



AT&T en Verizon worstelen met kapitaalhonger en nieuwe concurrentie

Telecombedrijven gelden als traditionele *cash cows* voor beleggers: bedrijven die stabiele inkomsten halen, jaar na jaar hogere dividenden uitkeren en waar maar weinig gebeurt – of misgaat. Maar nu de markten voor telefonie en televisie op drift zijn, moeten beleggers partijen als Verizon en AT&T herwaarderen. **Zijn zij nog wel dezelfde betrouwbare investering als voorheen?**

Jarenlang konden Amerikanen om één bedrijf nauwelijks heen: de American Telephone and Telegraph Company (AT&T) had de markt voor telefonie in handen, vooral dankzij het monopolie op de langeafstandsverbindingen, en had allerlei dochterbedrijven die lokaal telefonie verzorgden. In de jaren 80 van de vorige eeuw besloot een rechter dat de dienst te groot en machtig was geworden, waarop het in 1985 opgerich-

te concern werd opgedeeld in een reeks kleinere bedrijven, die de 'Baby Bells' genoemd werden.

Uiteindelijk heeft die splitsing niet heel lang bestaan. Veel van de ontstane afsplitsingen kwamen later weer onder hetzelfde bedrijf te vallen, dat daarop ook weer de naam AT&T ging gebruiken. Toch is de markt wel anders: Verizon, ook voortgekomen uit een van de Baby Bells, is er als grote concurrent bijgekomen. De twee bedrijven liggen qua marktwaarde dicht



OVER DE AUTEUR

Lennart Zandbergen is correspondent voor het FD in de VS. Vanuit New York schrijft hij ook voor de VEB over financieel-economische actualiteiten in de Verenigde Staten.

bij elkaar, met 180 miljard dollar voor Verizon en 205 miljard dollar voor AT&T. Ook qua omzet zijn de twee vergelijkbaar, met respectievelijk 135 miljard en 122 miljard dollar. Het grote verschil zit in de waardering: beleggers betalen 13,8 keer de door analisten voorspelde winst voor een aandeel AT&T en 9,3 keer de voorspelde winst voor een aandeel Verizon.

OVERVLEUGELD

In de jaren 90 ontstond er naast