

P R E S S E I N F O R M A T I O N

» Ressort: Mode / Wirtschaft

1 Seite

Ausschnitt aus der TW-Rangliste 2009:

Die Top 20 der europäischen Bekleidungsanbieter

Rang	Unternehmen	Land	Labels	Umsatz 2009 in Mill. Euro	Veränderung in %
1.	Adidas Group	D	Adidas, Reebok, TaylorMade u.a.	4663	-2,3
2.	Esprit*/**	D	Esprit, edc, de.corp	2580	-6,2
3.	Valentino Fashion Group ¹	I/D	Hugo Boss, Valentino, M Missoni, Marlboro Classics (Lizenz) u.a.	1982	-7,5
4.	Benetton-Gruppe	I	United Colors of Benetton, Sisley, Playlife, Killer Loop u.a.	1947	-4,3
5.	Tommy Hilfiger */**	NL	Tommy Hilfiger, Hilfiger Denim, Hilfiger Sports	1658	3,6
6.	Triumph International Holding ²	CH	Triumph, Sloggi, Bee Dees, Hom, Valisiere	1523	2,0
7.	Burberry Group */**	GB	Burberry	1437	-4,8
8.	Multiline Textil	D	Multiline Germany, Miami Beach u.a., Private Label	1407	6,0
9.	PPR/Gucci Group	F/I	Puma, Gucci, YSL, Bottega Veneta u.a.	1387	-5,0
10.	Bestseller-Gruppe */** ³	DK	Vero Moda, Only, Jack & Jones, Selected, Object u.a.	1323	2,0
11.	Only the Brave (+)	I	Diesel, Maison Martin Margiela, Dsquared ² , Vivienne Westwood u.a.	1300	-4,4
12.	Pentland Group	GB	Speedo, Berghaus, Ellesse, Boxfresh u.a.	1268	-2,6
13.	LVMH-Gruppe (+)	F	Louis Vuitton, Fendi, Marc Jacobs, Donna Karan u.a.	1260	5,0
14.	Max Mara Fashion Group (+)	I	Max Mara, Marina Rinaldi, Marella u.a.	1166	-6,7
15.	Calzedonia	I	Calzedonia, Intimissimi	1006	13,3
16.	Devanlay (+)	F	Lacoste	900	-3,2
17.	S.Oliver Group	D	S.Oliver, QS by S.Oliver, Comma	893	9,4
18.	Giorgio Armani (+)	I	Giorgio Armani, Emporio Armani u.a.	888	-6,3
19.	Miro Radici AG	D	Apanage, Steilmann, Stones, Kapalua, Kirsten, Erica Rössler u.a.	840	±0
20.	Miroglio Fashion	I	Motivi, Elena Mirò u.a.	768	-0,5

(+) = Umsatz geschätzt *Geschäftsjahr 2009/10 - **Geschäftsjahr 2008/09 - ***Geschäftsjahr 2007/08

¹ Konzernumsatz mit Bekleidung und Schuhen

² Umsatzrückgang in Berichtswährung

³ Netto-Wholesale-Umsatz mit Bekleidung

Quelle: TextilWirtschaft

Die TW-Rangliste der europäischen Bekleidungslieferanten mit Umsätzen ab 75 Mill. Euro erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Angaben beruhen auf Firmenauskünften sowie Veröffentlichungen im Bundesanzeiger und in der Presse. Die Zahlen werden mathematisch gerundet ohne Komma angegeben. Die Umsätze sollten sich auf die Netto-Erlöse mit Bekleidung, Wäsche, Strümpfen, Bademode und textilen Accessoires beziehen. Einige Umsätze wurden geschätzt und mit (+) markiert. Die Umrechnung in Euro erfolgte auf Basis der EZB-Kurse.