Maximilianstraße vertreten. Kurz zuvor feierte die Prada-Tochter Miu Miu in der Goethestraße ihre Deutschland-Premiere. Bisher war Miu Miu in Deutschland nur mit zwei Shop-in-Shops in den Luxuskaufhäusern KaDeWe in Berlin und Oberpollinger in München präsent. Miu Miu nutzt das frühere Prada-Geschäft, in dem der Mailänder Luxusgüterkonzern ausschließlich Damenschuhe und Accessoires verkaufte. Prada selbst ist in eine größere Location in der Goethestraße umgezogen und verkauft dort nun sein gesamtes Sortiment. Zuletzt wechselte Longchamp vom Goetheplatz in die Goethestraße. Der Vormieter Etienne Aigner veränderte seinen Standort innerhalb der Luxuslage.



## Hamburg

Der Neue Wall in Hamburg ist ähnlich konsequent ausgerichtet wie die Luxuslagen in Frankfurt und München. Die Länge der Lage sorgt mit nur 550 Metern für ein knappes Angebot an Flächen. Zuletzt wechselte Burberry von der Galleria-Passage an den Großen Bleichen in das Objekt Neuer Wall 71 und wird im Juli auf rund 650 m<sup>2</sup> eröffnen. Ein weiterer Neuzugang ist das Schweizer Lederwaren-Label Bally, das im Mai 2010 am Neuen Wall einen neuen Shop eröffnete. Im September 2010 siedelte sich zudem Giorgio Armani in der Toplage Hohe Bleichen mit neuen und nebeneinander liegenden Stores der Linien Giorgio Armani und Emporio Armani an.



## Istanbul

Der Stadtteil Nişantaşı ist bekannt für seine Jugendstilbauten und besonders beim türkischen Jet Set und der Kultur- und Kunstszene beliebt. Luxusshopper nehmen in Nişantaşı einen Kaffee im Armani Café und genießen anschließend eine ausgedehnte Shopping-Tour in den nahegelegenen Luxusboutiquen. In den umliegenden Seitenstraßen findet sich ein vielfältiges gastronomisches Angebot. Die Bağdat Avenue ist die wichtigste Luxusmeile im anatolischen Teil Istanbuls. Die Lage mit Flagship-Stores von Burberry und Louis Vuitton verläuft parallel zur Küstenlinie des Marmarameers und ist in Sachen Luxus das Gegenstück zur Istiklal Avenue auf der europäischen Seite der türkischen Metropole. Ende 2010 hat Prada

seinen zweiten Store am Bosphorus eröffnet. Der Shop in der Istanbuler Istinye Park Mall bietet auf 500 m<sup>2</sup> Prêt-à-porter für Damen und Herren, Handtaschen, Accessoires und Schuhe. Ebenfalls im Dezember 2010 startete Salvatore



Ferragamo mit seinem ersten Store in der Türkei. Das italienische Modehaus eröffnete im Nisantasi-Viertel.

## London

Im Februar 2011 gab Hugo Boss die Übernahme von 15 Monobrand-Stores in Großbritannien bekannt, die zuvor in Kooperation mit einem Franchisepartner betrieben wurden. Unter anderem betrifft die Übernahme den Shop in der Londoner Regent Street und die unlängst eröffnete Niederlassung in der New Bond Street. Mit der Akquisition verfügt Hugo Boss nun über insgesamt 35 eigene Stores in Großbritannien. Burberry gab im März 2011 bekannt, sogenannte „Statement Stores“ in London zu eröffnen. Zu diesem Zweck werden Büroräume in der Regent Street und eine kürzlich erworbene Immobilie von Habitat zusammengelegt. Der dadurch entstehende Burberry Store auf rund 2.200 m<sup>2</sup> wird den bestehenden Shop in der Regent Street ersetzen. In Knightsbridge soll ein weiterer Burberry-Store erweitert werden. Dazu wurde eine neben dem Burberry-Store liegende Immobilie von Jaeger in der Brompton Road übernommen. Im Frühjahr 2012 wird der italienische Textil- und Bekleidungskonzern Ermenegildo Zegna in London einen „Global Store“ eröffnen. Der Standort wird alle Linien aus dem Hause Zegna präsentieren. Bereits im Juni 2010 hat Louis Vuitton seinen Londoner Flagship-Store an der New Bond Street als „Maison“ mit neuer Fassade und

einer Verkaufsfläche von rund 1.500 m<sup>2</sup> wiedereröffnet. Zudem hat die New West End Company (NWEC), zuständig für das Marketing



rund um die Toplagen Bond Street, Jermyn Street, Oxford Street und Regent Street, im Spätsommer 2010 die Kampagne „London Luxury“ gestartet. Ziel ist es, die Positionierung des Londoner West End als internationaler Standort für Luxus-Shopping zu forcieren. Zu den rund 600 von NWEC repräsentierten Einzelhändlern zählen rund 300 Luxus-Stores im Umfeld der Bond Street.

## Madrid

Die Calle Serrano gilt als schickste Lage Madrids und liegt im Nobelviertel Salamanca. Der Luxusbereich der sehr langen Straße befindet sich im Umfeld der Calle Ortega Y Gasset, der zweiten exklusiven Toplage Madrids. Im Spätherbst 2010 wurde die neu gestaltete Luxusmeile Calle Serrano nach zweijähriger Renovierung vorgestellt. Die Erneuerung umfasst ein mehr als drei Kilometer langes Teilstück der Calle Serrano und reicht von der Calle Maria de Molina bis zur Puerta de Alcalá. Eine Fahrspur wurde entfernt und der Fußgängerweg erweitert. Gleichzeitig erhielten die Fußgängerwege einen neuen Bodenbelag und wurden mit zahlreichen neu gepflanzten Bäumen versehen. Neue asymmetrische Bänke laden zu einer entspannten Pause ein. Seit der Renovierung bezeichnen die Madrilenen ihre Luxusmeile gerne als die Fifth Avenue Spaniens. Neben zahlreichen Banken finden sich auf der Straße alle namhaften Juweliere und internationalen Luxuslabels. Eine Besonderheit der Lage ist zweifellos die Vielzahl architektonisch herausragender Immobilien.

## Mailand

Die Via Montenapoleone ist als teuerste Einkaufsstraße Italiens die wichtigste Lage im Mailänder Fashion District. Etliche weitere Luxuslabels finden sich in der zweiten Toplage Via della Spiga. Im Dezember 2010 hat Burberry in Mailand den ersten europäischen Monomarken-Store der Linie Burberry Brit eröffnet. Der Shop befindet sich am Corso Venezia 9 und erstreckt sich über eine Fläche von rund 250 m<sup>2</sup>.



## Moskau

Spätestens seit Mitte 2010 zeigt der Moskauer Markt für Einzelhandelsimmobilien wieder deutliche Anzeichen für ein nachhaltiges Wachstum. Das Angebot an zeitgemäßen Einzelhandelsflächen ist gestiegen und auch die Umsätze der Einzelhändler zeigen wieder einen Aufwärtstrend. Auch die Investitionstätigkeit gewinnt wieder an Fahrt und neu angekündigte Projekte mehren sich. So plant die Immobiliengruppe Crocus nach der Eröffnung des Shopping- und Entertainment-Centers Vegas (Gesamtfläche: 400.000 m<sup>2</sup>) unter dieser Marke zwei weitere Center in gleicher Größenordnung. Prada hat für den Herbst 2011 drei große Monolabel-Stores in Moskau angekündigt. Angepeilt werden Flächen in der Luxusmeile Stoleschnikov Lane sowie in der Luxus-Mall Crocus City. Bislang war das Unternehmen in Russland nur im Wholesale-Geschäft präsent.

## München

Die Münchner Maximilianstraße ist die wohl konsequenteste Luxusmeile in Deutschland. Zuletzt hatte Bottega Veneta im März 2011 die Eröffnung der vergrößerten Boutique in der Maximilianstraße gefeiert. Mitte Juni folgte Yves Saint Laurent mit seinem ersten Store in München. Auch Escada hat in der Luxusmeile eine neue Repräsentanz eröffnet. Ermenegildo Zegna wechselte aus der hochwertigen Shopping Passage Fünf Höfe in die Maximilianstraße. Hermès hat seinen Store in der Maximilianstraße nach aufwändiger Modernisierung im September 2010 wiedereröffnet. Im Frühjahr 2010 ging zudem Michael Kors in der Theatinerstraße mit seinem ersten Lifestyle-Store in Europa an den Start. Louis Vuitton wird in die neue Projektentwicklung Palais an der Oper, Ecke Residenzstraße / Maximilianstraße, ziehen. Als alleiniger Handelsmieter nutzt das Luxuslabel dort voraussichtlich ab Ende 2012 eine Verkaufsfläche von insgesamt 1.300 m<sup>2</sup>. Louis Vuitton wird in München einen Store des sogenannten Maison-Konzepts realisieren, das sich durch eine überdurchschnittliche Größe und Ausstellungsräume für zeitgenössische Kunst auszeichnet. Derzeit betreibt das Pariser Unternehmen in Europa Maison-Geschäfte



ausschließlich in Paris und London. Auch die Deutschland-Zentrale von Louis Vuitton wird nach München verlegt. Hierfür wurden oberhalb der Geschäftsräume rund 1.000 m<sup>2</sup> Bürofläche angemietet. Direkt gegenüber präsentiert sich in der Residenzstraße 6 zudem ab dem Sommer 2011 Akris mit einem neuen Store.

## Paris

Nach der Renovierung seines Stores in der Rue Royale hat Gucci im Februar 2011 auch seinen Flagship-Store in der Rue du Faubourg Saint Honoré nach Umbau neu eröffnet. Der Standort ist der erste Gucci-Store in Europa, in den ein Made to Measure-Service für das Taschen-Modell Bamboo integriert wurde. Neu ist auch eine Abteilung für Kindermode. Yves Saint Laurent plant einen neuen Flagship-Store in der Avenue Montaigne und wird hierfür Anfang 2012 die Fläche von Escada übernehmen. Derzeit betreibt das Label vier Stores in Paris. Escada ist seinerseits auf der Suche nach einem neuen Standort in der Avenue Montaigne. Im November 2010 hat Hermès seine Pläne für ein neues Flagship im Pariser Rive Gauche-Viertel bekannt gegeben. In der Rue de Sèvres, neben dem Luxushotel Lutetia, bezieht das Label ein denkmalgeschütztes Schwimmbad im Art Déco-Stil.



Die neue Repräsentanz ist mit rund 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nach dem Haupthaus der zweitgrößte von weltweit über 330 Hermès-Stores. Im April 2010 hat Ralph Lauren in Paris seinen größten europäischen Store eröffnet. Die Repräsentanz befindet sich in einem aufwändig renovierten Gebäude aus dem 17. Jahrhundert am Boulevard Saint Germain. Seit Mitte 2010 präsentiert sich zudem Max Mara mit einem neuen Shop in der Luxusmeile. Ebenfalls seit Mitte letzten Jahres ist Balenciaga mit seinem ersten HAKA-Store in Paris präsent. Der Shop befindet sich in der Rue de Varenne am linken Seine-Ufer. Seit Anfang 2010 vermarktet Hammerson sein jüngstes Pariser Prestige-Projekt namens Faubourg One in der Rue Faubourg Saint Honoré. Unter anderem werden Burberry, Moschino und Brunello Cucinelli die neuen Nachbarn von Hermès, Yves Saint Laurent und Gucci. Ende Juni 2011 eröffnet Ermenegildo Zegna seinen ersten französischen „Global Store“. Der Flagship-Store in der Rue Saint Honoré bietet auf einer Fläche von 500 m<sup>2</sup> alle Linien des Hauses Zegna. Zegna hatte nach der Schließung seines Stores in der Rue de la Paix drei Jahre lang nach einer neuen Adresse gesucht. In Paris gibt es zurzeit drei Franchise-Filialen des Männermode-Labels sowie Markenflächen bei Galeries Lafayette und Le Printemps. Bereits Ende Mai eröffnete auch der italienische Cashmere-Spezialist Brunello Cucinelli einen neuen Flagship-Store in der Rue du Faubourg St.Honoré. Am Boulevard Saint Germain ist das Unternehmen bereits vertreten. Das Warenhaus Le Bon Marché hat seine HAKA-Abteilung vergrößert und wiedereröffnet. Dabei wurden neue Luxusmarken aufgenommen und die Verkaufsfläche für Schuhe hat sich vervierfacht.

## Prag

Die Prager Luxusmeile Parizska Street mit ihren eleganten und historischen Gebäuden reicht von der Altstadt bis zum Fluss Vltava und bietet perfekte Bedingungen für Luxuslabels. Die Nähe zum historischen jüdischen Viertel zieht zudem viele Touristen an. Die ersten Anmietungen erfolgten in den späten 90er Jahren durch Labels wie Hermès und Salvatore Ferragamo. Kurz darauf folgten Louis Vuitton, Cartier, Christian Dior, Dunhill, Burberry, Bottega Veneta und Hugo Boss. Auch die jüngste Wirtschaftskrise hat weitere Anbieter wie Gucci, Prada, Fendi und Bulgari nicht davon abgehalten, die Parizska als Standort zu wählen. Die Flächennachfrage ist weiterhin hoch und trifft auf ein sehr geringes Angebot. Aus diesem Grund weichen Luxusanbieter verstärkt in die umliegenden Seitenstraßen wie die Siroka Street aus. Weitere Anbieter wie Brioni, Boucheron, Versace oder Ermenegildo Zegna haben sich zudem im luxuriösen Umfeld des Four Seasons und Obecni Dum angesiedelt.

## Rom

Die Via Condotti kreuzte schon zu Zeiten der Römer die antike Via Flaminia. Durch ihre unmittelbare Nähe zu Roms Touristenbrennpunkt, der Spanischen Treppe, bietet sie einen sehr hohen Zustrom an Touristen. Mit der Eröffnung des Juweliers Bulgari in 1905 begann die heutige Stellung der Straße als renommierteste Luxusmeile der italienischen Hauptstadt. Mit dem 1760 gegründeten Caffé



Greco verfügt die Straße über einen weiteren Anziehungspunkt. Im November 2011 eröffnet der italienische Textil- und Bekleidungskonzern Ermenegildo Zegna in Rom einen neuen „Global Store“. Der Shop bietet alle Linien aus dem Hause Zegna.

## Wien

Der Graben zählt zu den berühmtesten Straßen in der Wiener Innenstadt. Er beginnt am Palais Equitable am Stock-im-Eisen-Platz und endet an der Verzweigung zum Kohlmarkt und zur Tuchlauben. Gemeinsam mit dem Kohlmarkt und der Kärntner Straße bildet der Graben das sogenannte „Goldene U“ der traditionsreichen Wiener Einkaufsstraßen. Der Graben war auf Grund der Nähe zur Hofburg bereits zu Zeiten der Monarchie eine der exklusivsten Einkaufsmei-

len Wiens und beheimatete viele k.u.k. Hoflieferanten. Im Juni 2010 hat das Schweizer Schuh- und Lederwarenlabel Bally in der Wiener Luxuslage Am Graben den nach Zürich zweitgrößten Flagship-Store im deutschsprachigen Raum eröffnet.

## Warschau

In Warschau konzentrieren sich Luxusmarken überwiegend im Umfeld des Three Crosses Square (Plac Trzech Krzyzy) und der Luxusmeile Nowy Świat. Dort finden sich Marken wie Ermenegildo Zegna, Max Mara, Burberry, Hugo Boss, Escada, Carolina Herrera, Lacoste, Coccinelle, Emporio Armani, TruTrussardi, Bally und Frey Wille. Rund 200 Meter entfernt vom Three Crosses Square wird im Sommer diesen Jahres

das Kaufhaus Wolf Bracka eröffnen. Der Standort verspricht weiteres Potenzial für die Ansiedlung neuer Luxusanbieter. Als Mieter ist unter anderem Gucci im Gespräch. Insgesamt weist der Markt für Luxusgüter in Warschau ohne Zweifel einen Aufwärtstrend auf und die Nachfrage nach geeigneten Flächen wächst

stetig. Viele Luxusanbieter haben sich entschieden, den polnischen Markt in Kooperation mit Franchisepartnern zu erschließen. Aus diesem Grund ist die Präsenz der Luxusanbieter etwas größer, als es der vorliegende Report darlegt, der sich auf in Eigenregie geführte Shops beschränkt. Jüngste Neuzugänge in Warschau sind Carolina Herrera und Ferrari in der Luxuslage Nowy Świat.



## Zürich

Die Bahnhofstraße in Zürich ist die wichtigste Luxusmeile in der Schweiz. Sie profitiert von der außerordentlich hohen Kaufkraft in Zürich und der hohen Frequenz mit in Spitzenzeiten mehr als 12.000 Passanten pro Stunde. Das Züricher Warenhaus Jelmoli hat im Oktober 2010 einen umfassenden Umbau abgeschlossen und will seine Mode- und Accessoires-Abteilungen in Richtung Luxusklasse aufwerten. Der Wettbewerber Globus hat seinen Standort in der Bahnhofstraße bereits vor fünf Jahren modernisiert und gilt derzeit als erfolgreichstes Luxuswarenhaus in der Schweiz. Die Bahnhofstraße ist die erste Standortwahl für Top-Luxusanbieter. Insbesondere gilt dies für die Bereiche um den Paradeplatz und in Richtung See. In Richtung Hauptbahnhof stößt die Lage verstärkt auf das Interesse internationaler Modeketten.



### Methodik

Die vorliegende Untersuchung analysiert die Präsenz der aus Sicht von Jones Lang LaSalle 100 bedeutendsten Luxusmarken in den 22 wichtigsten europäischen Metropolen. Bei der Ermittlung der Shopanzahl in den jeweiligen Städten werden ausschließlich Luxusmarken mit in Eigenregie betriebenen Standortnetzwerken berücksichtigt. Die Auswertung bezieht ausschließlich Shops in 1a-Lagen und Einkaufs-Galerien ein. Zudem werden nur Shops der jeweiligen Hauptmarke berücksichtigt. Zweitmarken sind ebensowenig Bestandteil der Erhebung wie Franchise- und Multilabelstores. Auch Markenshops in namhaften Luxuskaufhäusern werden mangels Transparenz nicht berücksichtigt. Geografisch bezieht sich die Analyse stets auf das Zentrum der jeweiligen Stadt. Im Mittelpunkt stehen dabei die renommierten Luxusmeilen, gegebenenfalls ergänzt um die umliegenden Seitenstraßen.



### Top 100 Luxuslabels

- A** Airfield, Akris, Alberta Ferretti, Alexander Mc Queen, Asprey
- B** Balenciaga, Balmain, BCBG Max Azria, Blancpain, Bottega Veneta, Boucheron, Brioni, Bulgari, Burberry
- C** Calvin Klein, Carolina Herrera, Cartier, Celine, Chanel, Chloé, Chopard, Christian Dior, Christian Louboutin, Comme des Garçons
- D** Daks, David Webb, Dolce & Gabbana, DKNY, Dries van Noten
- E** Emanuel Ungaro, Emilio Pucci, Ermenegildo Zegna, Escada, Etro
- F** Fendi
- G** Gianfranco Ferré, Giorgio Armani, Givenchy, Gucci
- H** H. Stern, Harry Winston, Helmut Lang, Hermès, Hervé Léger, Hugo Boss
- J** Jaeger LeCoultre, Jean Paul Gaultier, Jil Sander, Jimmy Choo, John Galliano
- K** Kenzo, Krizia
- L** La Perla, Lanvin, Laura Biagiotti, Laurence Graff, Loewe, Longchamp, Loro Piana, Louis Vuitton, Ludwig Reiter
- M** Maison Martin Margiela, Malo, Marc Jacobs, Marni, Max Mara, Michael Kors, Missoni, Miu Miu, Moncler, Mont Blanc, Mulberry
- N** Narciso Rodriguez, Nina Ricci
- O** Omega
- P** Patek Philippe, Paul Smith, Pollini, Pomellato, Prada
- R** Ralph Lauren, Rena Lange, Roberto Cavalli, Rolex
- S** Salvatore Ferragamo, Sergio Rossi, Sonia Rykiel, Stella Mc Cartney, Strenesse
- T** Tiffany & Co., Tod's, Tom Ford
- V** Valentino, Van Cleef & Arpels, Versace, Vertu, Vivienne Westwood
- W** Wunderkind
- Y** Yohji Yamamoto, Yves Saint Laurent

## **Kontakt**

### **James Dolphin**

Head of EMEA Retail Agency

London

tel: +44 (0) 20 7852 4623

mob: +44 (0) 792 1944355

james.dolphin@eu.jll.com

### **Doris von Muschwitz**

Head of Retail Leasing Germany

Frankfurt/M.

tel: +49 (0) 69 2003 1079

doris.vonmuschwitz@eu.jll.com

### **Marc Alfken**

Head of Retail Leasing Germany

Frankfurt/M.

tel: +49 (0) 69 2003 2322

marc.alfken@eu.jll.com

## **Author**

### **Magnus Danneck**

Manager Marketing & PR

Frankfurt/M.

tel: +49 (0) 69 2003 1114

magnus.danneck@eu.jll.com

[www.joneslanglasalle.de](http://www.joneslanglasalle.de)

Copyright © JONES LANG LASALLE, 2011.

Dieser Bericht wurde mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt und basiert auf Informationen aus Quellen, die wir für zuverlässig erachten, aber für deren Genauigkeit, Vollständigkeit und Richtigkeit wir keine Haftung übernehmen. Die enthaltenen Meinungen stellen unsere Einschätzung zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichtes dar und können sich ohne Vorankündigung ändern. Historische Entwicklungen sind kein Indiz für zukünftige Ergebnisse. Dieser Bericht ist nicht für den Vertrieb oder die Empfehlung zum Kauf oder Verkauf einer bestimmten Finanzanlage bestimmt. Die in diesem Bericht zum Ausdruck gebrachten Meinungen und Empfehlungen berücksichtigen nicht individuelle Kundensituationen, -ziele oder -bedürfnisse und sind nicht für die Empfehlung einzelner Wertpapiere, Finanzanlagen oder Strategien einzelner Kunden bestimmt. Der Empfänger dieses Berichtes muss seine eigenen unabhängigen Entscheidungen hinsichtlich einzelner Wertpapiere oder Finanzanlagen treffen. Jones Lang LaSalle übernimmt keine Haftung für direkte oder indirekte Schäden, die aus Ungenauigkeiten, Unvollständigkeiten oder Fehlern in diesem Bericht entstehen.