

UNTERNEHMEN | Donnerstag, 16. August 2012, 16:16 Uhr

US-Kunden schieben Wal-Mart an

Von BARBARA MILLNER



Reuters

Vor allem mit Preissenkungen lockte Wal-Mart zuletzt mehr Kunden in seine Läden. Hier ein Supermarkt in Chicago.

Die Kaufkraft der US-Bürger hat dem weltgrößten Einzelhändler [Wal-Mart](#) zu mehr Umsatz und Gewinn verholfen. Das US-Unternehmen lockte vor allem mit Preissenkungen. Das zahlte sich im zweiten Quartal aus. Das Marktumfeld ist durch einen harten Wettbewerb geprägt. Die hohen Benzinpreise und der immer noch schwache Arbeitsmarkt sorgen dafür, dass gerade die

Hauptzielgruppe von Wal-Mart, die einkommensschwache Schicht, besonders auf Geld schaut.

Flächenbereinigt, also Neueröffnungen und Schließungen herausgerechnet, kamen die amerikanischen Wal-Mart-Läden auf ein Umsatzwachstum von 2,2 Prozent. Auch im laufenden Quartal soll es weiter aufwärts gehen.

Das internationale Geschäft stellte CEO Mike Duke ebenfalls zufrieden. Zuletzt kauften vor allem in Großbritannien mehr Verbraucher in den Asda-Läden der Gruppe. Allerdings liefert die Region International weniger als ein Viertel der Einnahmen. Konzernweit legte der Nettoumsatz im zweiten Geschäftsquartal, das am 31. Juli endete, um 4,5 Prozent auf 113,5 Milliarden US-Dollar zu. Jede Woche betreten weltweit mehr als 200 Millionen Kunden eines der gut 10.000 Geschäfte des Konzerns. Im vergangenen Jahr brachten sie Einnahmen von insgesamt rund 444 Milliarden Dollar.

Unter dem Strich verblieb Wal-Mart auch dank der Kostenkontrolle ein Gewinn je Aktie von 1,18 Dollar, 9 Cent

mehr als im Vorjahr. Seinerzeit hatten Sonderfaktoren das Ergebnis um 3 Cent geschmälert. Die Ergebnisse seien im Vergleich zum letzten Quartal ordentlich, zeigten aber eine minimale Verlangsamung, zeigte sich Analyst John Tomlinson weitgehend überzeugt.

Auch der Umsatz lag zum größten Teil im Rahmen der Erwartungen von Analysten. Enttäuscht hat unterdessen die Aussage des Konzerns aus Bentonville zum dritten Quartal. In den laufenden drei Monaten würde die Konsensprognose möglicherweise nicht erfüllt, teilte Wal-Mart mit. Das Unternehmen rechnet mit 1,04 bis 1,09 Dollar Gewinn je Anteilsschein.

Die Aktie gibt zu Handelsbeginn in New York um rund drei Prozent nach. Seit der Veröffentlichung der Erstquartalszahlen vor drei Monaten haben sie allerdings um gut ein Viertel zulegt.

Für das Gesamtjahr ist der Wettbewerber von [Metro](#), [Carrefour](#) und [Tesco](#) nun etwas zuversichtlicher. 2012 soll ein Gewinn je Aktie von 4,83 bis 4,93 Dollar erzielt werden, bisher reichte die Spanne von 4,72 bis 4,92 Dollar.

Unterdessen läuft die Untersuchung wegen möglicher Korruption in Mexiko weiter. Die mexikanische Tochter des Einzelhändlers, [Wal-Mart de Mexico](#) SAB, ist mit rund 2.100 Läden die größte Auslandstochter. Zusammen mit China und Großbritannien lieferte Mexiko im vergangenen Jahr den höchsten Umsatzzuwachs. Nun wird untersucht, ob der Aufstieg in Mexiko durch Bestechung erreicht wurde. Wal-Mart hatte im April bestätigt, dass interne Untersuchungen eingeleitet wurden.

Bei Verstößen gegen den Foreign Corrupt Practices Act, das Gesetz, das US-Unternehmen Bestechungen im Ausland verbietet, drohen hohe Bußen. Für Wal-Mart könnte sich die Buße auf bis mindestens eine Milliarde Dollar belaufen, schätzt Usha Haley, Professor am Economic Policy Institute in Washington.

—Mitarbeit: Matthias Goldschmidt

Kontakt zum Autor: barbara.millner@dowjones.com

Copyright 2012 Dow Jones & Company, Inc. Alle Rechte vorbehalten

Dieses Textmaterial ist ausschließlich für Ihre private, nicht kommerzielle Nutzung. Die Verbreitung und die Nutzung dieses Materials unterliegt unserem Abonnentenvertrag und ist urheberrechtlich geschützt.