

Zelf durfkapitalistje spelen

Ceo **MARCEL SMITS** zet de schaar in Sara Lee. De merken Douwe Egberts, Senseo en Pickwick

zullen zelfstandig verdergaan onder de naam Coffee Co. De tweede grote tak, de Amerikaanse vleesmerken,



gaan door onder Sara Lee.

De voormalig financieel directeur van KPN was de afgelopen maand het slachtoffer van een biedingsstrijd tussen drie partijen om het Amerikaanse concern. Alle drie wilden zij de activiteiten uit elkaar trekken.

Want wat hebben Amerikaanse vleeswaren en het oer-Hollandse bakje leut met elkaar gemeen? Uiteindelijk kon de hoogste bieder, het Braziliaanse JBS en private-equityfonds Blackstone, het bod niet gestand doen en besloot Smits het bedrijf zelf in tweeën te hakken. "Bedrijven die zich op een markt richten doen het doorgaans goed", aldus de Nederlander.

Smits moet een déjà-vugevoel hebben gehad toen de drie partijen op zijn deur klopten. In 2004, toen Smits financieel directeur was van Vendex KBB, waren het ook Angelsaksische durfkapitalisten die het winkelconcern wilden overnemen. Van zijn benoeming in 1999 tot de overname onttakelde het winkelconglomerat in sneltreinvaart. Het leek dan ook bijna ondoenlijk voor Smits en topman Ed Hamming om op de hoogte te zijn van wat er speelde in alle Hema's, V&D's, Bijenkorf's, en mode-, consumentenelektronica-



Wil je dat ik ga zwemmen?

PAUL POLMAN,

CEO UNILEVER, ZET IN OP DUURZAAMHEID, MAAR ONTKOMT NIET AAN DE NODIGE VLEGUREN. IN VRIJ NEDERLAND.

ca- en doe-het-zelfzaken.

Een ideale prooi voor private equity. De overname onder leiding van durfkapitalist KKR werd snel terugverdiend. Het vastgoed dat binnen een jaar verkocht werd leverde al meer op dan het aankoopbedrag. De rest, met uitzondering van de doe-het-zelfzaken (o.a. Praxis) die nog in de verkoop staan, is allemaal van de hand gedaan. De private-equityjongens zagen hun investering meerdere malen over de kop gaan. Dat kun je beter zelf doen. ■

Nieuwe ronde, nieuwe kansen

An het eind van het jaar sluiten we de boeken, maken we de balans op en beginnen met een schone lei aan het nieuwe jaar. Dat geldt voor u, dat geldt voor bedrijven en dat geldt evenzeer voor fondsmangers. En wellicht juist voor die laatste categorie. Ieder jaar worden zij afgerekend op de vraag of de markt is verslagen. En dat is maar al te vaak een pijnlijk moment. Citywire, de Engelse onafhankelijke nieuwssite voor fondsbeleggers, legde de resultaten over 2010 van duizenden actief beheerde beleggingsfondsen langs de meetlat. En kwam tot de conclusie dat meer dan de helft van de fondsmangers zijn

geld niet waard is, net als in 2009 en 2008.

In een enkel geval presteert een meerderheid beter dan de index. In 2010 was dat het geval voor fondsen die beleggen in aandelen in Groot-Brittannië. In 2009 was dat het geval voor Amerikaanse en Japanse aandelen en in 2008 alleen voor

Europese aandelen. Zelden presteert meer dan 40 procent van de fondsbeheerders beter dan de markt. Vooral succesvol beleggen in opkomende landen blijkt een hele opgave.

Bedenk daarbij dat de fondsmangers die wel een outperformance behaalden dat zelden jaar op jaar doen. Dat stelt een belegger die op zoek is naar een actieve fondsbeheerder die consistent de markt verslaat en van waarde is voor die belegger, voor een welhaast onmogelijke taak. Het nieuwe jaar is begonnen, voor fondsmangers een nieuwe ronde. Maar of dat voor beleggers in actieve fondsen nieuwe kansen biedt, valt te betwijfelen. ■

Percentage aandelenfondsen die de index versloegen per

Categorie	2010	2009	2008
Verenigde Staten	26%	59%	22%
Europa	46%	27%	53%
Wereldwijd	28%	40%	28%
Groot-Brittannië	64%	37%	44%
Japan	39%	68%	20%
Opkomende landen	31%	23%	30%

Bron: <http://www.citywire.co.uk/>

GEACHTE LEZER,

De VEB heeft een succesvol 2010 achter de rug en de vooruitzichten zijn positief. Toch lijdt de VEB al jaren een operationeel verlies. De contributieopbrengsten zijn structureel lager dan de kosten. Dankzij de sterke balans (incidentele opbrengsten van schikkingen) is dit geen imminent probleem. Toch is het voor de continuïteit essentieel dat de VEB kostendekkend werkt.

Ledengroei moet zorgen voor hogere contributieopbrengsten. Daarnaast proberen we kosten te reduceren. De opmaak, druk en verzending van Effect kosten meer dan een miljoen euro per jaar. Om de kosten te drukken zonder inhoudelijke concessies te doen, zijn de volgende initiatieven genomen:

- Het contract met de drukker is heronderhandeld.
- De omslag is van hetzelfde papier als het binnenwerk.
- Effect wordt op testbasis zonder sealing (plastic) verstuurd.

Bovenstaande ingrepen schelen jaarlijks ongeveer 100.000 euro.

We hopen op uw begrip, VEB