Makro lijdt nog steeds miljoenenverlies in België

03-05-2018 09:26

De Belgische winkels van Makro en Metro stonden afgelopen boekjaar 52,9 miljoen euro in het rood. Ook liep de omzet met bijna twaalf procent terug, blijkt volgens De Tijd uit het gezamenlijke jaarverslag.

De omzet daalde van 961 naar 846 miljoen euro. Het verlies is wel minder groot dan een jaar eerder, toen het foodconcern nog meer dan honderd miljoen euro in het rood stond. De teruggelopen omzet is deels te verklaren doordat Makro zijn elektronica-afdelingen heeft uitbesteed aan MediaMarkt. Daarnaast kwamen er minder klanten in de winkels. De directie wijst in een toelichting op de ‘sterke concurrentie en sterke prijsdruk’ en spreekt van ‘een zeer moeilijk jaar voor de distributiesector’.

De cijfers hebben betrekking op zes supermarkten van Makro en elf horecagroothandels van Metro. Het Duitse moederconcern Metro Group investeerde vorig jaar vijftig miljoen euro in zijn Belgische tak, gevolgd door nog eens datzelfde bedrag dit jaar. In 2014 en 2016 verdwenen bij twee ontslagrondes bijna duizend banen. Of de aanhoudende verliezen aanleiding zijn voor een nieuwe herstructurering, wil een woordvoerder niet zeggen.

Makro introduceerde vorig jaar al een nieuw winkelconcept in al zijn Belgische filialen. Daarnaast werd besloten de klantenkaart aan iedereen beschikbaar te stellen, nadat de groothandel erachter kwam dat tachtig procent van de klanten uit consumenten bestaat.

Metro Group gaf onlangs al een winstwaarschuwing af. Door tegenvallende prestaties in Rusland kunnen de

financiële doelstellingen voor dit boekjaar niet meer worden behaald. Hoewel over Makro in ons land geen specifieke cijfers bekendgemaakt zijn, staat de omzet ook hier al langere tijd onder druk.