

Persberichten

25. april 2006

Lekkerland: groei in omzet en winst

- Omzet stijgt met 8,8 procent, winst met 11,9 procent
- Duidelijke omzetstijging in Nederland en België met 6,3 procent
- Vooruitzicht voor 2006: omzetstijging met dubbele cijfers verwacht

In het boekjaar 2005 voerde Lekkerland GmbH & Co. KG de omzet met 8,8 procent op tot € 9.085 miljoen (2004: € 8.354 miljoen). “Zo-wel in West-Europa als in Oost-Europa zijn wij duidelijk in omzet gegroeid. Dit is het resultaat van onze consequente expansiestrategie: enerzijds door de consolidering in het westen en anderzijds door de overname van groothandelaren in convenience producten in Midden- en Oost-Europa”, verklaarde Christian Berner, Chief Executive Officer van Lekkerland, tijdens de persconferentie ter gelegenheid van de presentatie van de jaarrekening.

De jaarrekening van de groep werd voor het eerst volgens IFRS opgesteld; naast Duitsland werden de dochterondernemingen in Nederland, België, Spanje, Tsjechië, Oostenrijk, Hongarije, Zwitserland en Slowakije in de geconsolideerde jaarrekening opgenomen.

Het resultaat vóór rente, belasting en afschrijving (EBITDA) ligt met € 160 miljoen 3 procent boven het resultaat van het vorige jaar. Het bedrijfsresultaat (EBIT) nam met 3,6 procent toe tot € 115 miljoen. De nettowinst van € 90 miljoen lag 11,9 procent boven de nettowinst van het vorige jaar (€ 80,4 miljoen), een toename vóór consolidatie die vooral op het goede resultaat in Duitsland (€ 81,9 miljoen) is te rug te voeren. De overige landen droegen vóór consolidatie 25,9 procent (€ 13,6 miljoen) bij aan de winst. Het aantal medewerkers nam met 234 toe tot 6.592.

Alle assortimenten dragen bij aan de winst

Tabaksartikelen liggen in Europa politiek nog steeds onder vuur. In september 2005 werd de tabaksaccijns in Duitsland opnieuw verhoogd met 1,2 eurocent per sigaret. In andere Europese landen beperken de regeringen het roken op bepaalde plekken, bijvoorbeeld in Tsjechië en Spanje. Ondanks deze moeilijke marktomstandigheden wist Lekkerland de tabaksomzet met 9,5 procent op te voeren tot € 7.091 miljoen. De omzet in het segment Food/Non-Food steeg met 5,9 procent tot € 1.964 miljoen. Een positieve uitwerking ging daarbij vooral uit van de omzetstijgingen in Spanje en Tsjechië als gevolg van het aantrekken van nieuwe klanten en het ontsluiten van nieuwe assortimenten. De ontwikkeling bij Provisies prepaid beltegoeden / Overige was positief. Hier boekte Lekkerland met € 222 miljoen een stijging van 8,3 procent. Deze omzetten

weerspiegelen de provisie-baten uit prepaid beltegoeden (e-loading).

Buitenlands aandeel in de omzet stijgt

In Hongarije en Zwitserland werden de meerderheidsaandelen eind 2004, in Oostenrijk begin 2005, overgenomen; daarom zijn deze ondernemingen voor het eerst in de balans opgenomen. Duitsland is met € 5.792 miljoen goed voor 62 procent van de totale omzet. Nog eens 36 procent kwam, met een omzet van € 3.355 miljoen, van de overige Westeuropese landen. De Oosteuropese landen droegen met € 130 miljoen de resterende 2 procent bij aan de totale omzet van de groep.

Duitsland groeit verder

Ondanks de over de hele linie zwakke consumptieve vraag en de minder frequente bezoeken van klanten aan benzinestations vanwege duidelijk gestegen brandstofprijzen en de verhoging van de tabaksaccijns, wist Lekkerland de omzet te vergroten. Bij de tabaksartikelen boekte Lekkerland een omzet van € 4.409 miljoen; dit komt neer op een toename van 9,6 procent. In tegenstelling tot de teruglopende omzetontwikkeling op de Duitse sigarettenmarkt (-2,2 procent), bereikte Lekkerland hier een omzetstijging van 4,3 procent. De ontwikkelingen met betrekking tot de benzineprijs en de tabaksaccijns leidden ertoe dat de Food/Non-Food omzet van Duitse benzinestations en kiosken met 3,3 procent licht daalde tot € 1.200 miljoen. In de sector telecommunicatie staat het segment provisiebaten uit prepaid beltegoeden (e-loading) bloot aan steeds scherpere concurrentie, bijvoorbeeld van banken, kortingwinkels en het internet. Niettemin slaagde Lekkerland erin de omzet uit dit segment (provisiebaten) te stabiliseren op € 183 miljoen. De onderneming verhoogde haar aandeel in het elektronisch opwaarderen (e-loading) van beltegoeden, als alternatief voor het aanschaffen van prepaid kaarten, van 62 tot 82 procent; op dit moment beschikt zij over ongeveer 20.000 in Duitse winkels geïnstalleerde opwaardeerterminals (e-loading).

Omzetstijging in Nederland en België

In de rest van West-Europa geven de lokale vestigingen in het Bene-lux-gebied de toon aan met een omzetstijging van 6,3 procent tot € 2.849 miljoen. Bepalend voor de toename in Nederland waren de overname van twee groothandelsmaatschappijen in tabaksartikelen en de omzetgroei op het gebied van beltegoeden. In België ontwikkelden de omzetten in tabaksartikelen zich zeer bevredigend. Aangezien de onderneming alle sigarettenautomaten op tijd heeft omgebouwd naar het Age Coin systeem dat moet voorkomen dat jeugdigen aan sigaretten kunnen komen, kon zij zonder omzetverlies aan de nieuwe wettelijke voorschriften voldoen.

De overige landen ontwikkelen zich sterk

In de rest van West-Europa geven de lokale vestigingen in het Bene-lux-gebied de toon aan met een omzetstijging van 6,3 procent tot € 2.849 miljoen. Alle andere lokale vestigingen waren eveneens in staat hun omzet te verhogen. De grootste groei binnen de landen-groep West-Europa vertoonde Conway Spanje, met een omzetgroei van 15,6 procent tot € 229 miljoen. Hier wist de onderneming belang-rijke nieuwe klanten aan te trekken - in het bijzonder in de fast food industrie. Daarenboven groeide de economie er met 3,5 procent bij-na net zo snel als in de Oosteuropese landen die zijn toegetreden tot de Europese Unie. Oostenrijk droeg € 77 miljoen bij aan de groeps-omzet en Zwitserland wist de omzet met 2,2 procent op te voeren tot € 200 miljoen. In Oost-Europa ontwikkelde vooral de Tsjechische vestiging zich bevredigend. De onderneming boekte in 2005 een omzet van € 114 miljoen. Dit komt overeen met een groei van 10,7 procent ten opzichte van het voorgaande jaar. Slowakije zit met € 4 miljoen in de opbouwfase, waartegenover voor Hongarije met een omzet van € 13 miljoen een lichte teruggang viel te noteren.

Vooruitzicht voor 2006: expansie in heel Europa

Ook het jaar 2006 staat bij Lekkerland in het teken van groei: “Wij zullen de internationale expansie van de Lekkerland groep doelge-richt voortzetten. Samen met onze klanten ontsluiten wij nieuwe lan-den en kunnen wij hen zo de beproefde kwaliteit van Lekkerland ook internationaal aanbieden. Daarbij is onze strategie er aan de ene kant op gebaseerd onze internationaal actieve klanten lokaal te be-dienen met standaards die in heel Europa gelden. Aan de andere kant voorzien wij met regionale producten en diensten in de behoef-ten van de vele lokale, zelfstandige detailhandelaren”, zette Christian Berner uiteen. “Tegelijkertijd openen wij de deur voor onze industrië-le partners, aangezien wij als bemiddelaars tussen hen en onze klan-ten op de nieuwe markten opereren.” In december 2005 heeft Lek-kerland een toeleverancierbedrijf voor de groothandel in Roemenië overgenomen. Begin 2006 verwierf de onderneming in Polen een groothandelonderneming in convenience producten. Daarmee heeft de onderneming zich in zijn thans op drie na sterkste land verzekerd van een toekomstige omzet van circa € 710 miljoen en heeft zij nu in heel Europa ongeveer 7.400 medewerkers in dienst. Deze onderne-mingen zijn, evenals de in december 2005 opgerichte Luxemburgse joint venture Conway Fixmer, niet in het geconsolideerde resultaat over 2005 opgenomen.

Voor het jaar 2006 streeft de groep naar een omzetstijging met dub-bele cijfers. “Wij zien een enorm groeipotentieel in Oost- en Midden-Europa. Nochtans kunnen wij onze omzetdoelstelling alleen realise-ren als het economische klimaat in onze grootste markten, Duitsland en de Benelux, bijdraagt aan een positieve ontwikkeling van de con-sumptieve bestedingen in de private sector”, aldus Christian Berner.

Korte karakteristiek van Lekkerland

Lekkerland levert in twaalf Europese landen een compleet assorti-ment aan snoepgoed, drankjes, snacks,

convenience producten, ijs, diepvriesvoedsel, verse producten, tabaksartikelen, telefoonkaarten en non-food artikelen aan 130.700 winkels in benzinestations, kios-ken, winkels voor convenience producten, fast food ketens, tabak-speciaalzaken, drankenspeciaalzaken, warenhuizen, levensmidde-lenbedrijven, bakkerijen en kantines. De onderneming boekte in 2005 een omzet van € 9.085 miljoen.

Kontakt: Inga Koenen ▪ inga.koenen@lekkerland.de ▪ <http://www.lekkerland.com>

Lekkerland GmbH & Co. KG ▪ Europaallee 57 ▪ 50226 Frechen