

# YUM! BRANDS INT SMAKELIJKE ROYALTY'S

Het Amerikaanse Yum! Brands is het moederbedrijf van de fastfoodketens Pizza Hut (16.800 filialen; pizza), KFC (21.800 filialen; kipgerechten) en Taco Bell (bijna 7.000 filialen; Mexicaanse gerechten). **Wereldwijd komen er iedere dag zo'n zeven vestigingen van de verschillende concepten van Yum! Brands bij.** Die groei levert direct inkomsten op, want Yum! Brands ontvangt doorgaans direct een percentage van de omzet.

**D**e China-divisie van Yum! Brands (ticker YUM) is een paar jaar geleden onder druk van activistische investeerders afgesplitst en heeft inmiddels een eigen beursnotering (Yum China, Holdings, ticker YUMC). Het moederbedrijf profiteert nog wel van de ontwikkelingen in China want het ontvangt een royalty van 3 procent van de omzet van Yum China Holdings.

Yum! Brands heeft maar een klein percentage van de filialen zelf in handen, en aan het einde van dit jaar wil het bedrijf nog maar hooguit 2 procent van de filialen zelf bezitten. De eigen filialen zijn er vooral om mee te experimenteren (*Own to Learn*). Het leeuwendeel van de inkomsten van dit bedrijf bestaat kortom uit goed voorspelbare en bovendien vrij stabiele royaltyinkomsten.

## STRATEGISCHE SAMENWERKING

De marktpositie van Yum! Brands is behoorlijk goed te noemen. Dat is voor een bedrijf in deze sector op zich al bijzonder omdat er nauwelijks sprake is van zogeheten *switching costs*: voor de consument

zijn er geen nadelen eens een ander restaurant uit te proberen. Bovendien is concurrentie in deze sector alom aanwezig en is er van toetredingsbarrières tot de markt bovendien nauwelijks sprake.

De sterke marktpositie van Yum! Brands hangt samen met de grote bekendheid van de drie verschillende fastfood-concepten, het succesvolle franchisenetwerk en schaalvoordelen. De omvang maakt Yum! Brands voor toeleveranciers een aantrekkelijke partij, waardoor gunstige leveringsvoorwaarden bedongen kunnen worden.

Begin dit jaar maakte Yum! Brands een strategische samenwerking bekend met GrubHub, de Amerikaanse variant van de in Nederlands populaire bestelsite Thuisbezorgd.nl. Als onderdeel van de samenwerking betaalde Yum! Brands 200 miljoen dollar voor een aandelenbelang van 3 procent in GrubHub en bovendien krijgt Yum! Brands volledige toegang tot de klantdata. Yum! Brands hoeft vanwege deze samenwerking niet zelf een bezorginfrastructuur vanaf de grond op te bouwen, maar houdt wel de beschikking over de klantdata, wat door bestuursvoor-



## 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 aandelen Yum! Brands.*

zitter Greg Creed als een cruciaal onderdeel van deze samenwerking is bestempeld. GrubHub wil de 200 miljoen dollar gebruiken om in versneld tempo het eigen bezorgnetwerk uit te bouwen.

## ROYALTYINKOMSTEN

Een voor de hand liggende kans voor Yum! Brands vormt het verder opvoeren van het aantal filialen. Bovendien valt de omzet per filiaal heel wel mogelijk verder op te voeren door menu-innovaties, technologische innovatie (zoals een bestelkiosk in filialen), ruimere openingstijden en het inspelen op veranderende consumentenvoorkeuren. Denkt u wat dit laatste betreft onder meer aan de toenemende