

steeds positiever. De Canadees denkt nu dat een operationele winst van meer dan 900 miljoen binnen bereik ligt. Door de stevige inhaalvraag kon de maatschappij de ticketprijzen fors opschroeven, en dat betekent een hogere marge. Net als Ahold Delhaize geeft Air France-KLM geen omzettoeslag. Maar analisten schroefden hun taxaties gedurende het jaar fors op.

2 DE VERLIEZERS:

lagere omzet en lagere winst

Bedrijven die bij gestegen prijzen moeten waarschuwen voor minder omzet en winst, hebben een kwetsbaar verdienmodel. In deze categorie vallen PostNL, Philips en – in mindere mate – lichtconcern Signify. De aandelen van deze bedrijven staan fors lager dan begin dit jaar.

PostNL misrekende zich door fors te investeren in extra capaciteit met het idee dat groei van de pakkettenmarkt zou doorzetten na de pandemie. Maar de groei valt terug, en door inflatie en felle concurrentie van spelers als DHL staan de resultaten onder druk. PostNL zag zich recent genoodzaakt de guidance voor de operationele winst en vrije kasstroom in 2022 helemaal in te trekken. Het geeft aan dat het vierde kwartaal guur wordt.

Bij **Philips** is apneugate niet het enige probleem op het bordje van de nieuwe ceo Roy Jakobs. Het orderboek voor grote medische apparaten zit vol, maar het bedrijf heeft moeite met het leveren van MRI-scanners en andere apparatuur vanwege haperende toeleveringsketens. Daarnaast heeft het bedrijf last van een tegenvallende vraag in de divisie waar de slaappapneu-apparaten in vallen. De reputatieschade raakt nu dus ook de omzet.

Philips geeft geen concrete winstdoelstelling, maar wel een outlook voor de operationele marge. Die halveerde bijna, van circa 12,5 procent naar 6 tot 7 procent. De verwachte omzetgroei moest het ook ontgelden en ging van een bescheiden groei naar een krimp van zo'n 5 procent.



Signify moest dit jaar twee keer de doelstellingen terugschroeven. Bij de halfjaarcijfers werd de vrije kasstroom-outlook met ruim een kwart verlaagd en bij de derde kwartaalcijfers ging de omzetgroei-doelstelling met een paar procentpunt naar beneden. Het bedrijf wees onder meer op een verslechtering van eindmarkten in China.

3 TWEE KANTEN:

hogere omzet, lagere winst

Bij veel bedrijven stijgt de omzet minder hard dan de kosten. Dit is de categorie stagflatiebedrijven. Personeel vraagt loonsverhogingen, leveranciers sturen hogere facturen en ondertussen moeten deze bedrijven proberen een hogere prijs te vragen aan eigen klanten die kampen met een historisch verlies aan koopkracht.

BIJ STAGFLATIE- BEDRIJVEN STIJGT DE OMZET MINDER HARD DAN DE KOSTEN

Een bekend voorbeeld in deze categorie is **Unilever**. De Britse producent van wasmiddelen, persoonlijke verzorging en levensmiddelen voerde dit jaar stevige prijsverhogingen door. Anderzijds klaagt het bedrijf ook over sterk oplopende kosten voor palmolie, chocola en verpakkingsmateriaal. De kosten stijgen op korte termijn harder dan de omzet, waardoor de marge terugloopt. Zo kan het dat Unilever bij de derde kwartaalcijfers waarschuwde dat de verkopen hoger zullen uitvallen dan aanvankelijk gedacht, maar de (operationele) winst juist lager. Het bedrijf vroeg beleggers al eerder geduld als het gaat om het doorberekenen van hogere inputkosten. Topman Alan Jope wees erop dat dit proces in het verleden bij Unilever tot wel een