

Recent stelde het management van L Brands de winstverwachting voor 2016 beperkt neerwaarts bij. Deze bijstelling hangt vooral samen met het minder inzetten op promoties en kortingen bij Victoria's Secret maar juist meer op het verhogen van klantloyaliteit. In eerste instantie zal dit heel wel mogelijk een negatieve impact op de omzet en winst hebben, en vooral daar lijken beleggers nu kennelijk oog voor te hebben.

AANPASSINGEN IN HET ASSORTIMENT

De marktpositie van de beide retailconcepten van L Brands is goed: Victoria's Secret en Bath & Body Works kennen allebei een hoge mate van bekendheid. Victoria's Secret concurreert onder andere met The Gap en Aerie, die qua prijsstelling goedkoper zijn, en La Perla, dat in een wat hoger prijssegment zit. De grootste concurrent van Bath & Body Works is The Body Shop, onderdeel van L'Oréal.

Victoria's Secret heeft besloten te stoppen met de befaamde lingeriecatalogus waarvan er afgelopen jaar nog tussen 250 miljoen en 300 miljoen exemplaren zijn gedrukt en verstuurd (kosten: ruim 100 miljoen dollar). Tevens is de intentie afscheid te nemen van de zwem- en vrijetijdskleding die nu nog in het assortiment zit. De vrijkomende ruimte zal worden opgevuld met artikelen met hogere marges die beter bij het merk Victoria's Secret passen, zoals pyjama's en sportbeha's.

GOED WINSTGEVEND EN NIET DUUR

L Brands heeft een beurswaarde van 18,2 miljard dollar. De jaaromzet bedraagt 12,2 miljard, de jaarwinst ligt rond 1,3 miljard dollar. Een groot deel van de winst wordt als dividend uitgekeerd, afgelopen jaar 4,10 dollar per aandeel. Het gaat hierbij om het reguliere dividend en het zogeheten resultaatafhankelijke speciale dividend bij elkaar opgeteld. Een-



Aan het Amerikaanse bedrijf L Brands behoren twee sterke retailconcepten toe: Victoria's Secret (lingerie, cosmetica) en Bath & Body Works (persoonlijke verzorgingsartikelen). **Sterke verkoopcijfers lijken erop te wijzen dat L Brands weinig last heeft van de harde concurrentiestrijd** en de verschuiving naar online verkoop waar veel andere detailhandelsbedrijven momenteel onder te lijden hebben.