

Ahold spreekt van 'sterk tweede kwartaal'

20-08-2015 06:43

Ahold heeft mede dankzij goede prestaties van Albert Heijn zijn omzet flink zien stijgen. In het tweede kwartaal werd voor 8,7 miljard euro verkocht, 17,1 procent meer dan een jaar eerder. Zonder valuta-effecten blijft daar nog drie procent van over, zo blijkt uit de resultaten die Ahold donderdag heeft gepubliceerd.

Ceo Dick Boer is erg tevreden over het 'sterke tweede kwartaal'. Hij zag niet alleen de omzet, maar ook het bedrijfs- en nettoresultaat toenemen. Het bedrijfsresultaat liep op van 260 naar 301 miljoen euro, terwijl de winst toenam van 147 naar 195 miljoen euro.

In Nederland zette Albert Heijn de trend van sterke omzet volgens hem voort met meer transacties, grotere volumes en een groter marktaandeel. Ook de online activiteiten van Ahold in Nederland, bol.com en AH.nl, kenden een goed kwartaal met groei van dertig procent van de consumentenomzet. Doordat er 21 voormalige winkels van C1000 werden omgebouwd en nog eens acht nieuwe vestigingen van Albert Heijn werden geopend, groeide de omzet van Ahold in ons land met 6,8 procent naar 2,89 miljard euro. De identieke omzetgroei kwam uit op 3,4 procent.

In de Verenigde Staten, met 5,4 miljard euro de grootste markt van Ahold, nam de omzet met liefst 22,5 procent op. Het Zaanse concern profiteert daarbij van gunstige wisselkoerseffecten: bij constante wisselkoersen liep de omzet met 0,3 procent terug. Exclusief benzineverkoop lag de omzet 2,1 procent hoger.

Ahold zag zijn omzet in Tsjechië zelfs met 30,7 procent toenemen naar vierhonderd miljoen euro, dankzij de overname van 49 winkels van Spar en 'sterke campagnes'. Daarnaast voerde Ahold er een nieuwe winkelformule in, die een hogere identieke omzetgroei laat zien. De uitrol van die formule wordt versneld, waardoor aan het eind van het huidige kwartaal alle supermarkten zijn omgebouwd.