

Albert Heijn en bol.com blijven groeien

11-11-2015 07:52

Ahold heeft de positieve omzettrend in eigen land in het derde kwartaal verder zien doorzetten. De netto-omzet steeg met 7,4 procent tot 2,8 miljard euro. Dat heeft het moederconcern van Albert Heijn en bol.com woensdag bekendgemaakt.

De positieve omzettrend wordt aangedreven door de kracht van het Albert Heijn-merk, stelt ceo Dick Boer. Het concern is vooral blij met de toename van de identieke winkelomzet, die vier procent bedroeg. Verder nam het aantal transacties toe, groeide het marktaandeel en werd er vooral meer verkocht op de versafdeling.

Bol.com en Albert Heijn Online boekten in het derde kwartaal allebei zo'n dertig procent meer consumentenomzet. Ahold investeert dan ook flink in zijn online activiteiten, om zijn leidende positie te versterken. De marge van Ahold valt daardoor dit jaar waarschijnlijk 25 basispunten lager uit.

Ahold zag zijn totale omzet wereldwijd met liefst dertien procent toenemen tot 8,44 miljard euro, vooral dankzij een sterke dollar. Zo lag de omzet in de Verenigde Staten 16,6 procent boven die van vorig jaar. Bij constante wisselkoersen liep de omzet van Ahold USA echter met 1,4 procent terug. Het totale concern boekte gecorrigeerd voor wisselkoerseffecten 1,7 procent meer omzet.

Verder nam het bedrijfsresultaat toe van 285 naar 319 miljoen, groeide de winst van 178 naar 189 miljoen en liep de vrije kasstroom op van zeventig naar 230 miljoen euro. "Ahold heeft sterk gepresteerd in het derde kwartaal", concludeert Boer.