



Nike

na koersval aantrekkelijk gewaardeerd

Nike houdt zich bezig met het ontwerpen en verkopen van sportschoenen, sportkleding en sportartikelen. **De productie is uitbesteed en vindt vooral in Azië plaats.**

De Verenigde Staten is goed voor 44 procent van de omzet, West-Europa voor 18 procent en China voor 12 procent, opkomende markten exclusief China eveneens voor 12 procent terwijl de resterende 14 procent van de omzet voor het grootste deel in Japan en Oost-Europa behaald wordt. Het merk Converse is ook in handen van het Nike-concern, en is goed voor 6 procent van de omzet.

Een interessante ontwikkeling bij Nike vormt de aanhoudende sterke omzetgroei via de eigen kanalen. Hierbij gaat het naast de

websites om de eigen filialen waarvan er inmiddels 1.142 zijn. Aan deze stevig groeiende *Direct-to-Consumer*-verkopen, inmiddels goed voor bijna een derde van de omzet, verdient Nike bovengemiddeld goed.

STERKE POSITIE

De marktpositie van Nike is behoorlijk goed en dat is vooral terug te voeren op de combinatie van een sterke merknaam en schaalgrootte. In de Verenigde Staten, Europa en China is Nike marktleider. Met name in de volwassen markten als de Verenigde Staten en Europa geldt



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 aandelen Nike.

dat de marktaandelen van de grote spelers in de sector behoorlijk stabiel zijn en vergeleken met tien jaar geleden nog wat zijn gegroeid.

Met een omzet van 35 miljard dollar is Nike veel groter dan de nummer twee Adidas (omzet 20 miljard dollar) en de nummer drie Under Armour (5,5 miljard dollar). Zowel Nike, Adidas als Under Armour spendeerden afgelopen jaar afgerond 10 procent van de omzet aan marketing. Doordat Nike's omzet het grootst is, zijn de bedragen bij Nike in absolute termen ook het grootst en weet dit bedrijf in de meeste grote sporten de beste atleten aan zich te binden. Voetballer Cristiano Ronaldo, basketballer LeBron James en tennisser Roger Federer lopen allemaal met het zeer bekende 'Swoosh'-logo van Nike op hun kleding. Nike zelf spreekt wat dergelijke sponsoring betreft overigens over 'demand