



Foto: © 2020 Henkel AG & Co. KGaA. All rights reserved

denkbaar dat Henkel (kleinere) merken met namen (bijvoorbeeld Pirex) in de VS zal verkopen, al dan niet na eerst flink af te waarderen.

RISICO 3: Investeren om stil te staan

Je hoeft maar langs een Kruidvat-schap te lopen om te zien dat Henkels pakken Persil en Schwarzkopf-gelpotten zich weinig onderscheiden van de producten van bijvoorbeeld Unilever en l'Oréal. Alle brede consumentenmerken zitten in een vechtmart, vooral in volwassen economieën. Beleggers zullen vrezen dat de honderden miljoenen extra investeringen van Henkel een noodzakelijk kwaad blijken om krimp te voorkomen en niet tot significante groei zullen leiden.

In dit kader is een saillant gegeven dat niet alle groei gelijk is. Knobel wil circa een derde van de 350 miljoen aan extra investeringen in IT en online proposities steken. Henkel haalt 15 procent van de 20 miljard groepsomzet met e-commerce-activiteiten maar de groei is – geholpen door de pandemie – enorm. In het tweede kwartaal steeg de digitale omzet van Henkels twee consumententakken met 60 procent. Over winstmarges meldt het concern echter niets. De uitbouw van eigen online verkoopkanalen lijkt vooral een defensieve zet.

Henkel vreest bij de schoonheidstak snelle startups die met een marginaal marketingbudget enorm hard kunnen groeien met advertenties op social media. Bij producten als wasmiddelen, vaatwastabletten maar ook de Prittstiften, bestaat het risico dat onderhandelingsmacht langzaam verschuift van spelers als Henkel naar platforms als Amazon. Platforms zouden steeds hogere commissies in rekening kunnen brengen om Henkel-producten bovenaan de app of website te laten verschijnen. Of nog erger: Amazon kan vergelijkbare producten zelf verkopen, zoals Duracell bij de batterijen overkwam.

Ondertussen blijft het voor Henkel een enorme uitdaging om pakken wasmiddelen of shampooflacons – waar toch geen premieprijzen voor worden gevraagd – rendabel tot aan de deur te bezorgen.

**VOORAL DE
OVERNAME
VAN SUN
IS GEEN
ONVERDEELD
SUCCES**



– Column –



Medelijden met Zuckerberg

Dat hij een irritant, pedant kereltje is, zal iedereen wel beamen. Ook zou je vermoeden dat hij – met een persoonlijk vermogen van grofweg 100 miljard dollar – budget kan vrijspelen om een gediplomeerde kapper te vinden. Minder duidelijk is of hij met zijn onderneming de democratie en vrije meningsuiting versterkt of juist ondermijnt.

Ik heb het natuurlijk over Mark Zuckerberg, oprichter en mega-aandeelhouder van Facebook. De sociale mediagigant verdient miljarden door gebruikers gratis toegang te verlenen tot zijn netwerk. In tegenstelling tot normale ondernemingen, zijn bij Facebook de gebruikers geen (betalende) klanten; adverteerders willen zoveel mogelijk weten over (en toegang krijgen tot) die gebruikers en betalen hiervoor graag de rekening.

In Europa en in toenemende mate in de VS, verwatert de focus van beursvennootschappen van aandeelhouders naar het veel bredere begrip 'stakeholders'. De ondernemingen kijken dan ook naar andere belanghebbenden zoals werknemers, klanten, leveranciers, of de maatschappij als geheel.

Wat je daar ook van mag vinden, Facebook opereert in een ander universum. Normale aandeelhouders hadden al weinig in de melk te brokkelen, aangezien Zuckerberg speciale aandelen heeft met tienmaal zoveel stemmen per aandeel. Voor zover Zuckerberg idealistische motieven had toen hij Facebook oprichtte, is het nu onwaarschijnlijk dat hij zich bekommert om welke stakeholder

dan ook. Als monopolist ondergaat hij lijdzaam een enkele publieke kastijding door Amerikaanse politici. Zijn leger van juristen vormt een beschermingswal tegen de aanvallen van privacy- en mededingingsautoriteiten, zodat hij met goed gevulde zakken zijn netwerkimperium gestaag kan uitbouwen. Vergeet aandeelhouders of stakeholders, zijn echte drijfveer is macht.

Mijn tirade stopt hier.

Facebook zit namelijk in een onmogelijke positie. Als het netwerk open blijft voor vrije meningsuiting, wordt het bedrijf – terecht – bekritiseerd voor de verspreiding van nepnieuws en complottheorieën, of zelfs het torpederen van democratische processen of faciliteren van terrorisme. Op het moment dat Facebook de inhoud van berichten gaat controleren en mogelijk verwijderen, wordt het bedrijf – net zo terecht – beticht van censuur.

Zuckerberg verdient hoon, maar vooral compassie.



ERROL KEYNER
is adjunct-directeur van de VEB