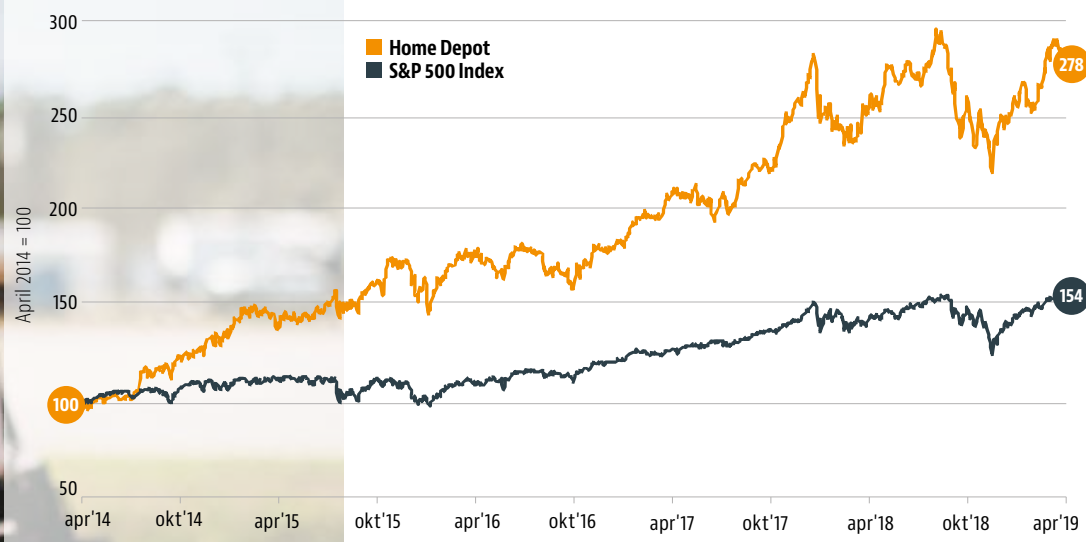


HOME DEPOT DOET HET DE LAATSTE VIJF JAAR VEEL BETER DAN DE S&P 500



HENDRIK OUDE NIJHUIS KIJKT NET ALS WARREN BUFFETT GRAAG NAAR DE VOLGENDE WAARDERINGSMAATSTAVEN:



RETURN ON INVESTED CAPITAL (ROIC)

Deze ratio wordt berekend door het bedrijfsresultaat te delen door het geïnvesteerde kapitaal. De ROIC geeft aan in welke mate een bedrijf uitblinkt in het verdienen van geld. Bedrijven met een hoge ROIC hebben vaak een duurzaam concurrentievoordeel.



EARNINGS YIELD (EY)

Deze ratio wordt berekend door het bedrijfsresultaat te delen door de beurswaarde waarbij een correctie is aangebracht voor eventuele schulden en cash. Omdat gerekend wordt met het bedrijfsresultaat en gecorrigeerd wordt voor de balanspositie is de Earnings Yield een betere maatstaf om de waardering van verschillende aandelen met elkaar te vergelijken dan de meer bekende koers-winstverhouding.

Bovendien onderscheidt Home Depot zich ook met deskundige medewerkers van de online concurrenten.

ONE HOME DEPOT

Home Depot mikt met name op het verbeteren van de winstgevendheid van de bestaande filialen. Ook investeert de bouwmarktke-ten fors in nieuwe distributiecentra waarmee kostenvoordelen te behalen zijn en wat bovendien als voordeel heeft dat klanten onlinebestellingen sneller ontvangen.

Home Depot doet aan 'omni-channel retail' en een speerpunt hierbij vormt het creëren van een afgestemde ervaring voor de klant. De onderneming heeft het in dit verband over 'One Home Depot', ze streeft daarmee naar één voortdu-

rende klantervaring, of een klant nu een echt filiaal bezoekt of het bedrijf in een online-omgeving opzoekt.

In e-commerce wordt eveneens stevig geïnvesteerd. Afgelopen jaar bijvoorbeeld zijn onder meer de zoekfuncties op de site, de functionaliteit ervan en de mobiele app verbeterd. Ook is er een geheel nieuwe site ontwikkeld speciaal afgestemd op de professionele klanten van de bouwmarkt-keten. Deze investeringen lijken zich reeds uit te betalen, want vorig jaar nam de online-omzet met 24,1 procent toe.

Hoewel de online-verkopen stevig groeien, lijkt dat niet ten koste te gaan van de verkopen in de bestaande filialen. Een voorbeeld van het combineren van de filialen met de online-acti-viteiten zijn de 'kluisjes' die inmiddels bij zo'n 1.000 filialen geplaatst zijn en waar klanten online-bestellingen zelf kunnen afhalen zonder daarvoor de winkel in te hoeven. Klanten zijn hier enthousiast over en opge-merkt is dat maar liefst de helft van alle online-bestellingen door de klant zelf bij een filiaal van Home Depot wordt opgehaald.

AANDACHTSPUNTEN

Grote bedreigingen voor Home Depot lijken er dankzij de goede marktpositie niet te zijn. Online-concurrentie vormt de belangrijkste onzekere factor. Wat dit betreft is begrijpelijk dat Home Depot zich de laatste tijd ook meer aan het richten is op de daadwerkelijke uitvoering van klussen ('Do It For Me') waarmee partijen online zich doorgaans niet bezighouden.

Belangrijk aandachtspunt is het aspect dat Home Depot vooral afhankelijk is van de ontwikkelingen op de Amerikaanse huizenmarkt. En wat dit betreft heeft het bedrijf de wind alweer heel wat jaren stevig in de rug. De aantrekkende huizenmarkt in combinatie met een florierende arbeidsmarkt heeft voor een sterke stimulans gezorgd voor het doen van klussen in en rond het huis.

Home Depot is bovengemiddeld winstgevend (de Return on Invested Capital bedraagt ruim 30 procent) terwijl het aandeel relatief laag gewaardeerd is (de Earnings Yield bedraagt 6,5 procent). Dat is een aantrekkelijke combinatie. Ik overweeg aandelen Home Depot te kopen mocht het aandeel de komende tijd in koers zakken.