

CR Beer heeft een kwart van de Chinese biermarkt in handen en wordt gecontroleerd door China Resources Enterprise (CRE), dat voor bijna een half miljard euro een belang nam van 0,9 procent in Heineken.

China is een van de snelst groeiende biermarkten ter wereld. In hectoliters is het land al de grootste bierconsument, dus aanwezigheid hier is wel wat waard. De Nederlandse brouwer richt zich in China op premium-bieren, een marktsegment dat ook hier snel aan populariteit wint. Daarbij heeft Heineken het voordeel dat het eigen merk in China al als een premium-bier wordt gezien.

AB InBev is in China echter een stuk groter dan Heineken. Snowbier was tot de overname door AB InBev eigendom van SABMiller, maar het merk moest worden verkocht van de mededingingsautoriteiten. Heineken zal Snow nu buiten China gaan verkopen, terwijl het van het distributienet van CRE gebruik kan maken voor de distributie van het Singaporese Tiger en het Mexicaanse Sol.

Heineken boekt de laatste jaren goede resultaten in met name het 'premium'-segment, met merken als Desperados, Affligem en Sol. Het bedrijf wint marktaandeel in belangrijke markten als Nederland en de Verenigde Staten en laat sterke groei zien in de opkomende markten. In China, maar ook in Brazilië en Vietnam lopen de groeipercentages in de dubbele cijfers.

Heineken heeft de gerichte overnames die het bedrijf in de afgelopen jaren deed goed verteerd. Daarvoor kan je het management een compliment geven, en dat doen beleggers ook door het aandeel op bijna 18 keer de winst tamelijk hoog te waarderen.

NUMMER DRIE CARLSBERG

Het Deense Carlsberg is de nummer drie op de wereldbiermarkt, op gepaste afstand van Heineken. Het bedrijf staat sinds 2015 onder leiding van de Nederland Cees 't Hart.

Carlsberg heeft van oudsher een relatief grote aanwezigheid in Rusland en Oost-Europa, en juist dat heeft de laatste jaren op de resultaten gedrukt. De Russische regering voert sinds 2008 een actief beleid om de bierconsumptie terug te dringen, onder meer door de belasting op bier te verhogen. Mede hierdoor is de bierconsumptie per hoofd van de Russische bevolking sterk gedaald. Carlsberg heeft fors op de waarde van de Russische activiteiten moeten afschrijven.

In 2018 leek het tij wat te keren. Carlsberg zag de omzet sterk aantrekken door de vraag naar speciaalbieren en alcoholvrije dranken. Het uitzonderlijk warme zomerweer in Europa hielp Carlsberg ook meer dan AB InBev en Heineken die meer wereldwijd actief zijn.

De omzet van Carlsberg ging in het derde kwartaal van 2018 bijvoorbeeld op autonome basis met maar liefst 9 procent omhoog. Het verkochte volume nam met 8,6 procent toe. Het witbier van het Franse merk 1664 groeit ook sterk en is bovendien vooral populair in Azië, waar Carlsberg net als AB InBev en Heineken sterk wil groeien. In 2018 lag de groei hier ruim boven de 10 procent.

Carlsberg verhoogde tegen het einde van 2018 de winstverwachting voor het hele jaar. Het bedrijf verwacht dat de operationele winst

HEINEKEN
BOEKT DE
LAATSTE JAREN
GOEDE
RESULTATEN
MET MERKEN
ALS
DESPERADOS,
AFFLIGEM EN
SOL



met minimaal 10 procent stijgt. Dat deed het aandeel goed, en wat waardering betreft is Carlsberg nu vergelijkbaar met Heineken, hoewel het op bijna 19 keer de winst zelfs nog wat duurder is.

CONSTELLATION BRANDS: IN WIET
Het Amerikaanse Constellation Brands is behalve van bier ook een

BIERBROUWERS PRESTEREN ZEER UITEENLOPEND IN DE AFGELOPEN VIJF JAAR (ZONDER DIVIDEND, IN LOKALE VALUTA)

