

Uniqlos internationaler Umsatz überholt seinen Inlandsmarkt Japan

Von [Sandra Halliday](#) - 12. Oktober 2017

Das laufende Geschäftsjahr (Stichtag: 31. August) könnte einen Meilenstein in der Geschichte der japanischen Unternehmensgruppe Fast Retailing darstellen. Wie der Mutterkonzern von Uniqlo am Donnerstag erklärte, dürfte der im Ausland erzielte Umsatz die Ergebnisse aus dem Inlandsmarkt erstmals übertreffen.



Uniqlo

Für Fast Retailing ist dies ein bedeutendes Ereignis. Denn die internationalen Ambitionen von Uniqlo mussten in den vergangenen Jahren mehrere Rückschläge hinnehmen, sie feierten jedoch auch Erfolge.

Doch die Zeit der Misserfolge scheint weitgehend hinter dem Konzern zu liegen, denn die Gewinnerwartungen für das laufende Geschäftsjahr liegen auf Rekordhöhe, nachdem sich der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelte.

Fast Retailing erzielte im vergangenen Geschäftsjahr einen Nettogewinn von JPY 119 Mrd. (EUR 890 Mio.), der Umsatz stieg um 4,2 Prozent auf JPY 1.861 Mrd. (EUR 14 Mrd.). Das langsame Umsatzwachstum ließ sich teilweise durch den schwachen Binnenabsatz erklären. International jedoch schnitt das Unternehmen gut ab, nicht zuletzt durch den schwachen Yen.

Der Betriebsgewinn verbesserte sich gestützt auf die Kostensenkungen um fast 39 Prozent auf JPY 176 Mrd. (EUR 1,32 Mrd.). Die verschiedenen internationalen Einheiten vermeldeten eine gemischte Gesamtleistung. In den USA beispielsweise verzeichnete der Konzern weiterhin Verluste, wenn auch nur halb so viel wie im Vorjahr. Insgesamt konnte der Betriebsgewinn bei Uniqlo im Ausland fast verdoppelt werden, wobei insbesondere in China, Asien und Ozeanien gute Ergebnisse erzielt wurden. In Japan wurde jedoch angesichts steigender Kosten ein Rückgang um 6 Prozent festgestellt.

Für das Unternehmen verbesserte sich die Bruttogewinnmarge des Nettoumsatzes "nach der Umstellung auf eine deutlich konsequentere Rabattpolitik" merklich. "Wir werden Maßnahmen ergreifen, um alle Prozesse zu überarbeiten, einschließlich der Planung, Produktion, Logistik und des Verkaufs", so CEO Tadashi Yanai. "Wenn wir dem Nichtstun verfallen, gehen wir auf Talfahrt".

Doch er erwartet in nächster Zukunft keine solche Talfahrt, nicht zuletzt aufgrund des vielversprechenden internationalen Wachstums. Der Anteil im Ausland erzielter Geschäfte verbesserte sich von 22 Prozent im Geschäftsjahr 2013 auf 38 Prozent im vergangenen Jahr. Mit Jahresfrist dürfte der internationale Umsatz den Inlandsmarkt überholen. Das Unternehmen rechnet mit Rekordumsätzen und Rekordgewinnen.

In Japan bleibt der Absatz schwach, doch ergreift das Unternehmen konkrete Maßnahmen, um die Onlineverkäufe im laufenden Jahr um 30 Prozent zu verbessern. Dies dürfte sich positiv auf die Geschäftstätigkeit auswirken. Yanai deutete auch die Möglichkeit einer externen Online-Partnerschaft an.

Daraus ergibt sich laut Gewinnprognose des Unternehmens für das laufende Geschäftsjahr ein erwarteter Reingewinn in Höhe von JPY 120 Mrd. (EUR 901 Mio.) und ein Umsatz von JPY 2.005 Mrd. (EUR 15 Mrd.). Fast Retailing startet zu Recht mit Zuversicht ins neue Jahr.

Von [Sandra Halliday](#)

Übersetzt von [Aline Bonnefoy](#)

