

Datum: 6 maart 2001

Voor meer informatie: 075 – 659 57 20

# Ahold winst 2000 stijgt 48% naar €1,1 miljard

## Hoofdpunten:

- **Nettoresultaat stijgt 48% naar €1,1 miljard**
- **Bedrijfsresultaat stijgt 61% naar €2,3 miljard**
- **Omzet stijgt 56% naar €52,5 miljard**
- **Winst per gewoon aandeel stijgt 32% naar €1,51**
- **Verwachting winst per gewoon aandeel 2001: 15% hoger, exclusief valuta-invloeden, buitengewone posten en afschrijving van goodwill.**

*Zaandam, 6 maart 2001* - Koninklijke Ahold heeft over 2000 (52 weken) een nettoresultaat behaald van €1,1 miljard (1999: €752 miljoen), een stijging van 48%. Het bedrijfsresultaat nam toe met 61% tot €2,3 miljard (1999: €1,4 miljard) en steeg tot 4,3% van de netto-omzet (1999: 4,2%). De winst per gewoon aandeel steeg met 32% tot €1,51 (1999: €1,14). Exclusief valuta-invloeden, met name het effect van de hogere gemiddelde omrekenkoers van de Amerikaanse dollar, steeg de winst per gewoon aandeel met 19%.

De geconsolideerde omzet groeide met 56% tot €52,5 miljard (1999: €33,6 miljard). Het bedrijfsresultaat voor afschrijvingen (EBITDA) groeide met 51% tot €3,5 miljard (1999: €2,3 miljard). EBITDA bedroeg 6,6% van de netto-omzet (1999: 6,8%). Het nettoresultaat na aftrek van preferent dividend bedroeg €1,1 miljard (1999: €740 miljoen).

## Commentaar Ahold President Cees van der Hoeven

Ahold President Cees van der Hoeven zei in een commentaar: 'Dit is het 13e opeenvolgende jaar waarin onze nettowinst sterk is gegroeid. Ahold heeft in deze 13-jarige periode altijd aan de verwachtingen voldaan of ze overtroffen en we hebben geen plannen om daarvan af te wijken. De resultaten over 2000 geven aan dat onze multi-channel strategie uitstekend functioneert. Onze autonome omzetgroei in 2000 bedroeg 6,6% en ons bedrijfresultaat groeide autonoom met 13,6%. Alle nieuwe acquisities hebben uitstekend gepresteerd. We waren van plan de omvang van onze onderneming tussen 1999 en 2002 te verdubbelen, maar het ziet er nu naar uit dat dit al aan het eind van 2001 nagenoeg het geval zal zijn. De omzet zal dit jaar uitkomen op circa €65 miljard. We zien de toekomst met vertrouwen en optimisme tegemoet.'

## Resultaten 4<sup>e</sup> kwartaal èn gehele jaar 2000 in vergelijking met 1999

x 1 miljoen Euro	4 <sup>e</sup> kwartaal			gehele jaar		
	2000	<i>toename in %</i>	1999	2000	<i>toename in %</i>	1999
Omzet	15.290,5	78,2	8.580,0	52.470,8	56,3	33.560,4
EBITDA	1.064,8	66,2	640,8	3.455,8	51,4	2.282,8
In % omzet	7,0		7,5	6,6		6,8
EBIT	733,7	74,6	420,1	2.274,1	60,7	1.414,7
In % omzet	4,8		4,9	4,3		4,2
Nettoresultaat	370,0	56,0	237,2	1.116,0	48,4	752,1
Nettoresultaat na preferent dividend	361,9	54,5	234,3	1.098,6	48,5	739,9
Winst per gewoon aandeel in Euro	0,46	29,3	0,36	1,51	32,3	1,14

### Verenigde Staten

x 1 miljoen \$	4 <sup>e</sup> kwartaal			gehele jaar		
	2000	<i>toename in %</i>	1999	2000	<i>toename in %</i>	1999
Omzet	7.581,9	53,7	4.933,5	27.757,2	36,5	20.340,4
Bedrijfsresultaat	360,9	35,4	266,6	1.341,9	34,0	1.001,1

In de Verenigde Staten steeg de omzet met 36% tot USD 27,8 miljard, gedeeltelijk door het in april 2000 overgenomen U.S. Foodservice. De supermarktketens behaalden hogere omzetten; in het bijzonder Stop & Shop en Giant-Landover. De identieke omzetgroei bedroeg 2,1% en de vergelijkbare omzetgroei 2,8%. Het bedrijfsresultaat steeg met 34% tot USD 1,3 miljard, vooral door de consolidatie van U.S. Foodservice. De resultaten van U.S. Foodservice overtroffen de aanvankelijke verwachtingen. Uitgezonderd Edwards, realiseerden alle supermarktketens marktaandeelgroei, betere bedrijfsresultaten, aanzienlijke synergievoordelen en voortgaande kostenbeheersing. In de tweede helft van 2000 zijn 63 Edwards winkels omgebouwd naar de succesvolle Stop & Shop formule. In verband met deze ombouw werd circa USD 30 miljoen ten laste gebracht van het bedrijfsresultaat. Internetkruidenier Peapod behaalde een negatief bedrijfsresultaat van USD 32 miljoen.

### Europa

x 1 miljoen Euro	4 <sup>e</sup> kwartaal			gehele jaar		
	2000	<i>toename in %</i>	1999	2000	<i>toename in %</i>	1999
Omzet	5.027,3	84,7	2.721,7	16.625,0	59,0	10.453,9
Bedrijfsresultaat	243,3	65,6	146,9	669,9	45,9	459,1

In Europa steeg de omzet met 59% tot €16,6 miljard, gedeeltelijk door de consolidatie van de ICA Groep met ingang van het tweede kwartaal. In Spanje werd de stijging van de omzet mede beïnvloed door de overname van de supermarktketen Kampio. Ook in Portugal steeg de omzet. In Tsjechië en Polen nam de omzet voornamelijk toe door de opening van nieuwe supermarkten

en hypermarkten. In Nederland realiseerden Albert Heijn, Schuitema en Deli XL een duidelijke groei van de omzet.

Het bedrijfsresultaat in Europa nam met 46% toe tot €670 miljoen, gedeeltelijk door de consolidatie van de ICA Groep, wiens resultaten aan de verwachtingen voldeden. Ook Nederland, Tsjechië en Spanje droegen bij aan de verdere toename van het bedrijfsresultaat. Mede als gevolg van de kosten voor de implementatie van nieuwe logistieke systemen was het bedrijfsresultaat in Portugal lager dan vorig jaar. Door de hoge kosten samenhangend met veel nieuw geopende winkels was het bedrijfsresultaat in Polen nog negatief.

### Latijns Amerika

x 1 miljoen Euro	4 <sup>e</sup> kwartaal			gehele jaar		
	2000	toename in %	1999	2000	toename in %	1999
Omzet	1.439,5	46,8	980,6	5.081,9	45,3	3.497,2
Bedrijfsresultaat	90,4	178,2	32,5	204,1	111,1	96,7

In Latijns Amerika groeide de omzet met 45% tot €5,1 miljard, gedeeltelijk door de consolidatie van La Fragua in Guatemala. Ook Bompreço in Brazilië, Disco in Argentinië en Santa Isabel in Chili behaalden hogere omzetten.

Het bedrijfsresultaat nam toe met 111% tot €204 miljoen, gedeeltelijk als gevolg van La Fragua, waar de resultaten de verwachtingen overtroffen. De aanmerkelijk hogere resultaten van Bompreço en Disco droegen ook bij aan deze stijging. De resultaten van Santa Isabel over het vierde kwartaal waren positief, maar voor het gehele jaar nog licht negatief.

### Azië

x 1 miljoen Euro	4 <sup>e</sup> kwartaal			gehele jaar		
	2000	toename in %	1999	2000	toename in %	1999
Omzet	104,8	3,4	101,4	402,1	(15,5)	475,8
Bedrijfsresultaat	(3,6)	41,0	(6,1)	(19,8)	51,5	(40,8)

In Azië daalde de omzet met 15% tot €402 miljoen door de verkoop in 1999 van de bedrijven in China en Singapore. Het bedrijfsresultaat was €20 miljoen negatief. In Thailand werd in 2000 een positief bedrijfsresultaat behaald. De bedrijfsresultaten in Maleisië en in Indonesië bleven nog negatief.

### Corporate kosten

x 1 miljoen Euro	4 <sup>e</sup> kwartaal			gehele jaar		
	2000	toename in %	1999	2000	toename in %	1999
	(11,4)	(1,8)	(11,2)	(46,1)	(4,5)	(44,1)

De corporate kosten bedroegen €46 miljoen (1999: €44 miljoen).

## Financiële baten en lasten

x 1 miljoen Euro	4 <sup>e</sup> kwartaal			gehele jaar		
	2000	<i>toename in %</i>	1999	2000	<i>toename in %</i>	1999
	(209,6)	(140,0)	(87,2)	(669,3)	(82,8)	(366,2)

Het saldo financiële baten en lasten nam toe tot €669 miljoen negatief, voornamelijk door de joint venture met de ICA Groep, de acquisitie van U.S. Foodservice en de hogere omrekenkoers van de Amerikaanse dollar. De rentedekking was 3,15 (1999: 3,91). De ratio netto rentedragende schulden/bedrijfsresultaat voor afschrijvingen was 2,42 (1999: 2,0).

## Belastingdruk

De belastingdruk als percentage van de winst voor belastingen was 25,0% (1999: 27,0%), als gevolg van wijzigingen in de samenstelling van het resultaat voor belastingen.

## Vermogenspositie

Het balanstotaal nam in 2000 toe tot €25,5 miljard door de consolidaties van acquisities en door investeringen in bestaande activiteiten. Het eigen vermogen bedroeg ultimo 2000 €2,5 miljard. Aan het eigen vermogen is toegevoegd de opbrengst van de emissie van gewone aandelen (€4,1 miljard), de uitgegeven cumulatief preferente financieringsaandelen (€395 miljoen), de uitgeoefende optierechten (€56 miljoen) en het nettoresultaat over het boekjaar na aftrek van het betaalde preferente dividend en het contante dividend op gewone aandelen (€1,1 miljard). Bij acquisities betaalde goodwill (€5,4 miljard), voornamelijk voor U.S. Foodservice en de ICA Groep, is ten laste van het eigen vermogen gebracht. De goodwill betaald bij de acquisitie van PYA/Monarch en Superdiplo werd in de balans geactiveerd op grond van de in november jl. gepubliceerde Richtlijn voor de Jaarverslaggeving. Het negatieve saldo koersverschillen (€25 miljoen) werd eveneens ten laste van het eigen vermogen gebracht. Het groepsvermogen (eigen vermogen en belang derden) bedroeg ultimo 2000 €3,2 miljard en het garantievermogen bedroeg €5,0 miljard; 19,5% van het balanstotaal.

## Winst vierde kwartaal 2000 stijgt 56% tot €370 miljoen

In het vierde kwartaal steeg het nettoresultaat met 56% tot €370 miljoen (1999: €237 miljoen). Het resultaat per gewoon aandeel steeg met 29% tot €0,46 (1999: €0,36). Het resultaat in euro werd dit kwartaal positief beïnvloed door de hogere gemiddelde omrekenkoers van de Amerikaanse dollar. Exclusief deze invloed steeg de winst per aandeel met 15%.

De geconsolideerde omzet groeide in het vierde kwartaal 78% tot €15,3 miljard (1999: €8,6 miljard), grotendeels door de consolidatie van de ICA Groep en U.S. Foodservice. De autonome omzetgroei bedroeg in het vierde kwartaal 6,9%.

Het bedrijfsresultaat nam toe met 75% tot €734 miljoen (1999: €420 miljoen) en bedroeg 4,8% van de netto-omzet (1999: 4,9%). Het bedrijfsresultaat voor afschrijvingen (EBITDA) groeide met 66% tot €1,1 miljard (1999: €641 miljoen) en bedroeg 7,0% van de omzet (1999: 7,5%).

In de Verenigde Staten steeg de omzet met 54% tot USD 7,6 miljard (1999: USD 4,9 miljard), gedeeltelijk door de consolidatie van U.S. Foodservice, Golden Gallon en Sugar Creek. De supermarktketens realiseerden een sterke identieke omzetgroei van 3,2% en een vergelijkbare

omzetgroei van 4,1%. Het bedrijfsresultaat nam toe met 35% tot USD 361 miljoen (1999: USD 267 miljoen), mede door de consolidatie van U.S. Foodservice. In het vierde kwartaal werd de overgang van de Edwards-winkels naar de Stop & Shop-formule voltooid. Hiervoor werd circa USD 15 miljoen ten laste van het bedrijfsresultaat gebracht. Het resultaat van internetkruidenier Peapod was USD 22 miljoen negatief.

In Europa groeide de omzet met 85% tot €5,0 miljard (1999: €2,7 miljard); gedeeltelijk door de consolidatie van de ICA Groep in Scandinavië en de overname door Schuitema van A&P in Nederland. Het bedrijfsresultaat steeg met 66% tot €243 miljoen (1999: €147 miljoen), gedeeltelijk door de ICA Groep. In Nederland had Albert Heijn een sterk vierde kwartaal. In Tsjechië verbeterde het bedrijfsresultaat fors. In Portugal was het bedrijfsresultaat lager dan vorig jaar. In Polen was het bedrijfsresultaat negatief als gevolg van kosten samenhangend met nieuw geopende supermarkten en hypermarkten.

In Latijns Amerika nam de omzet toe met 47% tot €1,4 miljard (1999: €981 miljoen), gedeeltelijk door de consolidatie van La Fragua in Guatemala. Alle supermarktketens realiseerden hogere omzetten, in het bijzonder Bompreço in Brazilië en Disco in Argentinië. Het bedrijfsresultaat steeg met 178% tot €90 miljoen (1999: €33 miljoen), vooral door de consolidatie van La Fragua. Ook de resultaten van Bompreço en Disco waren fors hoger. Santa Isabel realiseerde over het vierde kwartaal een positief bedrijfsresultaat.

In Azië steeg de omzet met 3% tot €105 miljoen (1999: €101 miljoen). Het bedrijfsresultaat was €4 miljoen negatief (1999: €6 miljoen negatief). In Thailand was het bedrijfsresultaat positief, terwijl in Maleisië en Indonesië de bedrijfsresultaten nog licht negatief waren.

De corporate kosten bedroegen €11 miljoen (1999: €11 miljoen).

Het saldo van de financiële baten en lasten nam toe tot €210 miljoen negatief (1999: €87 miljoen negatief), voornamelijk door de joint venture met de ICA Groep en de acquisitie van U.S. Foodservice. Ook de hogere gemiddelde omrekenkoers van de Amerikaanse dollar droeg bij aan de stijging.

De belastingdruk was 23,3% (1999: 26,7%).

### **Dividendvoorstel 2000**

Voorgesteld wordt om per gewoon aandeel van €0,25 nominaal een dividend uit te keren van €0,63 (1999: €0,49). Hiervan is al €0,18 als interimdividend beschikbaar gesteld. Aandeelhouders kunnen het slotdividend ad €0,45 naar keuze opnemen in contanten of in de vorm van een uitkering van 2% in gewone aandelen ten laste van de agioreserve. Dit dividend zal betaalbaar zijn per 23 mei 2001.

### **Algemene Vergadering van Aandeelhouders**

De Algemene Vergadering van Aandeelhouders vindt plaats op dinsdag 15 mei 2001 om 13.30 uur in het Circustheater te Den Haag. Het jaarverslag over 2000 is beschikbaar vanaf 9 april 2001.

## **Verwachting 2001**

**De Raad van Bestuur verwacht dat in alle werkgebieden de omzetten en bedrijfsresultaten verder zullen toenemen als gevolg van gezonde autonome groei en de bijdrage van recente acquisities. De nettowinst zal naar verwachting sterk hoger zijn. De winst per aandeel zal, exclusief valuta-invloeden, buitengewone posten en afschrijving van goodwill, naar verwachting toenemen met 15%.**

### ***Verklaring van begrippen:***

*Autonome omzet is exclusief omzet van acquisities.*

*Identieke omzet is omzet van uitsluitend dezelfde winkels als in de voorgaande periode.*

*Vergelijkbare omzet is identieke omzet plus omzet uit bestaande, verplaatste winkels.*

*Ahold Public Relations: 075-659 57 20*

*Mobiel: Hans Gobes 06-55 82 22 98; Jan Hol 06-22 93 31 37*

### **Noot voor de redactie, niet voor publicatie:**

**De Raad van Bestuur geeft vanmiddag om 14.00 uur in het Ahold-hoofdkantoor, Albert Heijnweg 1, Zaandam, tijdens een persconferentie een toelichting op de resultaten en vooruitzichten van de onderneming.**

---

*Persberichten van Ahold kunnen informatie bevatten met betrekking tot toekomstige ontwikkelingen. De uiteindelijke resultaten van de onderneming kunnen verschillen van de voorbeschouwende verklaringen, omdat ze beïnvloed kunnen worden door factoren, die buiten de controle van de onderneming vallen.*

---

## Geconsolideerde winst- en verliesrekening van Koninklijke Ahold N.V.

<i>x 1 miljoen Euro</i> <i>(tenzij anders vermeld)</i>	4e kwartaal			boekjaar		
	2000 <i>(12 weken)</i>	toename in %	1999 <i>(12 weken)</i>	2000 <i>(52 weken)</i>	toename in %	1999 <i>(52 weken)</i>
<b>Omzet aan derden</b>						
- Verenigde Staten <i>(in dollars)</i>	\$7.581,9	53,7	\$4.933,5	\$27.757,2	36,5	\$20.340,4
- Europa	5.027,3	84,7	2.721,7	16.625,0	59,0	10.453,9
- Latijns-Amerika	1.439,5	46,8	980,6	5.081,9	45,3	3.497,2
- Azië	104,8	3,4	101,4	402,1	(15,5)	475,8
<b>Totale omzet</b>	<u>15.290,5</u>	<u>78,2</u>	<u>8.580,0</u>	<u>52.470,8</u>	<u>56,3</u>	<u>33.560,4</u>
<b>Bedrijfsresultaat</b>						
- Verenigde Staten <i>(in dollars)</i>	\$360,9	35,4	\$266,6	\$1.341,9	34,0	\$1.001,1
- Europa	243,3	65,6	146,9	669,9	45,9	459,1
- Latijns-Amerika	90,4	178,2	32,5	204,1	111,1	96,7
- Azië	(3,6)	41,0	(6,1)	(19,8)	51,5	(40,8)
- Corporate kosten	(11,4)	(1,8)	(11,2)	(46,1)	(4,5)	(44,1)
<b>Totaal bedrijfsresultaat</b>	<u>733,7</u>	<u>74,6</u>	<u>420,1</u>	<u>2.274,1</u>	<u>60,7</u>	<u>1.414,7</u>
Saldo financiële baten en lasten	(209,6)		(87,2)	(669,3)		(366,2)
<b>Resultaat voor belastingen</b>	524,1	57,4	332,9	1.604,8	53,1	1.048,5
Belasting naar de winst	(122,1)		(89,0)	(401,0)		(283,0)
<b>Resultaat na belastingen</b>	402,0	64,8	243,9	1.203,8	57,3	765,5
Resultaat uit deelnemingen	5,8		5,0	14,6		7,4
Aandeel derden	(37,8)		(11,7)	(102,4)		(20,8)
<b>Nettoresultaat</b>	<u>370,0</u>	<u>56,0</u>	<u>237,2</u>	<u>1.116,0</u>	<u>48,4</u>	<u>752,1</u>
Dividend preferente aandelen	(8,1)		(2,9)	(17,4)		(12,2)

### Ratio's

	4e kwartaal		Geheel 2000	
	2000 <i>(12 weken)</i>	1999 <i>(12 weken)</i>	2000 <i>(52 weken)</i>	1999 <i>(52 weken)</i>
Gemiddeld aantal uitstaande gewone aandelen <i>(x 1.000)</i> <sup>1</sup>	780.268	653.422	729.825	650.564
Resultaat per gewoon aandeel <sup>2</sup>	EUR 0,46	0,36	EUR 1,51	1,14
Verwaterde winst per gewoon aandeel <sup>3</sup>	EUR 0,45	0,35	EUR 1,47	1,11
Bedrijfsresultaat in % van de omzet	4,80	4,90	4,33	4,22
Afschrijvingen <i>(x 1 miljoen)</i>	EUR 331,1	220,7	EUR 1.181,7	868,1
Bedrijfsresultaat voor afschrijvingen <i>(x 1 miljoen)</i>	EUR 1.064,8	640,8	EUR 3.455,8	2.282,8
Bedrijfsresultaat voor afschrijvingen in % van de omzet	6,96	7,47	6,59	6,80
Resultaat na belastingen in % van de omzet	2,63	2,84	2,29	2,28
Gemiddelde omrekenkoers van de euro naar de dollar	EUR 0,87	1,03	EUR 0,92	1,06

<sup>1</sup> De aantallen aandelen zijn herrekend voor stockdividenden

<sup>2</sup> Het resultaat per gewoon aandeel is berekend door het resultaat na aftrek van het dividend op preferente aandelen te delen door het gemiddeld aantal uitstaande gewone aandelen.

<sup>3</sup> Berekend als volgt: Resultaat toekomend aan gewone aandeelhouders, gecorrigeerd voor rentelasten van de converteerbare achtergestelde obligatieleningen. Dit resultaat wordt gedeeld door het gewogen gemiddeld aantal uitstaande aandelen, inclusief het aantal dat zou worden uitgegeven bij de conversie van de converteerbare achtergestelde obligatielening en de uitoefening van de uitstaande optierechten.

## Geconsolideerde balans van Koninklijke Ahold N.V.

<i>x 1 miljoen Euro</i>	31 december 2000 <sup>4</sup>	2 januari 2000 <sup>4</sup>
Liquide middelen	1.336	888
Vorderingen	3.426	1.697
Voorraden	4.100	2.552
Immateriële vaste activa	3.153	291
Materiële vaste activa	12.232	8.394
Financiële vaste activa	1.214	464
	<u>25.461</u>	<u>14.286</u>
Kortlopende schulden	10.221	5.854
Langlopende schulden	8.520	3.797
Voorzieningen	1.760	1.087
Achtergestelde leningen	1.780	860
Belang derden	677	336
Eigen vermogen	2.503	2.352
Groepsvermogen	3.180	2.688
	<u>25.461</u>	<u>14.286</u>
Netto rentedragende schulden	<u>10.940</u>	<u>4.874</u>
Garantievermogen	<u>4.960</u>	<u>3.548</u>

## Ratio's

	31 december 2000	2 januari 2000
Aantal uitstaande gewone aandelen ( <i>x 1,000</i> ) <sup>5</sup>	816.849	653.919
Groepsvermogen/Totaal vermogen in %	12,5	18,8
Garantievermogen/Totaal vermogen in %	19,5	24,8
Omrekenkoers van de euro naar de dollar voor balansposten	EUR 0,94	EUR 1,01
Groepsvermogen/Totaal vermogen in % bij volledige conversie van de converteerbare achtergestelde obligatieleningen	18,9	23,7

<sup>4</sup> Met ingang van het boekjaar 2000 wordt het voorgestelde dividend op gewone aandelen niet als te betalen opgenomen, doch blijft het onderdeel van het eigen vermogen. De ultimo boekjaar 1999 cijfers zijn hiervoor gecorrigeerd.

<sup>5</sup> De aantallen aandelen zijn herrekend voor stockdividend.



**Geconsolideerd overzicht van kasstromen van Koninklijke Ahold N.V.**

<i>x 1 miljoen Euro</i>	<b>2000</b>	<b>1999</b>
<b>Kasstroom uit operationele activiteiten</b>		
Nettoresultaat	1.116,0	752,1
Winsttaandeel derden	102,4	20,8
Afschrijvingen	1.181,7	868,1
Resultaten van niet-geconsolideerde deelnemingen verminderd met uitgekeerde dividenden	(10,9)	(3,3)
Resultaat verkoop deelnemingen	-	1,8
Mutaties in werkkapitaal en voorzieningen	105,1	127,8
Mutaties in latente belastingen	205,6	(37,3)
	<b>2.699,9</b>	<b>1.730,0</b>
<b>Kasstroom uit investeringsactiviteiten</b>		
Netto-investeringen in materiële en immateriële vaste activa	(2.145,5)	(1.613,9)
Verwerving en verkoop van deelnemingen	(9.196,1)	(697,4)
	<b>(11.341,6)</b>	<b>(2.311,3)</b>
<b>Kasstroom uit financieringsactiviteiten</b>		
Saldo mutatie leningen	4.201,5	565,9
Opbrengsten van uitgifte van aandelen	4.541,2	20,8
Uitgekeerd dividend	(56,0)	(46,5)
Mutatie belang van derden	29,3	325,9
	<b>8.716,0</b>	<b>866,1</b>
Omrekenverschillen vreemde valuta	(43,1)	44,2
<b>Saldo kasstromen</b>	<b>31,2</b>	<b>329,0</b>
Liquide middelen begin jaar	887,6	519,4
Inbreng uit acquisities en nieuwe consolidaties	416,8	39,2
<b>Liquide middelen einde boekjaar</b>	<b>1.335,6</b>	<b>887,6</b>

## **Toespraak Ahold President Cees van der Hoeven bij de bekendmaking van de Ahold jaarcijfers over 2000 op 6 maart 2001, Zaandam.**

*Dames en heren,*

We zijn er bij Ahold allemaal trots op dat we opnieuw voortreffelijke kwartaal- en jaarresultaten bekend kunnen maken. De omzet steeg vorig jaar met 56%, het bedrijfsresultaat nam toe met 61%, de nettowinst met 48% en de winst per aandeel met 32%. Ook als we de gunstige valuta-invloeden elimineren, nam de winst per aandeel, conform onze doelstelling, toe met 19%.

Onze bestaande bedrijven hebben over het algemeen uitstekende prestaties geleverd. Vrijwel zonder uitzondering hebben we overal onze marktaandelen vergroot en onze operationele marges verbeterd. In onze huidige markten hebben we uitstekende concurrentieposities, waarvoor we gebruik maken van onze schaalgrootevoordelen, uitwisseling van beste werkmethoden en gerichte aandacht op de lokale klant. We zijn net zo tevreden over de integratie van nieuw overgenomen ondernemingen. U.S. Foodservice overtrof onze verwachtingen en droeg belangrijk bij aan de resultaten. Onze multi-channel strategie krijgt steeds meer vorm en we zijn goed op weg om belangrijke voordelen te behalen uit de samenwerking tussen de twee kanalen: food retail en foodservice. Ook onze nieuwe joint ventures, in Scandinavië met de ICA Groep en in Centraal Amerika met La Fragua, leverden goede resultaten. In beide situaties zijn we duidelijk in staat om aan de verdere groei van deze goed geleide ondernemingen bij te dragen. Inmiddels zijn we ook gestart met de integratie van onze twee meest recente acquisities, PYA/Monarch in de Verenigde Staten en Superdiplo in Spanje. De eerste signalen voor succesvolle integratie zijn uitstekend.

Dames en heren, dit is het 13e opeenvolgende jaar waarin onze nettowinst sterk is gegroeid. Ahold heeft in deze periode altijd aan de verwachtingen voldaan. Waarschijnlijk zullen maar weinigen van u zich ervan bewust zijn dat in de afgelopen tien jaar onze omzet is verzesvoudigd, onze nettowinst vernegenvoudigd en onze marktkapitalisatie 18 keer zo groot is geworden. U zult zich wellicht herinneren dat we in 1995 erg ambitieus klonken, toen we onszelf ten doel stelden om in 2000 een omzet te halen van 50 miljard gulden en een nettowinst van 1 miljard gulden. We hebben dit doel vorig jaar ruimschoots gehaald, maar dan niet meer in gulden maar in Euro's.

Ik ben me ervan bewust dat mijn statement klinkt alsof het nu allemaal voorbij zou zijn. Nu, ik kan u verzekeren dat dit geenszins het geval is en dat we een geweldige toekomst hebben. Daarom wil ik graag vandaag met u op onze visie en strategie ingaan. Maar laat ik eerst stilstaan bij de situatie in de food retail sector.

Vrijwel overal daalt het aandeel van de uitgaven aan voeding als percentage van het bruto nationaal product. Tegelijk blijft de inflatie van de voedingsprijzen lager dan de algemene prijsinflatie. **Tevens groeien de bestedingen aan voeding buitenshuis tweemaal zo hard als aan voeding binnenshuis.** Dit klinkt niet erg bemoedigend, zeker niet in een situatie van afnemende economische groei. Toch zien wij, juist vanuit onze positie, een zeer sterk toekomstperspectief.

In de eerste plaats is dit toe te schrijven aan onze multi-channel strategie. Hiermee bereiken we dezelfde consument op vrijwel alle eetmomenten: thuis, in een restaurant, op het werk, in een ziekenhuis, onderweg of gewoon op straat.

Ten tweede: zowel in de food retail als food service zien we ongekende mogelijkheden voor de groei van ons marktaandeel en voor nieuwe acquisities. Terwijl de concurrentie zich verscherpt, is het duidelijk dat veel bedrijven beter af zijn door samen te werken met een sterke, goed georganiseerde partner in plaats van op lange termijn onafhankelijk te blijven. *Ahold heeft het voordeel dat we een uitstekende staat van dienst hebben in het succesvol integreren van ondernemingen. We handhaven de merknaam, de cultuur, het management en verschaffen tegelijkertijd alle benodigdheden voor snellere winstgroei.* Daarom kunt u meer acquisities verwachten, hoewel we er vandaag geen enkele aankondigen.

Ook vooruitkijkend voelen we ons zeer goed bij onze *multi-channel, multi-brand, multi-format en multi-regional* strategie. Aan de buitenkant lijkt het wellicht alsof we proberen veel dingen tegelijk te doen. Ik kan u echter verzekeren dat onze aanpak heel goed is te managen. Sterker nog, we vinden dit de enige juiste weg om onze klanten te benaderen – waar, wanneer en hoe ze dat ook willen. We bieden hen geen standaardpakket maar maatwerk met een royale keus aan maaltijdmogelijkheden en –oplossingen. Daarmee komen we volledig tegemoet aan de individueel ingestelde klant, wiens behoeften moeilijk voorspelbaar zijn en altijd weer veranderen. Het is onze taak om daarop flexibel in te spelen. De multi-channel strategie heeft onze mogelijkheden hiertoe aanzienlijk verbreed en verschaft een geweldig groeipad voor de toekomst. Er is bepaald geen gebrek aan mogelijkheden; het is meer een kwestie van de juiste kans te grijpen. Onze onderneming is er klaar voor en we zien de uitdagingen met veel vertrouwen en optimisme tegemoet.

Er zijn zes belangrijke punten waarop onze onderneming zich richt:

**Ten eerste:** versterking van de autonome omzetgroei; niet alleen door uitbreiding van vierkante meters, maar door de omzet per bestaande vierkante meter te verhogen. Dat is bepaald een uitdaging in markten waarin het aantal nieuwe winkels harder groeit dan de consumentenbestedingen. We gaan onze assortimenten nog beter dan voorheen afstemmen op de lokale klant. Daarnaast gaan we de klant ook meer diensten aanbieden, mede gebaseerd op de succesvolle klantenkaartprogramma's in veel landen.

**Ten tweede:** we gaan onze marges nog weer verder verbeteren. Niet door de prijzen te verhogen, maar door beter gezamenlijk in te kopen in alle categorieën en meer producten en diensten met toegevoegde waarde aan te bieden.

**Ten derde:** we gaan nog strakker letten op het elimineren van kosten uit de bedrijfsvoering. Al onze processen en activiteiten worden getoetst op twee belangrijke criteria: verhogen ze de tevredenheid van de klant en/of de motivatie van de medewerkers? We zullen dergelijke processen of activiteiten veranderen of overbodig verklaren als ze niet of weinig blijken toe te voegen aan één of beide criteria.

**Ten vierde:** we gaan scherper letten op het efficiënt gebruik van kapitaal, zowel met betrekking tot werkkapitaal als vaste activa. We gaan onze kasstroom beter gebruiken en zullen het beroep op externe middelen verminderen – één en ander gerelateerd aan onze groei.

**Ten vijfde: we zijn ons goed bewust van één van onze meest waardevolle bezittingen, namelijk onze merken. We zullen speciale aandacht besteden aan voortdurende investeringen in de merken van zowel onze winkelketens als onze foodservice-bedrijven.**

**Ten zesde:** we blijven investeren in onze mensen. Management development, training, diversiteit van medewerkers, interne communicatie en actieve deelname in besluitvorming zijn allemaal belangrijke activiteiten, die veel meer aandacht gaan krijgen.

Met al deze programma's is ons bordje goed gevuld. Maar we houden tegelijk ook enkele andere initiatieven in het oog.

Sinds de kennis en ervaring van medewerkers ons belangrijkste bezit is, is Ahold Networking een cruciaal onderdeel van onze strategie. Via intranet wisselen momenteel circa 6.000 medewerkers met elkaar kennis en ervaring uit en zorgen er zo voor dat het geheel van Ahold meer is dan de som der delen. Binnen Ahold Networking is onze onderneming opgedeeld in veertien kennisgebieden, waarin netwerkgroepen actief zijn. Deze groepen hebben duidelijke doelstellingen. Ze moeten onze schaalgrootte in hun voordeel gebruiken, zich toetsen aan belangrijke ratio's en op basis daarvan verbetering doorvoeren en beste werkmethoden uitwisselen. Ahold Networking is een zeer inspirerend initiatief. Het stelt ons in staat om betere resultaten te bereiken en motiveert medewerkers omdat de wereld hun werkterrein wordt.

Ahold is nauw betrokken bij de samenleving, zowel lokaal als op breder niveau. Dat heeft zo z'n eigen uitdagingen. We hebben de leiding genomen in een wereldwijd initiatief om voedselveiligheid te verhogen. Er wordt hard gewerkt aan een serie nieuwe criteria voor de sector en aan gecoördineerde en snelle actie bij incidenten. Ook proberen we de consument alerter te maken. We hebben eveneens verschillende programma's gelanceerd om onze betrokkenheid bij de directe omgeving van onze winkels verder te verhogen. Ahold wil nadrukkelijk een betrouwbare partner in de samenleving zijn. Dit is een vanzelfsprekende consequentie van het feit dat we één van de meest vooraanstaande aanbieders van voeding ter wereld zijn. We zijn er daarnaast van overtuigd dat de beste ondernemingen hun bredere verantwoordelijkheid nemen ten gunste van alle belanghebbenden.

Dames en heren, we zijn trots op onze resultaten en verheugd over onze toekomst. Ahold ligt uitstekend op koers en voorziet aanzienlijke verdere vooruitgang. Ik heb u verteld dat we van plan zijn de omvang van onze onderneming tussen 1999 en 2002 te verdubbelen. Het ziet er inmiddels naar uit dat dit al in 2001 vrijwel het geval zal zijn. Onze omzet voor dit jaar zal naar verwachting uitkomen op circa Euro 65 miljard, exclusief verdere acquisities en uiteraard afhankelijk van valuta-invloeden.

We verwachten voor 2001 dat in alle werkgebieden de omzetten en bedrijfs-resultaten verder zullen toenemen als gevolg van gezonde autonome groei en de bijdrage van recente acquisities. De nettowinst zal naar verwachting sterk hoger zijn. De winst per aandeel zal, exclusief valuta-invloeden, buitengewone posten en afschrijving van goodwill, naar verwachting toenemen met 15%.

Graag wil ik onze 420.000 medewerkers bedanken voor hun grote inzet.

Ik geef nu het woord aan Michiel Meurs voor zijn overzicht van de financiële resultaten.