

HENDRIK OUDE NIJHUIS KIJKT NET ALS WARREN BUFFETT GRAAG NAAR DE VOLGENDE WAARDE-RINGSMAATSTAVEN:



> RETURN ON INVESTED CAPITAL (ROIC)

Deze ratio wordt berekend door het bedrijfsresultaat te delen door het geïnvesteerde kapitaal. De ROIC geeft aan in welke mate een bedrijf uitblinkt in het verdienen van geld. Bedrijven met een hoge ROIC hebben vaak een duurzaam concurrentievoordeel.



> EARNINGS YIELD (EY)

Deze ratio wordt berekend door het bedrijfsresultaat te delen door de beurswaarde waarbij een correctie is aangebracht voor eventuele schulden en cash. Omdat gerekend wordt met het bedrijfsresultaat en gecorrigeerd wordt voor de balanspositie is de Earnings Yield een betere maatstaf om de waardering van verschillende aandelen met elkaar te vergelijken dan de meer bekende koers-winstverhouding.



ROSS STORES

kledingwinkel voor koopjesjagers

Fortune 500-bedrijf Ross Stores is een winkeluitbater met een indrukwekkende omzet van 18,7 miljard dollar. De afgelopen vijftien jaar behaalde het aandeel een rendement van ruim 17 procent op jaarbasis. Met de vele online partijen die kleding en huisraad verkopen en thuis afleveren is er veel concurrentie, maar Ross biedt een unieke propositie: echte merkproducten tegen flink gereduceerde prijzen.

Het Amerikaanse Ross Stores verkoopt met name kleding. De discountretailer onderscheidt zich door een breed en snel wisselend assortiment, met merken die normaliter in luxe warenhuizen worden verkocht. De prijzen bij Ross liggen echter 20 tot 70 procent lager. Het bedrijf koopt regelmatig en tegen flinke kortingen overtollige voorraden op van fabrikanten of van retailers die failliet zijn gegaan.

Het bedrijf heeft twee retailconcepten: Ross Dress for Less (1.693 filialen) en dd's DISCOUNTS (323 filialen). Qua assortiment kennen beide ketens overlap, maar met dd's DISCOUNTS richt Ross Stores zich nadrukkelijk op jongere, minder kapitaalkrachtige consumenten. Die winkels bevinden zich vooral in de steden, terwijl Dress for Less meer in grote winkelcentra zit.

ALLES VERKOCHT

Voor kledingbedrijven is Ross

een aantrekkelijke partij om mee samen te werken, omdat de discounter direct betaalt, ermee instemt geen producten retour te sturen en flinke volumes kan afnemen. Voor de consument biedt dit de mogelijkheid merkkleding te kopen tegen een uiterst scherpe prijs. Het snel wisselende assortiment maakt dat de gemiddelde klant meerdere keren per maand een Ross-winkel bezoekt.

De hoge omloopsnelheid van de inventaris wordt ook bewerkstelligd door de prijzen net zo