

Dure hobby

Spyker wil de sportwagentak verkopen aan de Russische investeerder Antonov en dan verder gaan met het nu één jaar geleden gekochte Saab. Een naamsverandering zal niet lang op zich laten wachten, want ook het recht op de naam Spyker wordt verkocht.

Formeel is de beoogde koper CPP Global Holdings, een Brits bedrijf van Vladimir Antonov. Hij zal 15 miljoen euro betalen voor Spyker. De verkoopsom kan oplopen met 17 miljoen euro uit de winst voor belastingen over de periode 2011-2016. Dan



moet Spyker wel winstgevend worden en dat is niet vanzelfsprekend: sinds Victor Muller in 1999 de merknaam opnieuw liet registreren heeft de onderneming afgezien van een miniem winstje in 2006 alleen verlies geleden.

Beleggers hebben ook nooit veel plezier beleefd aan de sportwagenmaker. Het aandeel Spyker kwam in 2004 voor 15,50 euro naar de Amsterdamse beurs. Na een piek in 2006 rond 22 euro is er van die investering nu nog maar een vijftal euro's over. Dividend is nooit uitgekeerd,



De bestuurders en managers van onze bedrijven moeten denken als eigenaars. Die van Berkshire krijgen een symbolisch salaris. Zij zijn ook aandeelhouders. Als ze het verprutsen, verliezen ze zelf geld.

WARREN BUFFETT
IN ZIJN AANDEELHOUDERSBRIEF

wel werden er heel wat aandelen bijgedrukt voor de financiering van Mullers uiteenlopende luchtkastelen.

De 15 miljoen die de sportwagentak nu opbrengt komt neer op een kleine euro per aandeel Spyker. Zie daar het nadeel van 'verwatering' van het aandeelkapitaal: het maximale totaalbedrag dat Spyker nu kan

opbrengen (32 miljoen euro) komt in de buurt van de waarde van Spyker bij de beursgang in 2004, maar doordat er onderweg zo veel aandelen moesten worden bijgedrukt, is er voor tientallen miljoenen aan aandeelhouderswaarde door het putje gegaan. De snelle auto's bleken vooral een dure hobby. ■

Warrens verborgen tips

Op 26 februari publiceerde Warren Buffett zijn wereldberoemde brief aan de aandeelhouders. Naast aandeelhouders lezen vele andere beleggers deze brief in de hoop te leren hoe Buffett zo vaak de S&P 500 heeft weten te verslaan. Maar het afgelopen jaar heeft zijn investeringsvehikel Berkshire Hathaway een boekwaardestijging gerealiseerd van 13 procent, 2 procent minder dan de stijging van de S&P 500 (inclusief dividend). Buffett schrijft het 'matige' resultaat in 2010 toe aan een verkleining van zijn spectrum, want vanwege de grootte van Berkshire Hathaway kan hij zich slechts concentreren op de grootste beleggingsmogelijkheden.

Gevoed door zijn optimisme over de Amerikaanse economie

popelt Buffett dan ook om de ruim 38 miljard dollar aan kasgeld aan het werk te zetten door onder meer een grote acquisitie te doen, zoals die van spoorwegmaatschappij BNSF. Ook zou Buffett zijn posities in



Johnson & Johnson, Kraft Foods, U.S. Bancorp, en Sanofi-Aventis kunnen gaan uitbreiden, omdat hij belangen in deze ondernemingen heeft opgebouwd tegen hogere koersen dan de huidige.

Dit betekent dan ook dat deze aandelen, die hij op basis van zijn uiterst succesvolle selectiecriteria heeft aangekocht, voor hem nu nog aantrekkelijker zijn vanwege de grotere discrepantie tussen prijs en waarde.

Met andere woorden, hoewel Buffett in interviews nooit in wil gaan op de bedrijven die hij op zijn radar heeft, geeft hij indirect vier waardevolle tips weg. Niet alleen heeft hij de parels van de kiezelstenen gescheiden, de parels liggen ook voor het oprapen. Het is aan de belegger om of door te lopen in de veronderstelling dat als er parels zouden liggen deze al zijn opgeraapt, of voorover te buigen en ze op te rapen om mee te doen met de grootmeester. ■

2011 toch geen aandelenjaar

Het is een wereldwijd fenomeen. Van Unilever tot Nutreco, van Wavin tot Ford en van AkzoNobel tot Procter & Gamble. Hogere grondstofkosten zorgden in het vierde kwartaal bij veel ondernemingen voor druk op de marges. De prijzen van commodities als maïs, sojabonen en suiker gingen het laatste jaar met prijsstijgingen van tientallen procenten door het dak.

Superbelegger Warren Buffett benadrukte onlangs dat 'pricing power' het belangrijkste criterium is om een bedrijf te beoordelen. Alleen als een onderneming de hogere grondstofrekening kan doorschuiven naar de klant, kan de marge intact blijven. Dit vergt een sterk merk. Het vierde kwartaal laat zien dat ondernemingen die veel in hun merken investeren zoals Kraft, Procter & Gamble