

DAX
13.666,32
-0,16%

CAC 40
6.430,57
-0,17%

EUR/USD
1,0027 \$
-0,47%

TIENJAARSRENTE
2,484%
-2,51%

BRENT OLIE
93,54 (\$/vat)
-1,59%

GOUD
1.715,25 (\$/t oz)
+2,18%

ZILVER
21,32 (\$/t oz)
-0,27%

Bron: Infront

Ahold boekt winst, prijzen blijven hoog

Zowel de omzet als de winst van Ahold Delhaize groeide flink in het derde kwartaal, maar de winstmarges in Europa staan onder druk. Het concern wil niet alle prijsstijgingen van leveranciers doorberekenen aan de consument, maar het is de vraag of dat lukt.

Robèrt Misset
Amsterdam

Ahold Delhaize, het moederbedrijf van onder meer Albert Heijn, Bol.com en Etos, behaalde in het derde kwartaal een omzet van 22,4 miljard euro en een winst van 696 miljoen euro. Het concern leunt daarbij zwaar op de prestaties in Amerika. Met dank aan de sterke dollar stegen de opbrengsten met 21 procent. Ook zonder de gunstige effecten van de wisselkoersen blijft nog altijd een stijging van 9 procent over.

Toch is er niet alleen reden tot optimisme. 'Ik maak me zorgen over de lagere marge', zegt topman Frans Muller. De winstmarge in Europa zakte naar 3,4 procent, een daling van bijna 1 procentpunt. De hoge inflatie en de oorlog in Oekraïne hebben geleid tot forse prijsstijgingen, die Ahold niet allemaal wenst door te berekenen aan de consument. 'Dat is in de huidige economische situatie onverantwoord', aldus Muller in een toelichting op de kwartaalcijfers.

Ahold Delhaize rekt voor het gehele jaar op meer dan eentiende winstgroei en kondigde tevens aan voor 1 miljard euro aan eigen aandelen in te kopen. Muller wijst daarbij naar een winstuitkering voor het personeel. Daarnaast zal Ahold ook voor 2,5 miljard gaan investeren, waarvan 600 miljoen in Nederlandse winkels. 'Daarom moet die toch al lagere winstmarge in Europa niet nog meer inzakken', stelt Muller. 'Dan zouden die investeringen onder druk komen te staan.'

Voedselprijzen

Ahold-topman Muller en Marit van Egmond, ceo van Albert Heijn, zeggen zich te realiseren dat ze iets hebben uit te leggen aan hun klanten. Koffie, brood, boter, kaas en eieren; de voedselprijzen waren in oktober 14 procent hoger dan in dezelfde maand vorig jaar. Tegelijkertijd groeit de winst.

Muller zei woensdag de consumenten te willen beschermen. 'Ik begrijp de



Boodschappen halen bij de Albert Heijn in winkelcentrum Maxis in Muiden.

Foto Elisa Maenhout

zorgen van de consument als hij in zijn portemonnee kijkt. Maar onze winsten komen uit Amerika en uit de gunstige wisselkoersen. In Europa zijn onze kosten enorm gestegen en krijgen we bovendien stevige prijsverhogingen van onze leveranciers voor onze kiezen. We nemen een deel van die prijsstijgingen op ons, met als gevolg lagere marges in Europa. Gelukkig draagt Amerika bij aan een gezond resultaat, het is ook weleens andersom geweest.'

Muller hekelde de leveranciers die winstmarges van 15 tot 19 procent hanteren. 'We kunnen hun prijsstijgingen vergelijken met onze huismerken. Een houding van take it or leave it zullen we niet accepteren, dan ligt zo'n merk maar niet in onze schappen. Zover willen we het niet laten komen, maar we

hebben dit jaar moeizame gesprekken gevoerd en dat zal komend jaar niet veranderen. Ik verwacht ook dat onze leveranciers hun verantwoordelijkheid nemen.'

Uitdagingen

Retailexpert Paul Moers gelooft niet dat Albert Heijn de prijsstijgingen van de leveranciers kan blijven dempen. 'Die 3,4 procent marge in Europa is nog best knap, de gemiddelde supermarkt scoort 2,5 procent. En daar gaat door de hoge energiekosten en stijgende lonen nog eens anderhalf procent van af. Veel supermarkten opereren op de rand van winst en verlies. Ahold staat onder grote druk van de leveranciers, die hun winstmarges eveneens omlaag zien gaan. Multinationals als Unilever en

Nestlé houden hun winsten overeind door prijzen te verhogen, de supermarkten worstelen daarmee. Maar uiteindelijk moet ook Ahold de hogere kosten doorberekenen en dat bonnetje ligt bij de consument.'

Moers riep de supermarkten al op om de prijzen van de eigen merken blijvend te verlagen. Albert Heijn zegt zijn strategie al te hebben veranderd. De supermarkt scoort nu vooral met de huismerken, zegt ceo Van Egmond. 'Ook wij moesten de prijzen voor bijvoorbeeld koffie verhogen, omdat de leveranciers veel gas verbruiken. Maar die verhogingen waren vaak hoger dan de gasprij. We hebben inmiddels 1.600 prijsfavorieten; zo is ons eigen wasmiddel populair. We zien echt ander koopgedrag bij onze klanten.'

3,4

PROCENT was de winstmarge van Ahold Delhaize in Europa, een daling van bijna 1 procentpunt.

Tegelijkertijd hanteert Ahold Delhaize kostenbesparingen en wordt bij dochteronderneming Etos, met meer dan 500 winkels, een reorganisatie doorgevoerd. Wouter Kolk, ceo Ahold Europa en Indonesië: 'We hebben vaker zware tijden meegemaakt, ook wij zullen de broekriem aantrekken. We proberen nog efficiënter te werken.'

Toch staat Ahold voor grote uitdagingen, voorspelt retailexpert Meurs. 'Die hoge dollar was een cadeautje voor Ahold Delhaize, dat kan volgend jaar weer anders zijn. Het concern doet het goed in Amerika met zijn formules. Ik vermoed dat Ahold daar op overnamepad gaat. Maar voorlopig is het concern in Europa nog lang niet verlost van de prijsverhogingen vanuit de industrie.'

DE KWESTIE

PETER DE WAARD

Is big tech ineens aan het wankelen?



Vijf jaar geleden was Faang het mooiste meisje van de klas. Een fee die de beurs betoverde. Wie als particulier of pensioenfonds daar zijn geld in stak, kon zich rijk gaan rekenen. Faang was het acroniem voor Facebook, Apple, Amazon, Netflix en Google - de big tech of de reuzen van de Nieuwe Economie.

Tijdens de coronacrisis werd Faang volwassen en kreeg een nieuw naam. Het werd Mamaa, een stralende moeder. Reden was dat twee reuzen van naam waren veranderd: Google in Alphabet en Facebook in Meta. Daarnaast was Netflix als streamingsdienst een vreemde eend in de bijt; daarvoor kwam Microsoft in de plaats. Mamaa bestond hierdoor uit de vijf waardevolste beursfondsen ter wereld, elk met een marktwaarde van meer dan 1000 miljard (1 biljoen) dollar - zeg acht keer Shell. Apple alleen al was een duizelingwekkende 3000 miljard waard. Er kwam een heuse Mamaa-index, die op 15 november 2021 een top bereikte van 228 punten.

Eén jaar later blijkt Mamaa tandeloos te zijn, slechte knieën te hebben en last van aller-

lei-aandoeningen. De index is niet opgestoomd naar 500, maar gedaald naar 142.

Het aandeel Apple heeft in die tijd 12 procent verloren en Microsoft 32 procent. Alphabet (Google, YouTube), Amazon en Meta (Facebook, Instagram en WhatsApp) zagen in twaalf maanden de aandelen met respectievelijk 40, 50 en 70 procent in waarde dalen. Alleen al van Meta is 800 miljard dollar aan beurswaarde (vergelijkbaar met het bbp van Nederland) in rook opgegaan.

In absolute getallen is dit het grootste bloedbad in de geschiedenis van Wall Street. Ineens moet big tech reorganiseren, zoals de grootmachten van de oude economie - General Motors, Ford, Goodyear, US Steel, Union Carbide en Eastman Kodak - dat deden in de jaren tachtig van de vorige eeuw. Er vallen massaontslagen en er worden managers de laan uit gestuurd.

Er zijn verschillende redenen voor. In hun pogingen de aandeelhouders te blijven behagen, zijn ze te ver voor de muziek gaan uitlopen. Er zijn te veel mensen aangenomen en er is te veel betaald voor overnames in bedrijven die actief zijn in de metaverse (die toekomstige

virtuele wereld), kunstmatige intelligentie of games. Terwijl de kosten explodeerden, daalde de advertentie-omzet - die met name belangrijk is voor Alphabet en Meta - door de verslechterde economie. Continu waren er mededingings- en privacyproblemen. Daarnaast treft de stijgende rente deze giganten veel harder. Bij de waardering van de aandelen van Mamaa namen beleggers een voorschot op ver in de toekomst liggende winsten. Soms zou gezien het dividend vijftig, zo niet honderd jaar nodig zijn om de aankoop van een aandeel terug te verdienen. De stijgende rente heeft de waarderingmodellen op hun kop gezet. Een obligatie met een rente van 5 procent is al in vijftien jaar terugverdiend. Die is lucratiever geworden. En minder riskant.

Mamaa is geen oud besje, laat staan begraven. Maar ze verkeert in een midlifecrisis en moet tegelijkertijd naar de tandarts, de orthopeed en de internist.

Reageren?

p.dewaard@volkskrant.nl