

MEDIENMITTEILUNG

Bank Julius Bär & Co. AG

Mit Fokus auf das Thema „bewusster Konsum“
Julius Bär stellt die Erstpublikation des „Global Wealth and Lifestyle Report 2020“ vor

Julius Bär hat die Erstpublikation des „Global Wealth and Lifestyle Report 2020“ veröffentlicht. Der Bericht gibt einen Überblick über die Preistrends von Premiumgütern und -dienstleistungen in 28 Städten weltweit, die im Julius Bär Lifestyle Index abgebildet werden. Ein besonderer Fokus des Berichts liegt auf dem Thema „bewusster Konsum“. Dieses hebt hervor, wie ethische Entscheidungen zu Umwelt und Nachhaltigkeit zu einem Umdenken führen – in Bezug auf die Frage, was es heute heisst, gut zu leben.

Hongkong/Zürich, 16. Januar 2020 – In dieser umfangreichen Erhebung untersuchte Julius Bär die Preisentwicklung und das Konsumverhalten weltweit, um die Welt des Luxus besser zu verstehen. Der globale Julius Bär Lifestyle Index zeigt, dass Asien für den Luxuskonsum die teuerste Region ist, während Europa die günstigsten Preise bietet. Die Region Nord- und Südamerika liegt dazwischen, wobei die lokalen Preisunterschiede beträchtlich sind. Die Regierungspolitik, Steuern, Dienstleistungsgebühren und lokale Währungsbewegungen trugen am stärksten zu Preisunterschieden zwischen Regionen und Städten bei. Insgesamt nimmt die weltweite Nachfrage nach Luxusgütern weiterhin stetig zu. Davon zeugt die Outperformance börsenkotierter Hersteller von High-End-Gütern aus dem Westen gegenüber allgemeinen Aktienindizes.

Rajesh Manwani, Head Markets and Wealth Management Solutions Asia Pacific der Bank Julius Bär, merkte an: „Die Erstpublikation des Julius Bär Global Wealth and Lifestyle Reports zeigt Trends im Luxuskonsum weltweit, die für unsere Kunden relevant sind. Die Methode wurde mit dem Julius Bär Wealth Report Asia 2011 eingeführt. Nun wurde sie erstmals auf 28 Städte weltweit ausgeweitet. Wir hoffen, dass die daraus gewonnenen Erkenntnisse einen Einblick in globale Lifestyle-Trends des Jahres 2020 verschaffen.“

In diesem Jahr betont der Bericht das Thema des bewussten Konsums. Dies bedeutet eine Verlagerung zu „weniger ist mehr“: weniger Verschwendung und Güterkult, dafür mehr Erlebnisse und Erfahrungen. Da die Gesellschaft eine nachhaltigere Zukunft fordert, ist Nachhaltigkeit immer mehr zu einem Thema für Regierungen, Aufsichtsbehörden und Zentralbanken geworden.

Zu den wichtigsten Erkenntnissen zählen:

- In Europa und Nordamerika ist es weniger geläufig, dass die Konsumenten einen Aufschlag für verantwortungsvoll hergestellte Güter zahlen, da eine strenge Regulierung bereits bei konventionellen Gütern hohe Standards bietet.
- Konsumenten in Asien und Lateinamerika sind hingegen eher bereit, sich aufgrund von Nachhaltigkeitsaspekten für ein bestimmtes Produkt zu entscheiden. Hauptgrund dafür könnte ihre direkte Erfahrung mit den vom Menschen verursachten negativen Auswirkungen des Wirtschaftswachstums sein.

Nicolas de Skowronski, Head Wealth Management Solutions und Mitglied der Geschäftsleitung der Bank Julius Bär, erklärte: „Unsere Analyse zeigt das wachsende Bedürfnis von Konsumenten, ihre Kaufentscheidungen mit ihren sozialen, ökologischen und politischen Überzeugungen in Einklang zu bringen. Dies hat mit den Millennials begonnen, die den Stab aber nun definitiv an die nächsten Generationen weitergereicht haben. Aus eigener Erfahrung weiss ich, dass nun auch die Generation Alpha aktiv wird. Der bewusste Konsum wird Bestand haben. Aufgrund dieser wachsenden Nachfrage beobachten wir über die Branchen hinweg eine schnelle Entwicklung bestehender Angebote sowie bedeutende Investitionen in die Innovation.“

Wichtigste Erkenntnisse aus dem Julius Bär Lifestyle Index 2020

Die Preise von 20 Premiumgütern und -dienstleistungen wurden in 28 Städten weltweit erhoben: zehn in Asien-Pazifik, zwölf in Europa, Nahost und Afrika sowie sechs in Nord- und Südamerika.

Asien ist die teuerste Region, insbesondere was Wohnimmobilien betrifft. Fünf der zehn teuersten Städte weltweit befinden sich in Asien. Was die Preise von Luxusautos anbelangt, liegen acht der zehn teuersten Städte des Index in Asien. Für kleinere Güter hingegen bietet Asien ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis.

Asien beherbergt mit Hongkong die teuerste und mit Mumbai die günstigste Stadt der Welt. Hongkong rangiert weltweit über dem 90. Perzentil für Immobilien, Schönheitsdienstleistungen, gehobene Küche, Flüge der Business Class und Anwaltshonorare. Schanghai ist die Nummer zwei der Region und auch weltweit. Was Immobilien und Hotels anbelangt, ist Schanghai günstiger als Hongkong. Doch es ist eine teure Destination für portable Güter wie Uhren und Damenhandtaschen, aber auch für Dienstleistungen wie jene von Anwälten und für Personal Training. Mumbai bietet für fast alle Güter und Dienstleistungen ein ausserordentliches Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Preise mehrerer Dienstleistungen rangieren hier im oder nahe am untersten Quartil.

Europäische Städte – insbesondere Barcelona und Frankfurt – weisen das beste Preis-Leistungs-Verhältnis für luxuriöses Leben auf. In Barcelona ist besonders der Premiumimmobilienmarkt gegenüber anderen europäischen Städten relativ günstig, während Frankfurt bei portablen High-End-Gütern und Hotelsuiten kosteneffektiv ist. London hingegen ist die teuerste Stadt der Region, dicht gefolgt von Zürich, wo Dienstleistungsgebühren, Hotelübernachtungen und Essen teurer sind.

Die Region Nord- und Südamerika belegt insgesamt den zweiten Rang. Hier führt New York die Liste an, während Vancouver die Stadt mit den erschwinglichsten Preisen von Luxusgütern in der Region ist. In Nordamerika sind aufgrund der hohen Arbeitskosten Dienstleistungen besonders teuer, während in Lateinamerika hohe Steuersätze die Preise von Premiumgütern und -dienstleistungen in die Höhe treiben. In Südamerika sind Premiumwohnimmobilien in Rio de Janeiro und Mexico City ein Schnäppchen, doch dem stehen teurere Güter und Dienstleistungen gegenüber.

Für ein Exemplar des Julius Bär Global Wealth and Lifestyle Report 2020 besuchen Sie bitte: www.juliusbaer.com/wealth-report

Hinweis:

Die Daten 2019 für den Julius Bär Lifestyle wurden zwischen Juni und September 2019 erhoben.

Kontakte

Media Relations Hongkong, Tel. +852 2899 4889

Media Relations Zürich, Tel. +41 (0) 58 888 8888

Über Julius Bär

Julius Bär ist die führende Schweizer Wealth-Management-Gruppe und eine erstklassige Marke in diesem globalen Sektor, ausgerichtet auf die persönliche Betreuung und Beratung anspruchsvoller Privatkunden. Per Ende Oktober 2019 beliefen sich die verwalteten Vermögen auf CHF 422 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, deren Aktien an der SIX Swiss Exchange (Ticker-Symbol: BAER) kotiert und Teil des Swiss Leader Index (SLI) sind, der die 30 grössten und liquidesten Schweizer Aktien umfasst.

Julius Bär ist in über 25 Ländern und an mehr als 60 Standorten präsent. Mit Hauptsitz in Zürich sind wir an wichtigen Standorten vertreten wie etwa in Dubai, Frankfurt, Genf, Hongkong, London, Luxemburg, Mailand, Mexiko-Stadt, Monaco, Montevideo, Moskau, Mumbai, São Paulo, Singapur und Tokio. Unsere kundenorientierte Ausrichtung, unsere objektive Beratung auf der Basis der offenen Produktplattform von Julius Bär, unsere solide finanzielle Basis sowie unsere unternehmerische Managementkultur machen uns zur internationalen Referenz im Wealth Management.

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