

Oorlog in Europa, gebrek aan componenten en voortwoekerende inflatie. Het *umfeld* waar beursfondsen in opereren is in korte tijd drastisch verslechterd. **Welke beursfondsen zullen hun onlangs afgegeven financiële doelen niet kunnen waarmaken?**

# Steeds dikkere disclaimer bij financiële doelstellingen beursbedrijven



**I**n normale tijden zou een blik op de cijfers van Unilever tot kortsluiting in het hoofd van beleggers leiden. Topman Alan Jope waarschuwt tweemaal. Beleggers moeten rekening houden met hogere verkopen (bovenkant bandbreedte 4,5-6 procent omzetgroei), maar de winst zal lager uitpakken (onderkant bandbreedte 16-17 procent operationele marge).

In het tijdperk van schaarste en inflatie hoeft een hogere omzet niet gepaard te gaan met meer winstmarge. Dat lijkt ook het beeld bij bijvoorbeeld Heineken, AkzoNobel en Ahold Delhaize.

Bedrijven wisten de verkoop-prijzen fors op te voeren, maar prijsstijgingen blijken onvoldoende om de explosie van

inputkosten te kunnen compenseren. De vraag doet op hoe realistisch de financiële doelen die beursfondsen begin dit jaar afgaven, nog zijn. Een rondgang.

## CATEGORIE 1: STEEDS DIKKERE DISCLAIMER

Een winstdoelstelling is nooit in beton gegoten. Maar eenmaal afgegeven is het voor een topman pijnlijk om hierop terug te moeten komen. Helemaal voor een bedrijf als Philips dat beleggers al herhaaldelijk moest teleurstellen in verband met apneu-gate.

Topman Frans van Houten klampte zich bij de recente kwartaalcijfers vast aan de outlook, maar plaatste daar een dikke disclaimer bij. Philips

**BIJ SCHAARSTE  
EN INFLATIE  
BETEKENT MEER  
OMZET NIET  
DIRECT MEER  
WINSTMARGE**

waarschuwde expliciet voor “risico’s in verband met de COVID-19-situatie in China, de oorlog tussen Rusland en Oekraïne, uitdagingen in de toeleveringsketen en inflatoire druk”. Wil Philips dit jaar uitkomen op een beloofde winstmarge van minimaal 12,4 procent, dan zal het concern in de tweede helft van het jaar op volle toeren moeten draaien. Voor het idee: over de eerste drie maanden lag dit winstpercentage op 6,2.

Heineken blijft voor 2022 uitgaan van een stabiele tot bescheiden verbetering van de operationele winst. Maar een biertje van Heineken, Sol of Amstel gaat fors duurder worden om de gestegen kosten voor hop, energie en glas te kunnen compenseren. “We