

2024 van circa 2 miljard euro. In mei ging het concern nog uit van minstens 1,9 miljard euro.

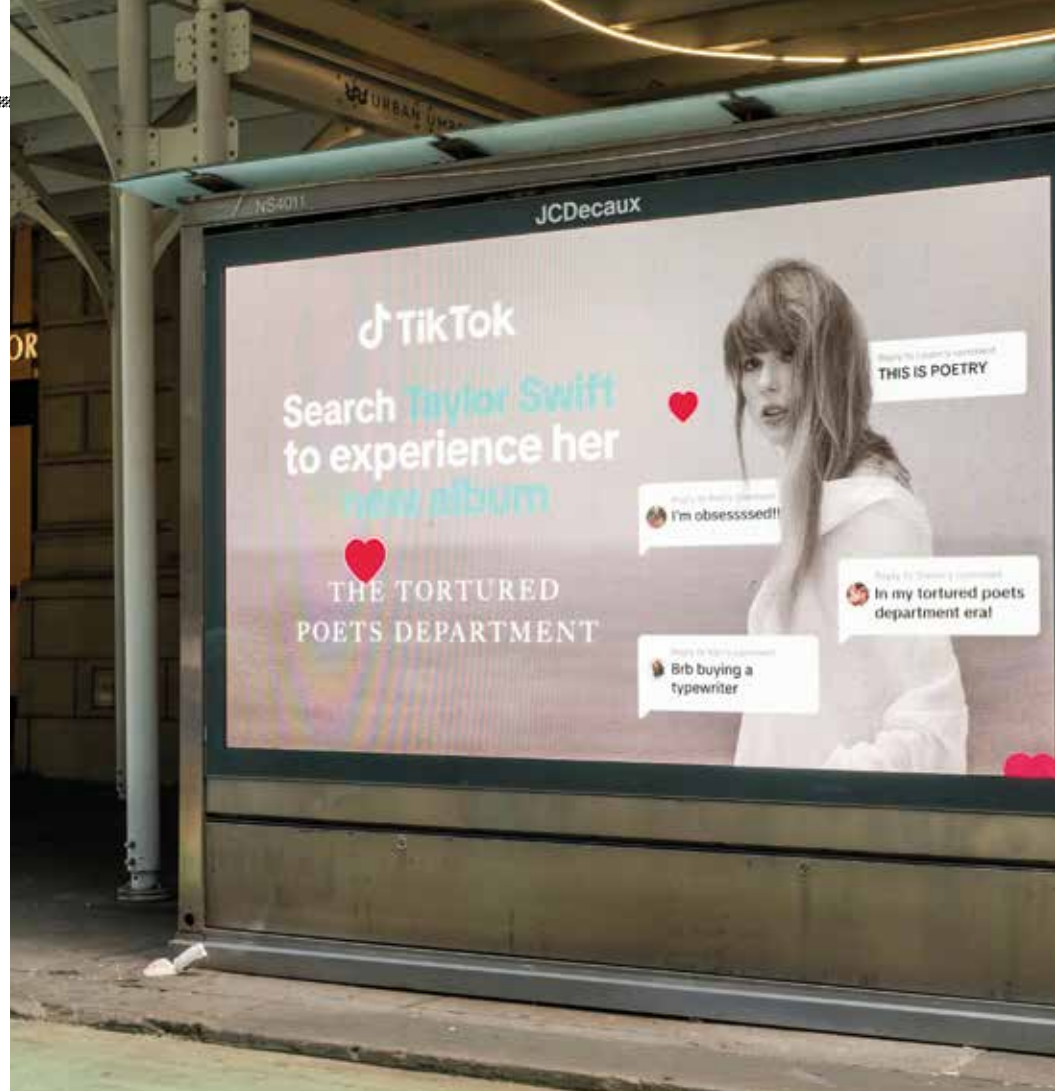
### HEINEKEN LEGT DE LAT LAGER

Bier raakt wat uit de gratie bij de consument en dat merkt dan vanzelfsprekend ook **Heineken**, het tweede bierconcern ter wereld. De volumes staan onder druk, prijsverhogingen hebben een plafond en de brouwer moet in hoger tempo kosten wegsnijden om het resultaat te beschermen.

Op het eerste gezicht oogden de resultaten van Heineken in de eerste helft van 2024 redelijk solide. De netto-omzet steeg jaar-op-jaar met 6 procent naar 14,8 miljard euro. De operationele winst nam zelfs met 12,5 procent toe tot ruim 2 miljard euro. Toch ging de beurskoers op de dag dat Heineken-ceo Dolf van den Brink de cijfers vrijgaf met maar liefst 8 procent onderuit.

De teleurstelling zat vooral in een forse afwaardering die Heineken moest slikken. Het boekte 874 miljoen euro af op zijn investering in de grootste brouwer van China, waarvan de beurskoers daalde tot onder de aankoopprijs. Deze *impairment*-last en het missen van de verwachtingen van het analisten-gilde waren echter niet de grootste punten van zorg.

De feitelijke cijfers geven een indicatie van de staat van het bedrijf, maar veel bepalender voor de financiële waardering van ieder concern zijn de prognoses van het bestuur voor de toekomstige inkomsten. En daar moest Van den Brink bekennen dat hij voor heel 2024 rekening houdt met minder. Heineken voorziet een operationele winstgroei van 4 tot 8 procent. Eerder was het uitgangspunt "een laag tot hoog enkelcijferige groei". Het midden van de nieuwe bandbreedte (6 procent) ligt duidelijk onder de analistenconsensus van 8,2 procent voor dit jaar. Wie met dat verlaagde middelpunt gaat rekenen, ziet dat de operationele winst in de tweede helft autonoom naar verwachting nauwelijks nog



zal stijgen. De feestelijke schuimkraag op een Heineken-pilsje is even wat minder stevig.

### UNIVERSAL MUSIC GROUP: GROEI BIJ STREAMING VALT TEGEN

Op ieder moment van de dag klinkt op alle denkbare plekken de muziek waar **Universal Music Group** (UMG) de rechten van heeft. Het platenlabel is de schakel tussen artiest en muziekconsumment. Iedere keer dat een nummer van een UMG-artiest op de radio of via een streamingdienst wordt afgespeeld, rinkelt de kassa. Toverwoorden hierbij zijn loyale muziekluisteraars, terugkerende omzet en een groter wordende afzetmarkt. Consumenten die trouw zijn aan één of meerdere streamingdienst(en) kunnen muziekuitgevers als UMG veel geld opleveren. Daar staan natuurlijk wel investeringen tegenover, denk aan artiesten die ondersteund door UMG een album opnemen met alle promotie eromheen.

TOVER-  
WOORDEN  
VOOR UMG  
ZIJN LOYALE  
MUZIEK-  
LUISTERAARS,  
TERUGKEREN-  
DE OMZET EN  
EEN GROTER  
WORDENDE  
AFZETMARKT

En soms is het bedrijf ook veel geld kwijt als het in één keer de complete muziekcatalogus van een artiest koopt. Dat laatste deed het bijvoorbeeld met het oeuvre van Bob Dylan, Neil Young en Sting. Telkens voor naar verluidt honderden miljoenen dollars.

Tot vrijwel ieders verbazing kwam er in het tweede kwartaal een kink in de kabel. Het aandeel UMG, dat ook de muziekrechten heeft van artiesten als Taylor Swift en rapper Drake, daalde op de dag na de cijferpresentatie (25 juli) met maar liefst 24 procent. Het was de grootste koersval sinds het platenlabel drie jaar geleden naar de Amsterdamse beurs trok. De afstraffing volgde op een tegenvallende groei van de inkomsten uit muziekstreaming in de maanden april tot en met juni. De inkomsten uit abonnementen op streamingdiensten – die zo'n 40 procent van de totale omzet uitmaken – stegen in het tweede kwartaal met 'slechts' 7