



Informatieconcern Wolters Kluwer begint steeds meer te lijken op het Hotel California van de beurs. Eenmaal klant betekent (bijna) altijd klant, dus ook in coronatijd. Die vaste klantenbasis zorgt voor marktmacht en regelmaat, precies de saaiheid waarnaar beleggers op zoek zijn.

Het was klare taal die bestuursvoorzitter Nancy McKinstry onlangs bezigde tijdens een toelichting op de halfjaarcijfers aan een groep analisten. De omzet uit fysieke uitgaven (*print*) die door de coronacrisis verloren was gegaan, komt niet meer terug. Het was een reflectie op de forse daling in

de afgelopen maanden van de verkoop van boeken als wetbundels en studieboeken met 27 procent en printabonnementen (waaronder vaktijdschriften *Arbeidsrecht* en *Ondernemingsrecht*) met 12 procent.

De teruggang van de printuitgaven is een fenomeen waarmee Wolters Kluwer al jaren te maken heeft. Ruim een decennium



Het rendement op geïnvesteerd kapitaal (ROIC: 12 procent) van Wolters Kluwer ligt hoger dan de kostenvoet van het kapitaal (WACC) van 8 procent. De verschillen in rendement per divisie zijn echter groot. Zo behaalde het onderdeel Governance, Risk & Compliance het afgelopen jaar een ROIC van liefst 16 procent, terwijl het onderdeel Legal & Regulatory met 6 procent de kapitaalkosten niet eens weet goed te maken (zie de afbeelding op pag 19).

geleden kwam de helft van de omzet nog uit print, inmiddels is dit percentage gezakt tot 7.

Rouwig hoeven beleggers niet te zijn over die trend waaraan de coronapandemie een extra zet heeft gegeven. Wolters Kluwer is uiterst succesvol gebleken in het vervangen van fysieke omzet door digitale, en dat laatste is ook nog eens een stuk winstgevender.

De in augustus gepubliceerde halfjaarcijfers waren daarvan een goede illustratie. Het grootste gedeelte van de omzet (ruim 70 procent) van Wolters Kluwer is behaald met digitale abonnementen die aan medici, fiscalisten en advocaten worden aangeboden. In het eerste halfjaar steeg de omzet van dergelijke diensten met