

Just Eat Takeaway: rendement op bestelling

Het in Amsterdam genoteerde Just Eat Takeaway veroverde de wereld, en de netwerkeffecten die daardoor ontstaan, maken het aandeel een aantrekkelijke belegging voor de lange termijn, stelt Hendrik Oude Nijhuis.

Via de bestelplatforms van Just Eat Takeaway.com (JET), in Nederland vooral bekend van Thuisbezorgd.nl, is eenvoudig eten bij de aangesloten restaurants te bestellen en thuis te laten bezorgen.

De inkomsten van JET bestaan uit een commissie van zo'n 10 tot 30 procent die het bedrijf rekent voor bestellingen via de site. In sommige grote steden heeft JET ook een eigen bezorgdienst waarvoor dan eveneens betaald

moet worden, maar deze activiteit vormt een veel minder lucratieve propositie vergeleken met het simpelweg doorgeven van bestellingen, wat een marge van zo'n 90 procent oplevert.

STERKE NETWERKEFFECTEN

De marktpositie van JET in de landen waar het bedrijf reeds marktleiderschap verworven heeft, is erg goed. Een belangrijk element hierbij vormen netwerkeffecten: consumenten hebben de neiging het bestelplatform te gebruiken waar



OVER DE AUTEUR

Hendrik Oude Nijhuis is een expert op het gebied van waarde-beleggen en auteur van de bestseller: 'Leer beleggen als Warren Buffett - zijn beleggingsstrategie in theorie & praktijk' (www.beterinbeleggen.nl) De auteur bezit geen aandelen Just Eat Takeaway.

het aanbod het grootst is en restaurants hebben de neiging zich bij dat platform aan te melden waar ze verwachten de meeste omzet te realiseren. Dit maakt dat er een tendens is naar monopolievorming op deze markt.

Wanneer eenmaal een account is aangemaakt en de app is gedownload, hebben consumenten de neiging het platform trouw te blijven. Zij zijn dan eenmaal vertrouwd met het bestelsysteem terwijl eerdere bestellingen en betaalgegevens opgeslagen worden, wat het gemak van vervolgbestellingen verhoogt. Dit maakt dat sprake is van lucratieve wederkerige omzet: een klant bij JET bestelt gemiddeld ongeveer eens per maand.

WINST ZAL FORS STIJGEN

Na een reeks overnames, en er

zullen er ongetwijfeld nog volgen, heeft JET de mogelijkheid om de inkomsten uit commissies verder op te schroeven. Zonder zelf in marketing te hoeven investeren, verdienen restaurants op de groeiende omzet die via JET gerealiseerd wordt na aftrek van de commissie namelijk nog steeds een brutomarge van zo'n 40 procent.

Steeds meer mensen bestellen weleens eten online. In Nederland bijvoorbeeld bestelde 31 procent van de bevolking boven de 15 jaar het afgelopen jaar ten minste één keer via Thuisbezorgd.nl. Gemiddeld ligt dit percentage in de belangrijkste markten van JET op 13 en verwacht mag worden dat dit percentage oploopt.

Een andere belangrijke trend vormen de orders per klant. Daar zit namelijk een behoorlijke groei in en dit aantal ligt inmiddels op gemiddeld 13,2 orders per jaar. Gemiddeld ongeveer eens per maand dus wordt er besteld terwijl er maandelijks 30 warme maaltijden zijn, en zo'n 90 eetmomenten wanneer eveneens ontbijt en lunch meegerekend worden.

JET tracht het aantal bestellingen per klant op te voeren en

introduceerde eind vorig jaar een nieuwe zakelijke dienst: Takeaway Pay waarbij werkgevers voor de lunches van hun personeel betalen. Werkgevers stellen hiervoor budget beschikbaar en werknemers kunnen vervolgens eten bestellen dat op het werk wordt afgeleverd. Bedrijven kunnen hiermee besparen op de kantinekosten.

Combineer én hogere commissies, én een hoger aantal klanten én een hoger aantal bestellingen per klant, en onvermijdelijk is dat zowel de omzet als de winst bij JET de komende jaren een sterke impuls zullen krijgen.

BELANGRIJKE OVERNAMEN

De tendens naar monopolievorming wordt voorafgegaan door een harde en dure concurrentiestrijd om de gewenste marktpositie in handen te krijgen. Met de recente overnames van de Duitse activiteiten van Delivery Hero en Just Eat heeft Takeway belangrijke stappen gezet om de aantrekkelijke Duitse markt alsook de markt van het Verenigd Koninkrijk vrijwel volledig in handen te krijgen.

Takeaway had het Verenigd

Koninkrijk juist een paar jaar geleden verlaten omdat het bedrijf hier geen jarenlange concurrentiestrijd wilde voeren. Juist dat Takeaway niet meer actief was in het Verenigd Koninkrijk verklaart dat Britse mededingingsautoriteiten de recente overname van Just Eat hebben goedgekeurd, de concurrentie op de Britse markt zou er immers niet minder door worden.

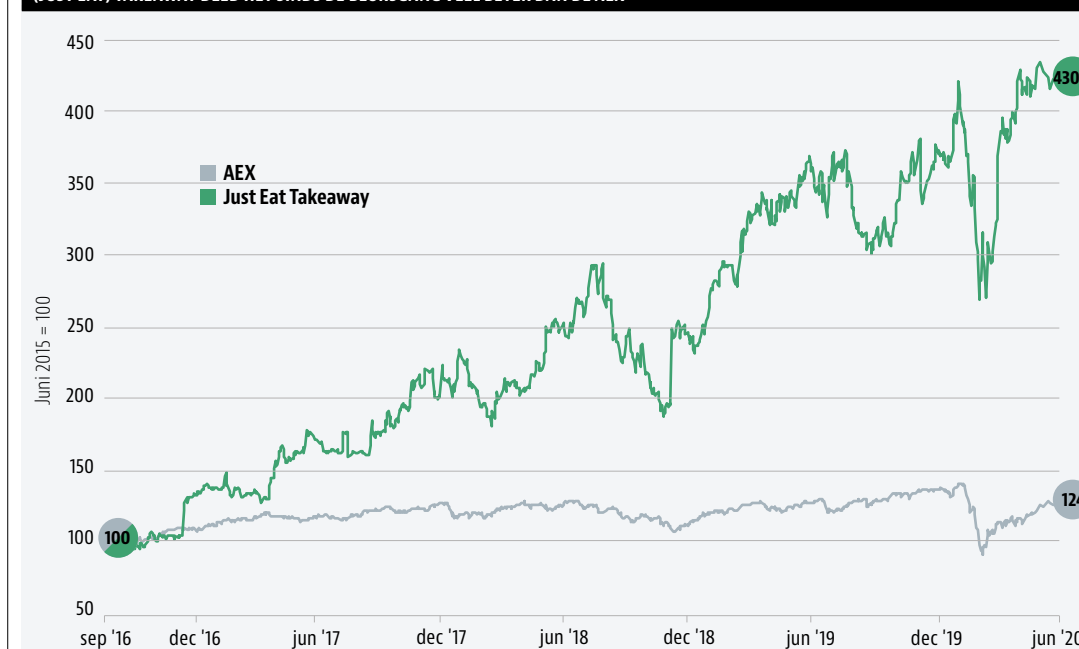
De overname van het Amerikaanse Grubhub, die in juni werd aangekondigd, maakt van JET zelfs de grootste maaltijdbezorger ter wereld, buiten China.

OPRICHTER AAN HET ROER

Jitse Groen (1978) is de oprichter, grootaandeelhouder en tevens bestuursvoorzitter van JET. Van bedrijven waarvan de oprichter nog aan het roer staat ben ik extra gecharmeerd, omdat ze vaak nadrukkelijker op de aandeelhoudersbelangen op langere termijn gericht zijn.

Hoewel afgelopen jaar nog sprake was van verlies, wijst alles erop dat JET aan de vooravond staat van een periode van sterke winstgroei.

(JUST EAT) TAKEAWAY DEED HET SINDS DE BEURSGANG VEEL BETER DAN DE AEX



HENDRIK OUDE NIJHUIS KIJKT NET ALS WARREN BUFFETT GRAAG NAAR DE VOLGENDE WAARDERINGSMAATSTAVEN:



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.