

Medienmitteilung der Bank Julius Bär & Co. AG

Julius Baer Lifestyle Index 2013 um 8.0% gestiegen

Dritter Julius Baer Wealth Report: Veränderte Konsummuster in ganz Asien bei Luxusgütern zeigen Wandel von Prestige zu Qualität

Zürich/Hongkong/Singapur, 4. Juni 2013 --- Die Kosten für ein Leben in Luxus für sehr vermögende Privatpersonen (High Net Worth Individuals bzw. HNWI) steigen weiterhin schneller als die allgemeine Inflation, allerdings etwas langsamer als 2012. Dies zeigt die Entwicklung des Julius Baer Lifestyle Index, der als Teil des jährlichen Julius Baer Wealth Reports veröffentlicht wird.

„Es zeigt sich immer deutlicher, dass sich Asien als Motor für Wachstum und Vermögensbildung von den reifen Volkswirtschaften abgekoppelt hat. Vor allem China erklimmt immer höhere Stufen der Wertschöpfungskette. Wir erwarten, dass sich die Anzahl HNWI in Asien (mit Ausnahme Japans) von geschätzten 2,17 Millionen im Jahr 2013 auf mindestens 2,82 Millionen im Jahr 2015 erhöhen wird“, kommentierte Stefan Hofer, Emerging Markets Economist und federführender Autor des Berichts.

Zu den wichtigsten Ergebnissen des diesjährigen Julius Baer Wealth Reports zu Asien zählen:

- Der Julius Baer Lifestyle Index ist 2013 insgesamt um 8% gestiegen.
- Gemessen in US-Dollar (11%) und lokaler Währung (16.7%) war der stärkste Anstieg bei den Kosten für Luxusgüter und -dienstleistungen gegenüber dem Vorjahr in Mumbai zu beobachten.
- Die meisten der zwanzig Index-Bestandteile für Schanghai verzeichneten gegenüber dem Vorjahr eine Zunahme, doch der Gesamtanstieg wurde durch eine Mässigung bei den Preisen für Luxusimmobilien begrenzt. Unter Ausschluss von Immobilien und bei gleicher Gewichtung der übrigen Faktoren stiegen die Kosten für ein luxuriöses Leben in Schanghai in Renminbi um 10% (11% in US-Dollar).
- Wie schon 2012 wurde auch im laufenden Jahr der stärkste Anstieg bei den Kosten für eine universitäre Ausbildung verzeichnet; mehr als 30% über alle Märkte hinweg. Dies wirft für Bewerber und ihre Eltern wichtige Fragen auf, die über die steigenden Kosten hinausgehen.
- Den zweithöchsten Anstieg gab es bei hochwertigen Weinen, deren Preise sich in allen Märkten um durchschnittlich 16% erhöhten. Kommentare führender Weinexperten zeigen, dass sich der Weingeschmack in Asien rasch weiterentwickelt. Dies könnte bedeuten, dass der Preis für prestigeträchtige Weinmarken in Zukunft weniger schnell steigt.

Der nun zum dritten Mal veröffentlichte Julius Baer Wealth Report zu Asien bietet erneut eine umfassende und exklusive Analyse der HNWI-Landschaft der Region. Bislang wurden dabei Hongkong, Singapur, Schanghai und Mumbai berücksichtigt. In diesem Jahr sind neue Städte hinzugekommen, so dass erstmals auch die Kosten für Luxusgüter und -dienstleistungen in Manila, Jakarta, Seoul, Taipeh, Kuala Lumpur, Bangkok und Tokio miteinander verglichen werden. Der Bericht liefert einen Datenquerschnitt, der für Vergleichszwecke in die Kategorien „Güter“ und „Dienstleistungen“ unterteilt wurde. Die Analyse zeigt, dass in Hongkong, Schanghai, Singapur und Bangkok die Kosten für die meisten Güter höher liegen als der regionale Durchschnitt. In Mumbai, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila und Taipeh kosten die meisten Luxusdienstleistungen weniger als im regionalen Durchschnitt, wobei dem aber tendenziell höhere Preise für Produkte gegenüberstehen. Ausbildungskosten werden in dieser Querschnittsanalyse nicht mitberücksichtigt.

„Die japanische Wirtschaft befindet sich an einem Scheideweg. Nachdem seit September 2012 tiefgreifende Änderungen vollzogen wurden, wird in diesem Jahr erstmals auch Tokio in dem Bericht

erfasst. Nach unseren Schätzungen leben in Japan, in US-Dollar gemessen, derzeit 2,1 Millionen HNWI. Im Gegensatz zu anderen Volkswirtschaften in Asien, für die in den Prognosen des Berichts eine Aufwertung ihrer Währungen eingerechnet ist, gilt für Japan, dass die wirtschaftliche Wiederbelebung kurzfristig die Folge der Yen-Schwäche ist. Trotzdem steigt unsere Zuversicht, dass Japan das Joch der Deflation abwerfen und mittelfristig weiteren Wohlstand generieren kann“, sagte Stefan Hofer zu den neusten Daten.

Weiter fügte er hinzu: „Interessanterweise zeichnet sich Tokio nicht dadurch aus, dass es besonders teuer wäre, insbesondere nicht bei Gütern. Nur ‚Schneiderarbeiten für Herren‘ und ‚Damenschuhe‘ sind hier teurer als im regionalen Durchschnitt.“

Der Julius Baer Wealth Report 2013 stellt einen schnellen Wandel im Bereich des Luxuskonsums fest: Vergleichsweise günstige Produkte im Index wie Wein, Zigarren und Uhren werden häufiger gekauft und immer weniger als „einmaliger“ Luxus verstanden. Zugleich weichen Marken- und Prestige-Käufe zunehmend einer Fokussierung auf vertretbare Preise und Qualität. Dies lässt insbesondere in Bezug auf China erwarten, dass sich der Luxusmarkt zu Ungunsten einiger der etablierten Marktführer entwickeln dürfte.

Boris Collardi, CEO der Bank Julius Bär, erklärte: „Aus unserer eigenen Erfahrung in Asien wissen wir, dass die dortigen Kunden eine sehr hohe Servicequalität erwarten und dass intensiver Wettbewerb um sie herrscht. Was sich im Konsumbereich abspielt, gilt also auch für die Vermögensverwaltung, so dass Anbieter in diesem Bereich den Mehrwert ihrer Angebote belegen und innovativ sein müssen.“

Zur Erweiterung des Julius Baer Lifestyle Index sagte Dr. Thomas R. Meier, Leiter Asien: „Die asiatischen Volkswirtschaften sind immer stärker miteinander verflochten, was seinerseits eine Triebkraft für Wachstum und Vermögensbildung darstellt. Aus diesem Grund war es im Bericht sinnvoll, den Index um zusätzliche Städte auszuweiten, um besser zu verstehen, welche Faktoren die Preisbildung und die Auswahl von solchen Gütern in der gesamten Region beeinflussen.“

Auch dieses Jahr ist der Julius Baer Wealth Report: Asia auf Chinesisch (vereinfachte Version) erhältlich.

Die englische und chinesische Version sind zudem zum zweiten Mal auch als iPad-App erhältlich. Dieses Format umfasst die Julius Baer Wealth Reports aus den Jahren 2011 und 2012, verschiedene aktuelle Publikationen, die anlässlich der Julius Baer Next Generation Investment Konferenz veröffentlicht wurden, wie beispielsweise zwei interaktive virtuelle Magazine. Die App ist unter www.juliusbaer.com/app verfügbar oder im iTunes App Store (Suchbegriff „Julius Baer“).

Kontakte

Media Relations Hongkong, Tel. +852 2899 4839/ 2899 4840
Media Relations Singapur, Tel. + 65 6827 1490/ 6827 1904
Media Relations Zürich, Tel. +41 58 888 8888

Über Julius Bär

Julius Bär ist die führende Private-Banking-Gruppe der Schweiz, ausgerichtet auf die Betreuung und Beratung von Privatkunden. Per 30. April 2013 betreute Julius Bär Kundenvermögen von CHF 309 Milliarden, einschliesslich verwalteter Vermögen von CHF 220 Milliarden. Die Bank Julius Bär & Co. AG, die renommierte Privatbank, deren Ursprünge bis ins Jahr 1890 zurückreichen, ist die wichtigste operative Gesellschaft der Julius Bär Gruppe AG. Ihre Aktien sind an der SIX Swiss Exchange (Ticker-Symbol: BAER) kotiert und sind Teil des Swiss Market Index (SMI), welcher die 20 grössten und liquidesten Schweizer Aktien umfasst.

Gegenwärtig integriert Julius Bär Merrill Lynchs International-Wealth-Management-Geschäft ausserhalb der USA. Dadurch wird die Präsenz der Gruppe auf mehr als 25 Länder und über 50 Standorte ausgeweitet. Mit Hauptsitz in Zürich sind wir von Dubai, Frankfurt, Genf, Hongkong, London, Lugano, Monaco, Montevideo, Moskau, Schanghai bis Singapur vertreten.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website unter www.juliusbaer.com