

Luksus og lavkonjunktur – hvilken lavkonjunktur?

Er der sammenhæng mellem luksus og lavkonjunktur? Naturligvis, fortæller teorien os: Luksus er det overflødige vi sagtens kan undvære, så i princippet er luksus det første der ryger, når der skal spares.

Så kan vi glæde os over, at lavkonjunktoren heldigvis ikke har ramt os – endnu i hvert fald. Tager vi antallet af personbiler, så er der i Danmark indregistreret 10% flere de første seks måneder af 2008 sammenlignet med sidste år – mere interessant i den forbindelse er, at de tre tyske ædelmærker, Audi, BMW og Mercedes-Benz har øget deres salg i perioden med næsten 20%. En anden indikator på forbruget er, at danskerne igen i år sætter rekord i udlandsrejser.

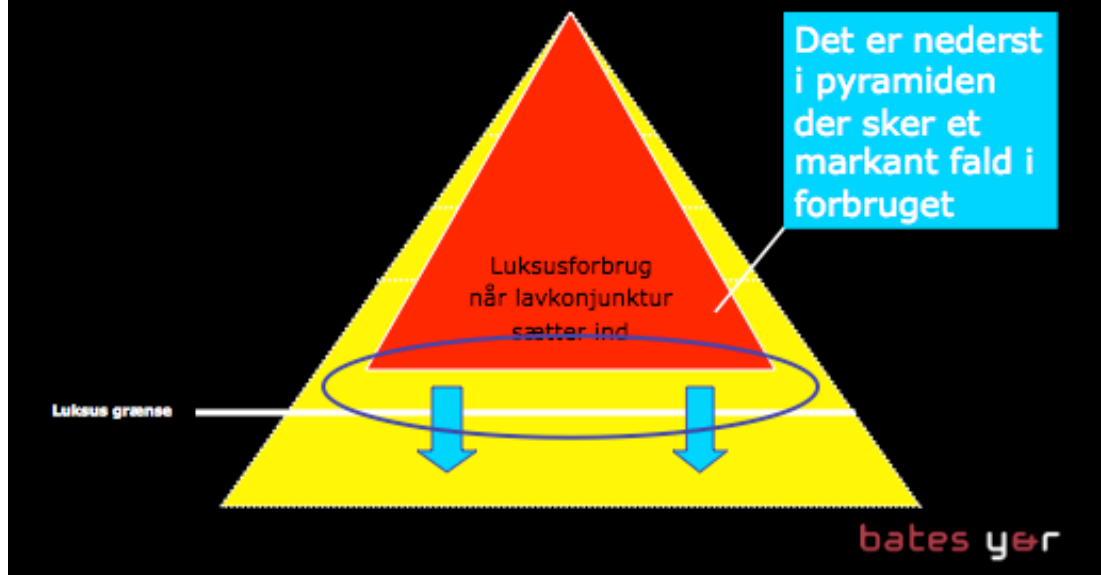
Nu er luksus jo andet end biler og ferierejser, så naturligvis er det ikke entydigt – og grundlæggende handler det om hvor hårdt skoen trykker før der kommer til nedgang i forbruget. Realiteterne er blot ikke som tidligere, hvor tendenserne var langt mere entydige.

En af årsagerne er, at mens en nedgang tidligere kunne mærkes hvor forbrugerne af luksus primært var – i Europa og USA, så kan der i dag være nedgang i den ene del af verden – og vækst i den anden. Noget tyder på, at forbrugerne i Kina, Indien, Mellemøsten, Brasilien og Rusland stadig ikke har ramt forbrugsloftet.

De er heller ikke de samme forbrugere, som mærker at kreditten strammer, som køber ind i de mest eksklusive strøgbutikker. Og her er vi ved det centrale – luksus er ikke én ting, der findes flere behov for luksus jo længere man bevæger sig op i behovspyramiden. Dem der når toppen, mærker måske nok konjunkturerne kradsede vagt på døren, men her betyder udsving i ejendom og formue ikke at man behøver nedsætte forbruget væsentligt – tværtimod er der stil over at køre videre som intet var sket.

Længere nede i hierarkiet møder vi derimod de mange, der har været med på bølgen op, men som nu skal betale prisen for faldende ejendomspriser og voksende energiudgifter. Her får nedgangen i indkomst og formue betydning – det rammer derfor de brands, der har positioneret sig, så de netop kan dække disse forbrugeres behov.

Lavkonjunktur – hvad så?



Figuren viser luksuspyramiden baseret på Maslows behovspyramide, hvor socialt tilhørsforhold ligger nederst, herefter individualisering, lederskab og øverst frihed før den totale selvrealisering. Jo længere man kommer op i hierarkiet, jo mindre lader man sig påvirke af konjunkturerne.

Så det handler altså om, hvilke behov og hvilket forbrug man som luksusbrand betjener – er man hoppet med på bølgen, der handler om at producere luksus til den voksende middelklasse, så er der god grund til at være på vagt. Måske bør man benytte lejligheden til at bevæge sig op i behovshierarkiet – for at betjene dem, der ikke er så afhængige af tidernes ugunst. Blot skal man være klar over at der er færre af dem jo højere man stiger op – alternativt kan man jo se sig om efter nogle af de nye luksusforbrugere i Kina, Indien og Rusland.

Inden fanden for alvor males på væggen, så er vores vurdering, at det i langt mindre grad vil blive luksusvarerne, der kommer til at ryge end ved tidligere konjunkturedgange. Forbrugerne har nemlig fået så meget smag for det søde liv, så spørgsmålet er om ikke det i højere grad bliver endnu flere af de mere almindelige mærkevarer, der enten købes i lidt mindre målestok – eller erstattet med indkøb fra discountbutikkerne. Forbrugerne vil i hvert fald gå langt for at opretholde deres luksusforbrug.