

**Koers-omzet-
verhouding**

Kental dat aangeeft welke waarde de markt toekent aan een euro gerealiseerde omzet. Te berekenen als de koers van een aandeel gedeeld door de omzet per aandeel.



KOERS-OMZET-RATIO ZONDER OMZET GEEN WINST

Traditionele waarderingsmaatstaven geven aan dat aandelen niet meer goedkoop zijn. Het zou een reden kunnen voor de hernieuwde populariteit van alternatieve manieren om kansrijke aandelen te vinden. Zoals de koers-omzet-ratio.

Het is een wonderlijk fenomeen in beleggingsland. Dure aandelen zijn meestal niet erg populair, extreem dure aandelen soms wel. In dat geval wordt gewoon gezocht naar manieren om duurkoop anders te bekijken. Op het hoogtepunt van de dotcom-gekte in 2000 betaalden beleggers de hoofdprijs voor aandelen van

bedrijven die nog nooit een cent winst hadden gemaakt. Geld verdienen was blijkbaar niet belangrijk, het waren zaken als het aantal klanten, muisklikken of de tijd die iemand op een website zou doorbrengen die relevant waren.

Nieuwe techbeloften als Facebook, Twitter en LinkedIn weten wel omzetten te genereren, maar volgens veel geldende maatstaven is de beurskoers van

deze aandelen veel te hoog ten opzichte van de rest van de markt. En weer steken creatieve manieren de kop op om die waarderingen te rechtvaardigen.

Onder die alternatieve waarderingsmethoden is er één die het meest serieus wordt genomen. De koers-omzetverhouding (hierna: k-o), oftewel de koers van een aandeel (of marktwaarde van alle aandelen) gedeeld door de omzet per

aandeel. In het kort geeft het verhoudingsgetal, misschien beter bekend als de price to sales ratio, aan hoeveel waarde de markt toekent aan een euro gerealiseerde omzet.

SUPERAANDELEN

De maatstaf kreeg in 1984 brede bekendheid toen belegger Ken Fisher in zijn bestseller *Super Stocks* aantoonde dat de k-o van een aandeel gebruikt kan worden