nieuws

Unilever laat langetermijndoelstelling los

nieuws

Voedingsmiddelenconcern Unilever heeft zijn doelstelling voor 2010 laten varen. Het bedrijf noemde het "gezien de economische onzekerheid niet gepast" de doelstelling om de brutowinstmarge te verbeteren tot 15 procent, te handhaven. Ook voor het komend jaar gaf het concern donderdag geen concrete verwachting. Unilever, bekend van Knorr, Unox en Dove, verkocht voor 10,15 miljard euro aan producten in het vierde kwartaal, drie procent meer dan een jaar eerder. De jaaromzet bedroeg 40,52 miljard euro. De nettowinst klom met 28 procent naar 5,29 miljard euro.

5 FEBRUARI 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:06

Lees meer over:
voedingsindustrie

Voedingsmiddelenconcern Unilever heeft zijn doelstelling voor 2010 laten varen. Het bedrijf noemde het "gezien de economische onzekerheid niet gepast" de doelstelling om de brutowinstmarge te verbeteren tot 15 procent, te handhaven. Ook voor het komend jaar gaf het concern donderdag geen concrete verwachting.
Unilever, bekend van Knorr, Unox en Dove, verkocht voor 10,15 miljard euro aan producten in het vierde kwartaal, 3 procent hoger dan een jaar eerder. De jaaromzet bedroeg 40,52 miljard euro. De nettowinst bedroeg 5,29 miljard euro, een stijging van 28 procent ten opzichte van een jaar eerder.
De onderliggende omzetgroei kwam in het vierde kwartaal uit op 7,3 procent. Het gaat om de groei tegen constante wisselkoersen en exclusief de aan- en verkopen van bedrijfsonderdelen. Voor heel 2008 wist Unilever een percentage van 7,4 te behalen, iets hoger dan de gemiddelde verwachting van analisten. In oktober zei Unilever te verwachten dat de onderliggende omzetgroei "ruim boven" de gestelde marge van 3 tot 5 procent zou uitkomen.

Unilever wist de hogere omzet in de laatste drie maanden met name te realiseren door prijzen van producten te verhogen. De volumes daalden met 1,6 procent. Unilever had vorig jaar veel last van gestegen grondstofprijzen. Die stegen in een jaar met 2,7 miljard euro. Unilever berekende deze gestegen kosten door in zijn producten. Jim Lawrence, financieel topman van het concern, verwacht dat de prijzen van grondstoffen na het eerste kwartaal van 2009 gaan dalen.
In West-Europa en de Verenigde Staten heeft Unilever het lastig nu consumenten door de economische neergang de veelal duurdere Unilevermerken inruilen voor goedkopere (huismerk)artikelen. Lawrence zei tijdens een toelichting dat Unilever de prijzen in deze markten niet zal laten stijgen. In zogeheten groeimarkten stegen de volumes in het laatste kwartaal nauwelijks. Ook hier is de economische neergang debet aan de stagnatie.
"Omdat niemand kan voorspellen hoe lang en hoe erg de recessie zal zijn" geeft Unilever geen concrete verwachting voor komend jaar, aldus Lawrence. "De economische situatie is zo veranderlijk, dat we niet gegijzeld willen worden door een gestelde verwachting". Voor Unilever Benelux was 2008 een sterk jaar. In het eerste jaar van de Benelux-combinatie zag de marketing en sales-organisatie de verkoop toenemen met 4,9 procent tot meer dan 1,7 miljard euro, zo blijkt uit een mededeling van Unilever Benelux.
Met een groeicijfer van 6 procent was Nederland opnieuw één van de best scorende Unilever-landen in Europa. België tekende een groei op van 2,2 procent.

Bron: Belga

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/

screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada