



Twee formidabele bedrijven in luxegoederen

Het Britse Burberry en Franse Kering zijn langetermijnwinnaars met sterke kasstromen.

Foto: Debby Wong / Shutterstock.com

Bedrijven in luxegoederen kampen al enige tijd met zwakkere vraag; met name in Azië houden consumenten de hand op de knip. Dat is het gevolg van de zwakke Chinese munt de yuan tegenover de sterke Amerikaanse dollar, wat importproducten duurder maakt. Daar komen de onzekere vooruitzichten voor de Europese economie nog bij,

**DE ZWAKKE
YUAN EN DE
DURE DOLLAR
MAKEN IMPORT
DUURDER
IN CHINA**

waardoor consumenten hier ook terughoudend zijn. De zwakke euro en het zwakke pond bieden echter ook kansen voor grote Europese exporteurs ten opzichte van met name de Amerikaanse concurrentie. Ook toeristen van buiten Europa hebben hier meer koopkracht door de zwakke euro en pond. Dit geeft Europese luxebedrijven een goede uitgangspositie.

Het openen van nieuwe winkels en groeiende internetverkoop moeten de groeimotoren zijn voor luxebedrijven, maar de luxemerken moeten wel oppassen de exclusiviteit van het merk niet te ver te laten verwateren. Hierna enkele grote Europese luxebedrijven die volgens de criteria van de topbeleggers relatief goedkoop zijn, en prima groeivoorzichten hebben.

