

McDonald's	IN PERSPECTIEF	Yum! Brands
<b>Hoogste omzet.</b> Laatste vier kwartalen: ruim 27 miljard dollar met 34.000 vestigingen.		<b>Meeste vestigingen.</b> 38.000 vestigingen behaalden een omzet van 13 miljard dollar.
<b>Burgers.</b> De keten voert één merk, McDonald's, en richt zich hierbij op de verkoop van burgers, friet en milkshakes.	<b>COREBUSINESS</b>	<b>Kip, pizza's en taco's.</b> Yum! Brands zegt niemand iets, de formules KFC, Pizza Hut en Taco Bell des te meer.
De <b>gebroeders McDonald</b> openen in <b>1940</b> hun eerste restaurant. De keten ging in 1965 naar de beurs.	<b>GESCHIEDENIS</b>	<b>Pepsi</b> stootte de drie ketens in de <b>jaren '90</b> af.
<b>Bescheiden groei.</b> Verkopen slechts 1 procent hoger door scherpe concurrentie. De andere regio's, Europa en rest van de wereld, groeiden harder.	<b>THUISBASIS VS</b>	<b>Flinke groei.</b> 6 procent, net als in China. Onder meer door nieuwe initiatieven bij Taco Bell snoept Yum! marktaandeel af bij concurrenten.
<b>Groei.</b> 12 procent van de omzet komt uit China, Japan en Australië, tegen 10 procent in 2009.	<b>CHINA</b>	<b>Flinke groei.</b> De helft van de omzet komt uit China tegen nog geen derde drie jaar geleden.
<b>Dividendkoning.</b> 35 jaar op rij heeft McDonald's het dividend verhoogd. In 2013 wordt een dividend van 3,17 dollar [3,6%] verwacht, dertig dollarcent meer dan dit jaar.	<b>DIVIDEND</b>	<b>Dubbele cijfers.</b> Sinds 2004 keert de keten dividend uit, dat jaarlijks met dubbele cijfers groeit. In 2013 wordt 1,43 dollar [2%] verwacht, twintig dollarcent meer dan in 2012.
<b>Winstgevendheid.</b> McDonald's heeft een strak geleide organisatie die hoge winstmarges mogelijk maakt.	<b>KRACHT</b>	<b>Opkomende markten.</b> Door al jaren in opkomende markten te zitten, zijn sterke distributienetwerken opgezet in moeilijk toegankelijke markten.
<b>Marge-erosie.</b> Winst daalt al twee kwartalen op rij. Dat zijn de verwerende McDonald's aandeelhouders niet gewend.	<b>ACHILLESCHIEL</b>	<b>China.</b> Yum! wil de McDonald's van China worden, maar ziet de groei teruglopen. Ook in China kan de economie afkoelen.
<b>Goedkoop.</b> 16,6 keer de winst voor 2012 is historisch gezien niet duur.	<b>WAARDERING</b>	<b>Duur.</b> Met 21,2 keer de winst voor 2012 is Yum! een stuk duurder.
McDonald's richt zich meer dan Yum! op de VS en Europa. Ondanks de focus op minder hard groeiende regio's is de <b>winstmarge hoger</b> en is er meer ruimte voor dividend.	<b>CONCLUSIE</b>	Yum! <b>investeert agressief</b> in groeiemarkten, voornamelijk in China en India. Bij tegenvallende groeicijfers kan het aandeel flink onder druk komen te staan.

