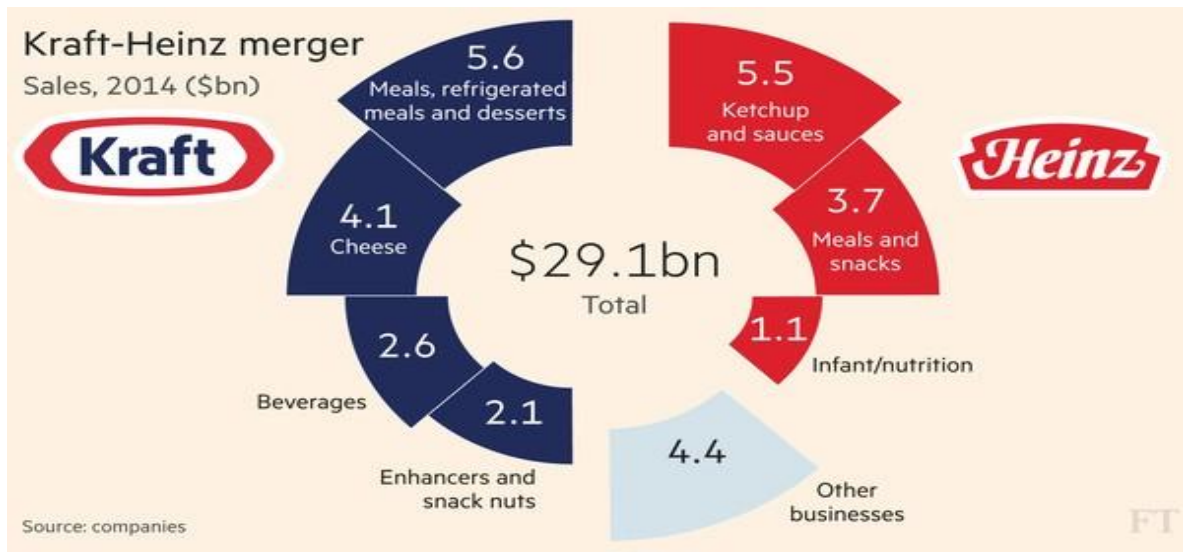


Fusie tussen Kraft en Heinz is een gedwongen huwelijk



In 2008 deden ze eerst goed van zich spreken. Met het in elkaar zetten van Anheuser-Busch smeedden de heren van 3G, de Brazilianen Jorge Paulo Lemann, Marcel Telles en Carlos Alberto Sicupera de grootste bierbrouwerij ter wereld. Na dit huzarenstukje hebben de heren van 3G hun aandacht verlegd naar Noord Amerika en in het bijzonder naar de food sector. Dat is een sector die het moeilijk heeft door een gebrek aan koopkracht en door de veranderende smaak van het winkelend publiek.

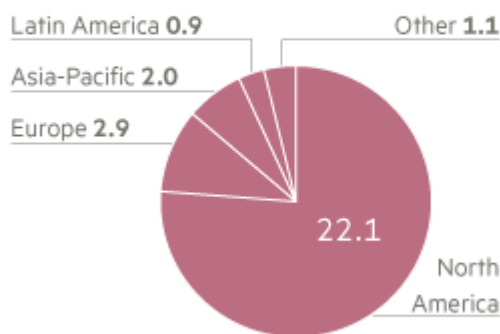
In de jaren na 2008 hebben ze onder meer Burger King gekocht en het Canadese Tim Hortons, dat koffie met doughnuts verkoopt. De spectaculairste overname was die van Heinz, bekend van zijn ketchup. Zoals het er nu naar uit ziet, wordt de voorlopige kroon op hun werk het samenvoegen van Heinz en Kraft Food. Dat doen ze overigens in innige samenwerking met Warren Buffett, met wie ze eerder Heinz overnamen. Een fusie zou voor Kraft het eindpunt zijn van een reis die begon in 2007. Toen werd het bedrijf afgesplitst van Altria. Vervolgens nam Kraft zelf in 2010 het Britse Cadbury over, waarna het zich in 2012 weer opsplijste. De snacks werden ondergebracht in Mondelez en de kruidenierswaren bleven onder de vlag van Kraft, dat zich omwille van deze kruidenierswaren beperkte tot de Noord-Amerikaanse markt.



Voor Kraft pakte die afsplitsing niet goed uit. Dat heeft alles te maken met de geringe koopkracht van gezinnen in de Verenigde Staten en met de gewijzigde smaak van vooral de jonge consument. Die houdt niet zo van zout, zoet, vet en verpakt, maar vooral van vers, gezond en natuurlijk. Dat laatste heeft Kraft niet of in ieder geval te weinig in de schappen liggen. De veranderde marktomstandigheden komen tot uitdrukking in de cijfers van 2014. Vorig jaar daalde de winst met maar liefst 62%.

Kraft Heinz

Combined sales, 2014 (\$bn)



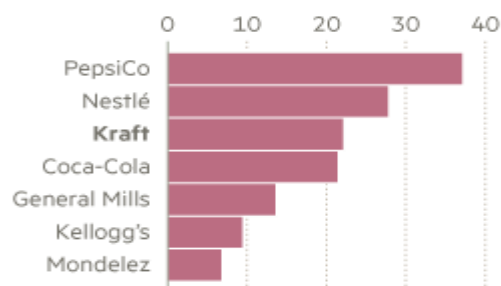
Source: companies

FT

Door het gedwongen samengaan van Kraft Foods en Heinz ontstaat een nieuwe en grote speler op de Amerikaanse markt met een omzet van \$ 28 miljard. Het wordt de derde partij na PepsiCo en Nestlé. Maar daarmee is lang nog niet alles gezegd. De mannen van 3G hebben een reputatie als het gaat om het herstructureren van bedrijven om de winstgevendheid te verbeteren. Ze hebben aandeelhouders op voorhand beloofd, dat ze jaarlijks \$ 1,5 miljard aan kosten zullen wegsnijden. Dat ze daartoe voor weinig terugschrikken, leert het voorbeeld van Heinz. Bij dat bedrijf hebben ze 7400 banen geschrapt en vijf fabrieken gesloten. Het resultaat van die krachtpatserij is, dat in 2014 het operationeel resultaat een verbetering liet zien van maar liefst 35%. Dat kwam mooi uit, want het bedrijf had \$ 14 miljard aan schulden op zich genomen om de overname te bekostigen en er kon een royaal dividend aan aandeelhouders betaald worden. Warren Buffett mocht maar liefst \$ 720 miljoen aan dividend bij schrijven.

Food and beverage market

North American sales, 2014 (\$bn)



Source: companies

FT

De winstgevendheid is weer terug, maar de omzet niet. Het samengaan van twee bedrijven die geen groei laten zien, wil niet automatisch zeggen dat dan de groei terug komt. 3G denkt dit probleem op te lossen is door Kraft aan te sluiten op het internationale distributienetwerk van Heinz. De laatste haalt 60% van zijn omzet van buiten Noord Amerika. Op papier is daarmee alles in orde en is er voldoende potentie voor hernieuwde groei. Toch moet je je afvragen waarom bijvoorbeeld Europeanen of Aziaten producten zouden kopen die Amerikanen liever in de schappen laten liggen? Financieel opschudden is een ding, koopwaardige producten aanbieden is van een heel andere orde. Dat weten ze nu bijvoorbeeld bij Anheuser-Busch, die zich heerlijk vergisten in de aantrekkingskracht van de kleine speciaal bieren op het grote publiek.



Na het bekend worden van de voorgenomen fusie schoot de koers van Kraft met maar liefst 16% omhoog. Is hiermee voorlopig alle kruid verschoten voor belangstellende beleggers? Waarschijnlijk niet. Zoals gezegd gaat er komende jaren het mes in bij Kraft en zullen marges naar alle waarschijnlijkheid gaan stijgen. Hiervoor zal het bedrijf beloofd worden met een koersstijging van het aandeel. Beleggen is echter nooit zonder risico!

Cor Wijtvliet

BELANGRIJK:

- Opmerkingen en vragen kunt u richten aan: info@corwijtvliet.nl
- Of via Twitter: @wijtvliet.
- Bezoek ook [de website van Cor Wijtvliet](#) en lees meer door hem geschreven artikelen
- U kunt [Cor Wijtvliet boeken](#) voor een inspirerende spreekbeurt. Laat u verrassen!
- Ontvangt u het Journaal niet rechtstreeks? Abonneert u zich dan [hier!](#)