

Ahold groeit licht in 2014

15-01-2015 08:05

De totale omzet van Ahold is vorig jaar dankzij zijn internetactiviteiten met een half procent toegenomen naar 32,8 miljard euro. De online omzet nam met 16,7 procent toe, terwijl de overige omzet met 0,1 procent terugliep. Dat blijkt uit donderdag gepubliceerde jaarcijfers van het retailconcern.

Ahold boekte vorig jaar 1,3 miljard euro online omzet, bijna vier procent van de totale omzet. De webverkopen namen in het vierde kwartaal met 14,7 procent toe.

Inclusief de winkelactiviteiten nam de omzet in het laatste kwartaal met 7,9 procent toe tot 8,1 miljard euro, onder meer dankzij gunstige wisselkoerseffecten. In Nederland werd 4,5 procent meer verkocht. Ahold schrijft die ontwikkeling toe aan de sterke prestaties van de Albert Heijn-winkels en aan die van AH.nl en bol.com tijdens de feestdagen. De onderliggende operationele marge bij Albert Heijn is in het vierde kwartaal echter afgenomen door het toegenomen aantal prijsacties.

Het marktaandeel van de supermarktketen is over het hele jaar licht verbeterd van 34 naar 34,1 procent, zo blijkt uit cijfers van Nielsen. De online activiteiten en nieuwe winkels zijn daar naar eigen zeggen verantwoordelijk voor.

De totale omzet van de Nederlandse tak groeide over 2014 met 1,8 procent. Ahold zag verder zijn omzet in de Verenigde Staten met 0,6 procent afnemen, terwijl de omzet in Tsjechië met 5,3 procent pluste. In Oost-Europa profiteert het concern van de overname van Spar-winkels, die in het vierde kwartaal een omzetgroei van 32,6 procent veroorzaakte.