



Kaum Konsum bei Wal-Mart

Der Konsum in den USA steht für annähernd zwei Drittel der Wirtschaftsleistung des Landes. Deswegen wird die Entwicklung aller Informationen rund um den Konsum von Anlegern weltweit mit Argusaugen beobachtet. In den letzten Wochen allerdings nützte auch das scharfsichtigste Beobachten der einschlägigen Indizes wenig. Mal wurden die Zahlen zum privaten Konsum nach oben korrigiert, wie zuletzt Ende September für das zweite Quartal, gleichzeitig fiel der Index des Verbrauchervertrauens deutlich zurück, nur um kurze Zeit später dann doch wieder etwas besser auszufallen, als erwartet. Dafür ging es bei den Einzelhandelsumsätzen im August und September wieder abwärts. Und auch wenn man die im Dow Jones enthaltenen Konsumaktien als Maßstab nimmt, ist eher Pessimismus angesagt. Der Aktienkurs von McDonald's tritt seit vier Jahren auf der Stelle, die Kurse von Procter & Gamble oder Johnson & Johnson verbreiten ebenfalls keinerlei Esprit.

Und am letzten Mittwoch verstärkte das Debakel beim weltgrößten Einzelhändler Wal-Mart den Eindruck, dass sich der vielerorts propagierte Aufschwung beim durchschnittlichen US-Verbraucher nicht so richtig einstellen will. Denn Wal-Mart schockte die Börse mit einer deutlichen Gewinnwarnung. Statt steigender Gewinne, wie die Mehrheit der Analysten erwartet hatte, kündigte Konzernchef Doug McMillon einen Ergebnisrückgang von sechs bis zwölf Prozent an. Die Börsianer quittierten die enttäuschenden Prognosen mit den höchsten Kursabschlägen seit 27 Jahren. Statt 270 Milliarden US-Dollar, wie zu Jahresbeginn, bringt das Dow-Jones Schwergewicht nun nur noch 190 Milliarden Dollar in den Börsenring. Da nützte auch das Allheilmittel Aktienrückkauf nichts mehr. Denn die Ankündigung eines 20 Milliarden Kaufprogramms für eigene Aktien ging diesmal im Tumult der Investoren völlig

unter. Neben den Unsicherheiten über die Konsumlust der Amerikaner finden sich bei dem Mega-Diskonter aber auch eigene Versäumnisse in der Liste der Gründe für den Börsenabsturz. So hat Wal-Mart das Internet schlicht verschlafen und wurde von den Internetgrößen wie Amazon dafür abgestraft. Nun will der Konzern aus Arkansas über eine Milliarde Dollar in den E-Commerce pumpen, etwa um seinen Abholservice weiter auszubauen und die Logistik zu verbessern.

Bei den Lohnkosten musste Wal-Mart kürzlich Zugeständnisse machen und den Mindestlohn auf neun Dollar pro Stunde erhöhen. Ob sich die Mitarbeiter darüber aber so richtig freuen können? Als Reaktion auf die schlechten Ergebnisse kündigte McMillon nämlich erwartungsgemäß massive Entlassungen an. Und natürlich schlägt sich Wal-Mart, wie so viele andere US-Unternehmen, mit dem deutlich gestiegenen US-Dollar herum, der Erlöse in anderen Währungsgebieten deutlich schmälert. All diese Erklärungen helfen Konzernchef Doug McMillon zurzeit nicht. Die Analysten, die Investoren und nicht zuletzt die Wirtschaftspresse sind auf den seit Februar 2014 im Amt befindlichen 45-jährigen nicht gut zu sprechen. Denn bereits im August dieses Jahres veröffentlichte Wal-Mart schlechte Zahlen, was den Kurs der Aktie deutlich fallen ließ. Kein Wunder, dass die erfolgsorientierte Wirtschaftspresse in den USA den Konzernchef damit konfrontierte und nicht vergaß darauf hinzuweisen, dass die Aktionäre unter seiner Ägide mit der Wal-Mart Aktie Geld verloren hätten. Nach dem neuerlichen Debakel senkte auch eine Reihe von Analysten den Daumen über dem Wert.