



lag die gemiddeld ruim onder die van de rest, voor 2021 wordt 24,4 procent verwacht en dat is dan wel weer redelijk hoog.

Kraft Heinz probeert al jaren haar productpalet aantrekkelijker te maken door de verkoop van onderdelen en gerichte acquisities. In 2017 werd een poging gedaan het veel grotere Unilever in te lijven, maar dat mislukte.

De PEG-ratio geeft bij dit aandeel wel goed aan dat beleggers bij de huidige koers wat te veel betalen, de groei is structureel te laag. Lichtpuntje waren de cijfers over het eerste kwartaal van dit jaar, die er wat beter uitzagen dan verwacht. De winst steeg met 11,6 procent en de omzet met 3,9 procent. Op het aandeel wordt momenteel 0,40 dollar dividend per kwartaal

DANONE IS WAT WAARDERING BETREFT EEN MIDDENMOTER

uitgekeerd (1,60 dollar per jaar), wat een dividendrendement oplevert van 3,6 procent. Alleen op die laatste maatstaf is Kraft Heinz een koploper in deze sectorvergelijking.

KELLOGG'S

Het Amerikaanse Kellogg's kennen Nederlanders met name van de cornflakes die de oprichter van dit bedrijf bedacht, en dat is ook nog altijd een van de belangrijkste producten. Maar Kellogg's is ook groot in koekjes en snacks. Het bedrijf uit Battle Creek (Michigan) is de grootste producent van ontbijtgranen in de Verenigde Staten en bezit meer dan honderd Amerikaanse A-merken. In 2012 werd het chipsmerk Pringles voor 2,7 miljard dollar overgenomen van Procter & Gamble. Hierdoor is Kellogg's nu na PepsiCo de grootste snackmaker ter wereld.

Op 16 keer de winst is Kellogg's wat goedkoper dan Kraft Heinz en General Mills en het groeit ook nog sneller. Het dividendrendement ligt met 3,5 procent slechts een fractie onder dat van Kraft Heinz.

Kellogg's presteert al jaren uitstekend als gekeken wordt naar het rendement op het eigen vermogen. Voor de komende jaren wordt verwacht dat deze maatstaf rond de 40 procent zal liggen. Daarmee hoeft het hier alleen de beide colamakers voor zich dulden.

DANONE

Het Franse Danone is de grootste yoghurtmaker ter wereld en heeft ook vooraanstaande marktposities in mineraalwater en andere voedingsproducten. Danone nam in 2007 het Nederlandse Numico over (met name babyvoeding) en kocht in 2017 het Amerikaanse WhiteWave, waarmee sterke merken als Alpro en Silk werden binnengehaald, merken die groot werden met plantaardige producten als sojamelk.

Danone is zelf een sterk merk,

maar het bedrijf is ook eigenaar van andere sterke merken als Activia, Danio, Nutrilon en Evian, waarop hoge winstmarges behaald worden. Van de jaaromzet van 24 miljard euro wordt een kwart besteed aan verkoopkosten en marketing, wat belangrijk is om de sterke marktposities in stand te houden.

Danone boekt hoge marges in gespecialiseerde voeding, met name voor baby's en ouderen of ziekenhuispatiënten. Hier speelt kwaliteit een grote rol en letten afnemers dus het minst op de prijs. Merkentrouw is hier extreem groot. Bij de gewone zuivelmerken is de winstgevendheid lager.

De ebitda-marge van Danone als geheel is de laatste jaren dankzij kostenbesparingsprogramma's en het realiseren van synergievoordelen wat opgelopen en ligt nu rond 18 procent. Aan de laatste kwartaalcijfers was goed te merken dat het concern wel de nodige last heeft van de coronacrisis. Met name de verkoop van mineraalwater in de horeca werd daardoor geraakt. Het concern gaf zelf aan dat het verwacht dat de resultaten in de tweede helft van dit jaar weer zullen aantrekken.

Aandeelhouders stuurden eerder dit jaar topman Emmanuel Faber de laan uit omdat enkele grote beleggers vonden dat de winstgevendheid van Danone te veel achterbleef bij de concurrentie. Wellicht dat de maatregelen die de op 18 mei benoemde nieuwe man, Antoine de Sainte-Affrique, op dit vlak zal nemen ook nog gaan helpen.

Op bijna 18 keer de winst is Danone wat waardering betreft een middenmoter in dit geheel. Als er rekening wordt gehouden met de verwachte winstgroei ziet het er al beter uit.

NESTLÉ

Het Zwitserse Nestlé is wat koers-winstverhouding betreft aan de dure kant, maar beleggers weten: Zwitserse kwaliteit heeft