

Starbucks zet in op beleving

De bekende Amerikaanse koffieketen Starbucks heeft wereldwijd meer dan 27.000 vestigingen. Er wordt een groot aantal koffievarianten geschonken, maar ook thee, koude dranken en voedsel geserveerd. **Het aandeel lijkt op het eerste oog niet goedkoop, maar is voor de lange termijn waarschijnlijk toch een goede belegging.**

Starbucks-producten zoals gekoelde koffie zijn behalve in de eigen filialen ook in supermarkten te koop. Er bestaan Starbucks-espressocapsules die in Nespresso-apparaten te gebruiken zijn. De omzet uit deze producten valt toe aan het heel winstgevende 'Channel Development'-segment van het bedrijf, dat goed is voor ongeveer 10 procent van de omzet, maar voor ruim 20 procent van de winst.

De beurswaarde van Starbucks bedraagt zo'n 80 miljard dollar. De omzet kwam afgelopen jaar uit op

22,4 miljard dollar waarover een nettowinstmarge van 12,9 procent werd behaald.

Ondanks dat de schuld met 3,9 miljard dollar groter is dan de cashreserve (2,5 miljard) is de balans sterk te noemen. De nettoschuld is namelijk minder dan één keer het bedrijfsresultaat.

Voor de komende vijf jaar wordt een toename van de winst per aandeel voorzien van ongeveer 14 procent per jaar, deels gestuwd door de inkoop van eigen aandelen. Recent werd aangekondigd dat de komende drie jaar een bedrag van



OVER DE AUTEUR

Hendrik Oude Nijhuis is een expert op het gebied van waarde-beleggen en auteur van de bestseller: 'Leer beleggen als Warren Buffett - zijn beleggingsstrategie in theorie & praktijk' (www.beterinbeleggen.nl) De auteur bezit geen aandelen Starbucks.

15 miljard dollar naar de aandeelhouders zal terugvloeien in de vorm van dividend en inkoop van eigen aandelen.

OCHTENDOMZET

Een voor de hand liggende kans is het opschroeven van het aantal vestigingen. Het bedrijf zit al in 75 landen met zijn 27.000 filialen, maar het management meent dit aantal de komende vijf jaar tot 37.000 te kunnen opvoeren waarbij er vooral in opkomende landen als China, India en Brazilië veel ruimte voor groei is.

In de Verenigde Staten realiseert Starbucks meer dan de helft van de omzet voor 11 uur 's ochtends. Een kans vormt dus zogeheten *daytime expansion*: ook gedurende de rustigere delen van de dag meer omzet realiseren. Een uitgebreider lunchaanbod met onder meer salades, sandwiches en burrito's moet hieraan bijdragen.