

Energiekosten en stakingen kosten Ahold Delhaize flink marge

ZAANDAM – De onderliggende operationele marge van Ahold Delhaize in Europa is in het eerste kwartaal uitgekomen op 2,8 procent. Dit is een afname van 0,7 procentpunt ten opzichte van vorig jaar.

Ahold Delhaize kwam vanmorgen met de resultaten over het eerste kwartaal. Een van de punten waar analisten in voorbeschuwingen naar keken was de ontwikkeling van de marge bij Ahold Delhaize, met name in Europa. De daling naar 2,8 procent in de Europese winkels wordt deels gecompenseerd door betere prestaties in de Verenigde Staten. Daardoor kwam Ahold Delhaize als geheel uit op een percentage van 4 procent, 0,2 procentpunt minder dan vorig jaar. Zoals altijd presenteert Ahold Delhaize zijn cijfers geconsolideerd over grote geografische gebieden, waardoor het niet mogelijk is om aan te geven hoe de Nederlandse marktleider Albert Heijn heeft gepresteerd.

Marge Ahold Delhaize daalt door energiekosten en stakingen

Ahold Delhaize verklaart de daling van de onderliggende operationele marge door gestegen energiekosten en de effecten van stakingen. Daarbij gaat het niet om de recente stakingen bij de distributiecentra in Nederland, maar de winkelsluitingen als gevolg van het besluit in België om veel Delhaize-filialen te verzelfstandigen. Ondanks de gedaalde marge, omschrijft Ahold Delhaize de resultaten over het eerste kwartaal als solide. De onderliggende nettowinst kwam uit op €593 miljoen, 7 procent meer dan in dezelfde periode vorig jaar. De winstmarges, die laten zien hoeveel cent winst er per euro omzet wordt geboekt, daalden juist iets. De omzet steeg met 9,4 procent tot €21,6 miljard. De goede resultaten in de VS en de gunstige wisselkoers spelen een rol in de verbeterde resultaten.

Omzet Ahold Delhaize komt flink hoger uit

De marge van Ahold Delhaize mag dan iets gedaald zijn, de omzet kwam flink hoger uit. Op jaarbasis ging die met 9,4 procent omhoog van €21,6 miljard. De Verenigde Staten was met €13,5 miljard geografisch het belangrijkste gebied voor het moederbedrijf van Albert Heijn. Ahold bevestigde voor 2023 te blijven rekenen op een onderliggende operationele marge van 4,0 procent of meer, terwijl de onderliggende winst per aandeel vergelijkbaar zal zijn met die in 2022. Online bedroeg de omzet €2,2 miljard,

goed voor een stijging op jaarbasis met 6,9 procent tegen constante wisselkoersen.

Muller: Onze aanpassingen komen goed aan bij consumenten

Topman Frans Muller van Ahold Delhaize is tevreden over de resultaten. 'De aanpassingen die onze merken hebben gedaan in antwoord op de hogere prijsgevoeligheid bij consumenten zijn goed geland.' Hij blikt ook terug op de situatie in België. 'Sommige van onze acties, zoals die van Delhaize België, vergen veel moed en zijn op korte termijn verstorend. Maar ik heb er alle vertrouwen in dat de maatregelen ons succes op lange termijn zullen garanderen.'

Bron: distrifood.nl