

Porsche, absolute luxe sterkhouders in België en in de wereld

Date : 15 oktober 2020

In België slaagde enkel Porsche er in tijdens de eerste negen maanden van dit jaar meer wagens te verkopen. Dat waren er precies 2.268 of vijf procent meer dan dezelfde periode in 2019. Globaal daalde de wagenverkoop in die periode met 24 %. Populaire merken zoals Opel, Renault, Suzuki en Mazda zagen hun verkoop met meer dan 30 % teruglopen. Wereldwijd is het Duitse automerk Porsche het meest waardevolle luxe- en premiummerk. Volgens specialist Brand Finance steeg de waarde van het merk afgelopen jaar met 16 % tot 33,6 miljard dollar. In China alleen al werden vorig jaar 86.000 van die dure wagens verkocht. Porsche krijgt daarbij steun van zijn eerste elektrische model, de Taycan. Globaal kan covid 19 zorgen voor 1.000 miljard dollar waardeverlies van luxemerken. Maar er zijn ook lichtpuntjes.

Recent ventileerde [D'leteren](#), de Brusselse invoerder van de luxemerken Porsche, Bentley, Bugatti en Lamborghini, interessante cijfers. Waar algemeen werd verwacht dat de luxemerken met covid 25 % zouden dalen, zien ze in tegendeel een stijging van 7 %. Voor Bentley en Lamborghini mikken ze op een doelpubliek van gezinnen met 1 miljoen cash op de bank en een patrimonium van minstens 5 miljoen. Dat zijn nu 15.000 gezinnen in België. Tegen 2025 moeten dat er 22.000 zijn. Bentley kopers zijn bijna de helft vrouwen van gemiddeld 51 jaar. Wie een Bentley koopt heeft gemiddeld 5 wagens in het gezin. Bugatti's van minstens 2,5 miljoen euro per exemplaar worden enkel gekocht door verzamelaars. De verkoop van luxewagens wordt ook ondersteund door de vaststelling dat vermogende gezinnen tijdens de crisis veel liquiditeiten hebben opgebouwd en zich blijkbaar ook zelf een duur plezier gunnen.

Die cijfers steken schril af tegen de verkoop van gezinswagens. Voor de autobouwers is 2020 een donker jaar. De wagenverkoop loopt meer dan 100.000 stuks achter op 2019, het tweede beste jaar ooit op de Belgische markt. Van januari tot september werden in België 333.607 nieuwe auto's ingeschreven, 24 procent minder dan een jaar eerder. Dat is vooral het gevolg van de lockdown, waardoor de autoverkopers in de lente zes weken hun deuren moesten dichtdoen.

Boven heel dit verhaal troont Porsche uit. Het Duitse merk heeft zichzelf bewezen

als de belichaming van luxe, een merk dat bekend staat om zijn superieure kwaliteit en de productie van sportwagens van wereldklasse. Nu Porsche de uitdaging aangaat van een steeds milieubewustere samenleving, is het een pionier geworden op het gebied van duurzaamheid met de introductie van zijn eerste elektrische auto, de Taycan.

Volgens het laatste Brand Finance Luxury & Premium 50 2020-rapport kunnen de 50 meest waardevolle luxe- en premiummerken wereldwijd tot 35 miljard dollar aan merkwaarde verliezen als gevolg van de covid-19-pandemie. *(Lees verder onder de foto)*

Binnen de ranglijst van luxemerken zijn drie subsectoren vertegenwoordigd: kleding, auto's en cosmetica & persoonlijke verzorging. Uit de analyse van Brand Finance blijkt dat kledingmerken het zwaarst worden getroffen, met 20% merkwaardeverlies, auto's matig worden beïnvloed, met 10% merkwaardeverlies, en cosmeticamerken grotendeels onbeschadigd uit de pandemie komen. Givenchy is het snelst groeiende merk in de ranglijst van dit jaar, de merkwaarde groeit met een indrukwekkende 74% tot 2 miljard dollar. Givenchy is een onderdeel van de Franse luxegroep LVMH.

Wanneer we verder kijken dan de luxe- en premiumsector, zou de waarde van de 500 meest waardevolle merken ter wereld, gerangschikt in de Brand Finance Global 500 2020-ranglijst, met naar schatting 1 biljoen of 1.000 miljard dollar kunnen dalen als gevolg van de uitbraak van het coronavirus.