

# Tegenvallende cijfers Goodyfoods en Natuurwinkel

26-07-2012 00:00

Wessanen-formules Goodyfoods en Natuurwinkel hebben in het tweede kwartaal een verlies van 1,1 miljoen euro geleden. De omzet daalde, deels door desinvesteringen, met een kwart tot 52 miljoen euro.

“Door de economische omstandigheden zien we dat klanten van beide formules tot 33 procent bezuinigen”, vertelt Wessanen-CEO Piet Hein Merckens. “Bij onze merken in de reguliere supermarkten bezuinigen klanten elf procent.” De zuinigheid van klanten in speciaalwinkels ziet Merckens terug in bezoekfrequentie en de besteding per winkelbezoek.

Dat het niet zo goed gaat met de formules is overigens niet nieuw. Ook in 2010 en 2011 draaiden GoodyFoods en Natuurwinkel al uiterst moeizaam meent analist Richard Withagen van SNS Securities. “Je schrikt als je op een rij zet wat daar in volumes is afgegaan in de afgelopen jaren”, zegt hij. “Dit bedrijfsonderdeel heeft de afgelopen twee jaar zo’n tien procent van de omzet ingeleverd.” Merckens gaf in april tijdens de jaarlijkse aandeelhoudersvergadering al aan dat een ommekeer in het speciaalwinkelkanaal lastig is. Macro-economische ontwikkelingen hebben hier meer invloed op het consumptiepatroon van consumenten.

De concernomzet daalde met 6,4 procent naar 150,8 miljoen euro. Het bedrijfsresultaat daalde van 7,3 miljoen euro in het tweede kwartaal vorig jaar naar 2,2 miljoen dit jaar. De winst kwam uit op 3,1 miljoen euro tegenover 5,4 miljoen in 2011. Wessanen verwacht geen verbetering voor de tweede helft van dit jaar. Daarom gaat het concern kostenbesparingen doorvoeren om de resultaten in alle divisies te verbeteren, onder meer door restricties op het inhuren van nieuw personeel. Het bedrijf gaat geen gebruik maken van een breed herstructureringsprogramma.