

HENDRIK OUDE NIJHUIS KIJKT NET ALS WARREN BUFFETT GRAAG NAAR DE VOLGENDE WAARDE-RINGSMAATSTAVEN:



> RETURN ON INVESTED CAPITAL (ROIC)

Deze ratio wordt berekend door het bedrijfsresultaat te delen door het geïnvesteerde kapitaal. De ROIC geeft aan in welke mate een bedrijf uitblinkt in het verdienen van geld. Bedrijven met een hoge ROIC hebben vaak een duurzaam concurrentievoordeel.



> EARNINGS YIELD (EY)

Deze ratio wordt berekend door het bedrijfsresultaat te delen door de beurswaarde waarbij een correctie is aangebracht voor eventuele schulden en cash. Omdat gerekend wordt met het bedrijfsresultaat en gecorrigeerd wordt voor de balanspositie is de Earnings Yield een betere maatstaf om de waardering van verschillende aandelen met elkaar te vergelijken dan de meer bekende koers-winstverhouding.

HUSQVARNA:

Grootmacht in de tuin

Het Zweedse Husqvarna is een van 's werelds grootste fabrikanten van tuinmachines en gereedschappen zoals kettingzagen, heggenscharen, grasmaaiers en tuintractoren. Daarnaast voert het ook het merk van marktleider Gardena. De goede winst en de bescheiden waardering maken het tot een aandeel dat het overwegen waard is.

Husqvarna heeft niet altijd tuingereedschap gemaakt, het begon als wapenfabrikant. De geschiedenis van het bedrijf gaat terug tot 1689, toen het een eerste fabriek vestigde nabij de watervallen aan de oever van de Zweedse rivier Huskvarna. Van wapens ging de productie over op naaimachines, om later via keukenapparatuur, fietsen en motoren bij tuingereedschappen uit te komen. Husqvarna mikt op de bovenkant van de markt; van de omzet wordt 57 procent in Europa behaald, gevolgd door de Verenigde Staten (29 procent) en de rest van de wereld (14 procent).

AANDACHT VOOR INNOVATIE

De marktpositie van Husqvarna is uitstekend. Er is sprake van een goede reputatie en het bedrijf voert meerdere merknamen, waaronder die van het in 2007 overgenomen bedrijf Gardena. Ook profiteert het van schaalvoordelen, omdat Husqvarna in veel van de markten waarin het actief is, marktleider is. Aan de andere kant kan het bedrijf niet profiteren van *switching costs*. De consument kan makkelijk eens een ander merk tuingereedschap uitproberen. Overigens tracht Husqvarna dergelijke *switching costs* wel te creëren door bijvoorbeeld batterijen te verkopen die voor meer dan 50 verschillende

gereedschappen van het bedrijf te gebruiken zijn, maar niet voor de producten van concurrenten.

Jaarlijks besteedt Husqvarna ongeveer 5 procent van de omzet aan onderzoek en ontwikkeling. Aangezien Husqvarna in veel niches marktleider is en een hoge omzet behaalt, geeft het bedrijf flinke bedragen uit aan innovatie ten opzichte van de concurrentie. Daartoe behoren onder meer bedrijven als Deere & Company, Honda Motor Co., Stanley Black & Decker en The Toro Company.

De beurswaarde van Husqvarna bedraagt ongeveer 36 miljard Zweedse kroon (circa 3,3 miljard euro). De omzet over het afgelopen jaar kwam uit op 48,7 miljard