

WOLTERS KLUWER

SPINT GAREN BIJ WISPELTURIGE PRESIDENT TRUMP



Bestuursvoorzitter
Nancy McKinstry

Wolters Kluwer creëert al jaren aandeelhouderswaarde. Dat is vooral te danken aan de innige relatie met de klant. De kleine positie in opkomende markten is wel een punt van zorg.

Dat Trump wereldleider is geworden heeft de glazen bol van veel topmannen een beetje troebeler gemaakt. De meeste beursgenoteerde bedrijven wijzen op toegenomen onzekerheden waardoor ook het risico toeneemt dat financiële doelstellingen niet zullen worden behaald.

Geef de topmannen eens ongelijk. Als Trump zijn dag niet heeft, kan hij zomaar een tweet de wereld in slingeren waarin hij aandringt op de invoering van handelsbarrières, vanuit het niets roept hij bedrijven op om meer (Amerikaans) personeel aan te nemen, en als Trump de prijzen die een bedrijf in rekening brengt te hoog vindt, laat hij dat ook iedereen onverwijd weten.

Wolters Kluwer behoort tot de

weinig bedrijven die denken te kunnen profiteren van de wispelturige Amerikaanse president. Elke keer dat er een nieuwe wet of regel wordt ingevoerd rinkelt de kassa op het hoofdkantoor in Alphen aan den Rijn. Of zoals topvrouw Nancy McKinstry aangeeft: de belangrijkste taak van Wolters Kluwer bestaat uit het "helpen klanten verandering door te gidsen".

Wolters Kluwer levert kort gezegd gespecialiseerde informatie aan advocaten, financiële professionals en zorginstellingen. Het bedrijf is onder meer de grootste juridische uitgever in Europa. In de Verenigde Staten is het de op een na grootste speler in de fiscale sector en gezondheidszorg.

Het verdienmodel van Wolters Kluwer is het afgelopen decennium gewijzigd van papieren uitgaven

(nu 15 procent van de groepsomzet) naar digitale producten (73 procent). Tien jaar geleden was het aandeel papier nog meer dan de helft. Het strategisch plan van het bedrijf is om verder te investeren in de groeiende digitale producten waarmee de mix van activiteiten verder verschuift.

Wolters Kluwer's rendement op geïnvesteerd kapitaal (ROIC) ligt met meer dan 11 procent ruim boven de kostenvoet van kapitaal van 8,5 procent. De innige relatie met klanten die gebruikmaken van de gegevens van Wolters Kluwer houdt de concurrentie buiten de deur en lijkt dit rendement, in ieder geval vooralsnog, boven de kapitaalkosten te houden.

CONTENT BLIJFT KING

"Wolters Kluwer heeft de dikke gidsen met gespecialiseerde informatie, waar het groot mee werd, achter zich gelaten. Al die kennis zit in softwarepakketten die we nu aan klanten verkopen", aldus financieel directeur Kevin Entricken bij een strategiepresentatie enkele jaren geleden.

Entricken geeft verder aan dat 'content' nog altijd de kern is van het in 1889 opgerichte bedrijf. "Er zit in dit bedrijf heel veel kennis van sectoren. Alleen de manier waarop we die met de wereld delen, is veranderd."

Wolters Kluwer's concurrentievoordeel bestaat uit verzamelde data en informatie die worden omgezet in digitale diensten aan bedrijven – denk aan softwareprogramma's en applicaties voor tablets en mobiele telefoons. Naar eigen zeggen levert Wolters Kluwer aan 90 procent van de grootste banken wereldwijd, aan 100 procent van de grote accountantskantoren in de Verenigde Staten en aan een miljoen medisch

Dit artikel is een bewerking van een analyse van de VEB-Barometer waarin het potentieel van Wolters Kluwer aan de hand van zeven beleggingscriteria wordt ingeschat. Voor dit artikel is ingezoomd op het criterium duurzame concurrentievoordelen.

Het volledige Barometer rapport vindt u op

www.veb.net/

bedrijven-barometer waar u ook meer kunt

lezen over het Barometercriterium corporate governance. De vijf andere criteria worden hierna kort beschreven voor Wolters Kluwer: