

**Achterblijver Kellogg kan door productontwikkeling en het aanboren van nieuwe markten best weer gaan groeien, stelt Hendrik Oude Nijhuis.** Maar eenvoudig is dat niet, en het is de vraag of het aandeel echt kansen biedt voor beleggers.

# Kellogg

**IS GOED WINSTGEVEND  
MAAR GROEIT NIET**

**H**et Amerikaanse Kellogg houdt zich bezig met het produceren en vermarkten van ontbijtproducten, gemaksvuodsel en snacks. Denk wat de ontbijtproducten betreft vooral aan producten gebaseerd op granen, rijst of maïs (*cereals*). Ook het internationaal bekende snackmerk Pringles hoort aan Kellogg toe. De omzet bij Kellogg stagneert al jaren, wat een gevolg is van verschuivende ontbijtvoorkeuren, meer in de richting van gezondere varianten. Snacks zijn inmiddels goed voor ongeveer de helft van de omzet van circa 13 miljard dollar.

Door te investeren in onderzoek naar en de ontwikkeling van nieuwe (gezonde) productvarianten én tevens de omzet buiten

Noord-Amerika te vergroten, tracht Kellogg weer op het groeipad te geraken.

De marktpositie is vrij goed vanwege de vele merken en schaalgrootte. Enkele van deze merken zijn Kellogg's, Special K, Pringles, Frosted Flakes, Corn Flakes en Bear Naked.

Kellogg is wereldmarktleider in de productie van *cereals* maar die categorie maakt intussen minder dan 40 procent van de omzet uit. Daarnaast houdt Kellogg zich bezig met diepvriesproducten, (proteïne)repen en vegetarische burgers. En met snackmerk Pringles is Kellogg een van 's werelds grootste snackfabrikanten.

#### GEZONDER ONTBIJTEN

Ontbijtvoorkeuren van consumenten



#### 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 Kellogg.*

ten zijn aan verandering onderhevig: steeds vaker kiezen consumenten tegenwoordig voor gezondere ontbijtopties zoals smoothies of yoghurt. Een kans voor Kellogg is zelf vernieuwende ontbijtproducten te ontwikkelen die wél in de smaak vallen. Denk bijvoorbeeld aan drinkontbijt, shakes en allerlei soorten ontbijtrepen met uiteenlopende smaken en ingrediënten. De populariteit van 'gezonde snacks', gericht op afvallen, goede spijsvertering en een beter immuunsysteem, neemt al jarenlang gestaag toe.

Naast innovaties om in te spelen op veranderende consumentenvoorkeuren ligt er een kans in expansie buiten Noord-Amerika. Om daar meer voet aan de grond te krijgen, liggen overnames en/of joint-ventures voor de hand. Overigens is de overname van Pringles in 2012 ook