

Hornbach groeit wéér met dubbele cijfers

22-03-2018 22:29



De geconsolideerde omzet groeide met 5,1% tot € 4,141 mrd. Ook Hornbach Nederland zag de omzet toenemen. Algemeen directeur Evert de Goede laat weten: "We zijn erg tevreden over de omzetontwikkeling. Als Hornbach Nederland hebben we een substantieel aandeel geleverd in de concerngroei. Zowel offline als online, want ook de webshop ontwikkelt zich in een razend tempo. Begin deze maand openden we onze vestiging in Zwolle en op de planning staan bouwmarkten in Apeldoorn, Duiven, Enschede en Nijmegen."

Groei in Duitsland: 1,5% like-for-like

De netto-omzet van haar bouwmarkten in Duitsland, inclusief online retail, groeide in het boekjaar 2017/2018 met 1,5% tot € 2,071 mrd. Op like-for-like basis, d.w.z. exclusief nieuw geopende of gesloten winkels in de afgelopen twaalf maanden, genereerde Hornbach groei in alle vier de kwartalen. De Duitse bouwmarkten hadden gemiddeld vier werkdagen minder dan in het voorgaande jaar. Op de balansdatum exploiteerde Hornbach 98 bouwmarkten in Duitsland (2016/2017: 98).

Netto-omzet Hornbach Baustoff Union groeit met 8,3%

Ook het deelconcern Hornbach Baustoff Union GmbH, actief in de bouwmaterialenbranche, realiseerde een substantiële omzetgroei in het boekjaar 2017/2018. Inclusief de verkopen op twee locaties die pas in het derde kwartaal werden geopend, steeg de netto-omzet bij de 29 groothandelaren in bouwmaterialen met 8,3% tot € 248 mln, na een groei van 4,8% in het voorgaande jaar.

Landen buiten Duitsland groeimotor

Net als in de afgelopen twee jaar hebben de doe-het-zelfretailactiviteiten in de acht landen buiten Duitsland gezorgd voor de meeste groei. Hornbach verhoogde haar omzet hier met gemiddeld 9% tot € 1,820 mrd. Daarmee is het internationale aandeel in de geconsolideerde omzet toegenomen van 45% naar 46,8%. Op like-

for-likebasis en na eliminatie van valuta-effecten verhoogde Hornbach haar verkopen in andere Europese landen met 6,1% in het boekjaar 2017/2018. Dit na een groei van 5,1% in het voorgaande jaar. Inclusief de valuta-effecten steeg de like-for-likeomzet met 5,6% (2016/2017: 4,6%).

Marc Nelissen