

PERSBERICHT

Aantal pagina's: 2

Omzetgroei Accell Group in derde kwartaal

Heerenveen, 15 november 2016 – Accell Group N.V. heeft in het derde kwartaal een hogere omzet gerealiseerd ten opzichte van dezelfde periode in 2015, met name door een hogere bijdrage van E-bikes. Het resultaat over het derde kwartaal werd gedrukt door meer kortingen bij de afbouw van seizoensvoorraden van reguliere fietsen. Voor heel 2016 verwacht Accell Group een toename van de omzet en een resultaat dat rond het niveau van 2015 zal uitkomen.

René Takens, Voorzitter van de Raad van Bestuur van Accell Group: *“De marktomstandigheden voor de fietsenverkoop waren in het derde kwartaal van 2016 vergelijkbaar met het eerste halfjaar. In veel landen speelden de weersomstandigheden de aankoop van fietsen parten. De omzet in E-bikes is verder toegenomen, met name van E-performance fietsen. De sterke groei van E-performance fietsen ging deels ten koste van sportieve fietsen, een trend die zichtbaar is in de meeste markten waar we verkopen. De omzet in reguliere fietsen nam mede hierdoor af. De order intake van de nieuwe collectie voor het jaar 2017 is goed, wederom vooral voor onze sportieve merken. In de Verenigde Staten hebben we uitvoering gegeven aan de omnichannel strategie en onze organisatie verder aangepast. Het merk Raleigh wordt in Amerika nu zowel bij de fietsvakhandel als ook bij online retailers en direct online verkocht; voor de directe uitlevering wordt deels samengewerkt met een mobiele dienstverlener. De eerste effecten van de nieuwe supply chain organisatie worden zichtbaar door een grotere leverbetrouwbaarheid en lager werkkapitaal.”*

In het derde kwartaal is de omzet van zowel fietsen als onderdelen gestegen. Vrijwel alle landen in Europa droegen bij aan de omzetgroei. In de Verenigde Staten daalde de omzet door de moeilijke omstandigheden bij de fietsvakhandel, het wegvallen van twee grote multisportketens (als gevolg van faillissement) en de desinvestering van de onderdelenactiviteiten. De eerste effecten van de nieuwe omnichannel strategie werden zichtbaar. Deze strategie zal de lagere verkopen via de fietsvakhandel in de Verenigde Staten moeten gaan compenseren. In het Verenigd Koninkrijk daalde de omzet mede onder invloed van de verzwakking van het Engelse pond als gevolg van de Brexit.

Door lagere verkopen in de zomermaanden moesten aan het eind van het seizoen meer fietsen met korting worden verkocht wat een negatief effect had op de toegevoegde waarde. Bovendien werden de materiaalkosten beïnvloed door hogere garantiekosten (van met name elektrische fietsen) en een sterkere Yen waardoor inkooprijzen van versnellingsgroepen en motoren hoger zijn.

De overige bedrijfskosten als percentage van de omzet namen verder af in het derde kwartaal, ondanks hogere kosten voor marketing en advies. De hogere advieskosten hangen grotendeels samen met de organisatiewijzigingen in de supply chain en aanscherping van de groepsstrategie. Met betrekking tot de laatste zal de organisatie in de toekomst meer gericht zijn op het (direct) bedienen van de consument en worden in diverse landen omnichannel strategieën voor de Accell Group bedrijven uitgewerkt en uitgevoerd. Bij de verkoop van fietsonderdelen en –accessoires zal er intensievere samenwerking door de Accell-bedrijven worden gezocht en zullen activiteiten worden geïntegreerd.



Het werkkapitaal daalde zowel als percentage van de omzet als absoluut. Dit is mede het gevolg van de nieuw opgezette supply chain organisatie op groepsniveau. Deze positieve trend zal zich naar verwachting in de komende maanden voortzetten.

Met inachtneming van de normale effecten die verband houden met het verloop van de seizoensmatige verkopen, zijn er in de afgelopen maanden geen noemenswaardige wijzigingen opgetreden in de financiële structuur van Accell Group. Het seizoensmatige karakter van de activiteiten leidt er doorgaans toe dat de winst in het tweede halfjaar sterk lager is dan in het eerste halfjaar.

Eenmalige kosten als gevolg van de afboeking van debiteuren door de twee faillissementen en de reorganisatie in de Verenigde Staten drukken het resultaat in 2016. Op basis van de ontwikkelingen in de afgelopen maanden verwacht Accell Group over het hele jaar 2016 een toename van omzet en een resultaat dat rond hetzelfde niveau van 2015 zal uitkomen, onvoorziene omstandigheden voorbehouden.

/ / / / / / /

Over Accell Group

Accell Group richt zich internationaal op de midden- en hogere segmenten van de markt voor fietsen en fietsonderdelen en -accessoires. De onderneming heeft marktleidende posities in Nederland, België, Duitsland, Italië, Frankrijk, Finland, Turkije, het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten. In Europa is Accell Group marktleider in fietsen, gemeten in omzet. De bekendste merken van Accell Group zijn Batavus (NL), Sparta (NL), Koga (NL), Loekie (NL), Ghost (DE), Haibike (DE), Winora (DE), Raleigh en Diamondback (UK, US, CA), Lapierre (FR), Tunturi (FI), Atala (IT), Redline (US) en XLC (internationaal).

Wereldwijd werken er circa 3.000 mensen in achttien landen voor Accell Group en haar dochterondernemingen. Accell Group heeft productievestigingen in Nederland, Duitsland, Frankrijk, Hongarije, Turkije en China. De producten van Accell Group vinden hun weg naar meer dan zeventig landen. Het hoofdkantoor van de onderneming is gevestigd in Heerenveen. De aandelen Accell Group worden verhandeld op de officiële markt van Euronext Amsterdam en zijn opgenomen in de Amsterdam Smallcap-index (AScX). In 2015 realiseerde Accell Group een winstgevende omzet van € 986 miljoen.

Voor nadere informatie:

Accell Group N.V.

René Takens, voorzitter van de Raad van Bestuur (CEO)

Hielke Sybesma, lid Raad van Bestuur (CFO)

Website: www.accell-group.com

tel: (+31) (0)513-638701

tel: (+31) (0)513-638702