

IMMOBILIEN ZEITUNG

MÄRKTE | 24.01.2013

GLOBALER EINZELHANDEL

Handel trotz Krise

VON MELANIE AGNE

**Größte Einzelhändler der Welt:
Wal Mart weit enteilt**

Rang/ Unternehmen	Sitz	Ertrag 2011 (Mrd. USD)	Gewinn 2011 (Mrd. USD)
Wal Mart Stores	USA	446,950	16,387
Carrefour	F	113,197	0,563
Tesco	UK	101,574	4,502
Metro	D	92,905	1,032
The Kroger	USA	90,374	0,596
Costco Wholesale	USA	88,915	1,542
Schwarz (Lidl und Kaufland)	D	87,841	k.A.
Aldi Nord Süd	D	73,375	k.A.
Walgreen	USA	72,184	2,714
The Home Depot	USA	70,395	3,883

Die weiteren deutschen Unternehmen: Edeka (Platz 15), Rewe (19), Otto (74), Tengelmann (88), C&A (121), dm (134), Globus (137), Rossmann (141), Bauhaus (167), Deichmann (181), Celesio (182), Douglas (192), Karstadt (199), Praktiker (203), Hornbach (223), Norma (235).
© Immobilien Zeitung; Quelle: Deloitte

Grafik: IZ

Trotz DAX-Abstieg behauptet sich Metro weltweit als viertertragsreichster Handelskonzern. Die Schwarz-Gruppe folgt auf Rang sieben, Aldi auf Rang acht. Zwar wuchsen die Erträge der deutschen Unternehmen schneller als zuvor, die Profitabilität blieb jedoch unterdurchschnittlich.

Das Weltwirtschaftsklima ist für den Handel nicht eben vielversprechend: Unsicherheit in Europa, zögerliche Erholung in den USA, Japan vor einer erneuten Abwärtsspirale und auch die Wachstumsraten der Emerging Markets fallen nicht mehr so üppig aus. "In diesem Umfeld müssen sich die Händler behaupten - das tun sie überraschend gut", findet Peter Thormann, Partner und Leiter Consumer Business bei Deloitte, anlässlich der Vorstellung der Studie "Global Powers of Retailing".

Rossmann steigt auf, Karstadt ab

Betrachtet man die deutschen Unternehmen, verteidigte Metro seinen vierten Rang. Im Vergleich zum Vorjahr konnten sich einige deutsche Unternehmen in der Liste nach vorne arbeiten: so z.B. Aldi (von 10 auf 8), Edeka (von 16 auf 15), dm (von 136 auf 134), Rossmann (144 auf 141), Bauhaus (171 auf 167) und Deichmann (189 auf 181). Um mehrere Plätze zurückgefallen sind hingegen Rewe (von 12 auf 19), Otto (67 auf 74), C&A (108 auf 121), Globus (131 auf 137), Karstadt (180 auf 199) und Hornbach (215 auf 223).

Der Gesamtertragszuwachs der zehn stärksten Unternehmen lag mit einem Plus von 4,4% etwas niedriger als der der Top 250. Die 250 ertragsstärksten Einzelhändler agierten im Jahr 2011 profitabel, konnten Deloitte zufolge ihre Profite gegenüber 2010 jedoch nicht signifikant steigern. Ihre Nettogewinnmarge lag 2011 wie im Jahr zuvor bei 3,8%. Der Return on Asset stieg von 5,8% im Jahr 2010 auf 5,9% im Jahr 2011.

Betrachtet nach Segmenten blieb der Textil- und Modehandel der profitabelste Handelsbereich. Allerdings konnten die Anbieter schnell drehender Konsumartikel erstmals mit 5,6% einen höheren Ertragszuwachs verbuchen als der Textil- und Modehandel. Die 50 am schnellsten wachsenden Unternehmen steigerten ihre Erträge insgesamt um 22%, die Margen wuchsen um 8,4%. Vor allem Russen und Chinesen sind hierbei überproportional stark vertreten.

Deloitte hat bei der Studie erstmals statt einer Umsatzerfassung für das Ranking eine Ertragsanalyse erstellt. Die Rangfolge sei zwar mit denen der Vorjahre vergleichbar, insgesamt fließen Deloitte zufolge aber mehr Umsätze als die des reinen Kerngeschäfts mit ein, etwa Einnahmen aus Kundenkarten mit Kreditkartenfunktion.