



2 OVER DE ECONOMIE

Bedrijven lieten sterk uiteenlopende geluiden horen als het gaat om de stand van de economie.

Volgens topman Ralph Hamers van ING is een duidelijk herstel zichtbaar in de eurozone. De lage rente helpt bedrijven en de lage olieprijs zorgt volgens hem voor een verbetering van de koopkracht.

Chemiebedrijf DSM ziet juist geen economisch herstel. De concurrentie is moordend en bestuursvoorzitter Feike Sijbesma zegt te maken te hebben met "toenemend complexe markten". Het bedrijf wordt daardoor uitgedaagd steeds vernieuwender en duurzamere producten te ontwikkelen. DSM heeft als grootste vitaminemaker ter wereld nu veel last van de lagere prijzen van bijvoorbeeld vitamine E. De prijzen van vitamines zijn met meer dan 30 procent gedaald, onder meer doordat Chinese concurrenten vitaminefabrieken bouwen.

Uitzenders USG People en Randstad toonden zich op hun

beurt weer zeer positief over de economie. De vraag naar arbeidskrachten neemt volgens USG toe in alle landen waar het Almeerse bedrijf actief is, zowel bij grote als kleinere bedrijven. Randstad wees op de sterke groei in Nederland.

AkzoNobel ziet juist nog geen verbetering op de Europese markt en ook in opkomende markten als Brazilië, China en Rusland vallen de ontwikkelingen tegen.

WISSELEND

RELX is juist optimistisch. Vooral de markt voor verzekerings- en bedrijfsinformatie draaide goed in de eerste zes maanden van het jaar. De uitgever bevestigde de verwachting dat omzet en winst over heel 2015 zullen groeien. Het interim-dividend wordt met 17 procent opgeschroefd naar 0,115 euro per aandeel, een teken van vertrouwen. De cijfers van Wolters Kluwer lieten juist sterke regionale verschillen zien. De uitgever noteerde in Noord-Amerika een versnelling van de organische groei naar 5 procent. In Europa was er een daling van 2

procent. In Azië en de rest van de wereld lag de groeivoet op 6 procent.

Heineken doet het vooral goed in het premiumsegment, met merken als Desperados, Affligem en Sol Premium. Het bedrijf wist zijn marktaandeel te vergroten in belangrijke markten als Nederland en de Verenigde Staten. In de wereldwijd gezien economisch zwakste regio Europa was er een teruglopende bierafzet. Vooral Rusland en Griekenland zijn hier de boosdoeners. Maar dat werd ruimschoots goedgemaakt in de opkomende markten Azië, Afrika, het Midden-Oosten en Latijns-Amerika.

Wisselende signalen ook bij Philips, waar topman Frans van Houten zei zich in toenemende mate zorgen te maken over de mondiale economische omstandigheden, vooral in China, Rusland en Latijns-Amerika. In Noord-Amerika, Midden- en Oost-Europa en India draaide het bedrijf echter goed.

PHILIPS-TOPMAN FRANS VAN HOUTEN MAAKT ZICH ZORGEN OVER DE MONDIALE ECONOMISCHE OMSTANDIGHEDEN

Unilever was zelf tevreden met een winst die, gecorrigeerd voor eenmalige factoren, met 16 procent toenam. Maar over de economie was het concern niet positief. Unilever zei last te hebben van de moeilijke economische omstandigheden waardoor de vraag naar voedings- en verzorgingsmiddelen wereldwijd nauwelijks groeit.

gen. Mediatycoon John de Mol wil daar mogelijk ook een rol in spelen. Hij kocht twee weken geleden voor 120 miljoen euro via de beurs een belang van 5 procent in TomTom.

Bij Philips was de 20 procent hogere omzet voor het grootste deel te danken aan valuta-effecten. Autonoom was de groei 'slechts' 3 procent. Bij uitgever RELX (het voormalige Reed Elsevier) en Wolters Kluwer hetzelfde verhaal: de omzetsijging was respectievelijk 16 en 17 procent, zonder de wisselkoerseffecten nog maar 3 procent.

De goede resultaten van Unilever zijn ook vooral aan de valuta-effecten te danken: de omzet steeg met 12 procent, daarvan kwam 10 procent van valutameevallers. De volumegroei was slechts 1,1 procent, de prijzen konden met 1,7 procent worden verhoogd.

Ook Arcadis, DSM en Heineken meldden dat zij duidelijk profiteerden van een valutarische meewind.