

Quote



'Het aandeel Tesla gaat naar nul'

Aldus de Zwitserse beleggingsanalist Marc Faber, ook bekend als Dr. Doom.

Volgens Faber zullen traditionele autoproducenten als Mercedes, BMW en Toyota de markt voor elektrische auto's voor zich opeisen zodra deze groot genoeg is. Zij hebben volgens Faber veel meer middelen om efficiënt op grote schaal auto's te produceren.

VRAAGTEKENS BIJ WINST BASIC-FIT

De nog maar net beursgenoteerde sportschoolketen Basic-Fit groeit stormachtig. De omzet over de eerste helft van het jaar ging met 29 procent vooruit tot 124 miljoen euro. Het bedrijfsresultaat (ebitda) groeide zelfs met 39 procent tot 37 miljoen euro, onder meer door de opening van dertig nieuwe clubs.

Maar er zijn twijfels gerezen over de berekening van dat resultaat. Door afspraken tussen Basic-Fit en haar twee belangrijkste leveranciers – Technogym en Matrix – is voor beleggers lastig te beoordelen in hoeverre het ebitda-resultaat inzicht geeft in de operationele prestaties. Een belegger zou uit informatie in het



prospectus kunnen opmaken dat leveranciers geen korting geven bij de aanschaf van fitnessapparaten zoals gebruikelijk in de sector, maar een bijdrage leveren aan de marketinguitgaven van Basic-Fit in ruil voor aandacht van de merken Technogym en Matrix in reclamecampagnes.

Volgens ingewijden in de sector kunnen kortingen op fitnessapparaten oplopen tot meer dan 50 procent van de catalogusprijzen. Door de kortingen als marketingbijdragen te verwerken, wordt deze kostenpost gedrukt, hetgeen de winst een impuls geeft. Doordat de winst weer de belangrijkste bouwsteen van de ebitda is, krijgt deze maatstaf ook een zetje in de rug. Tegelijkertijd leiden deze afspraken ertoe dat de op de ba-

lans opgevoerde bedragen van fitnessapparaten mogelijk hoger zijn dan wanneer met reguliere kortingen zou worden gewerkt.

In het prospectus, dat Basic-Fit begin juni dit jaar vanwege haar beursgang publiceerde, staat dat de "netto-marketingkosten" over vorig jaar 8,8 miljoen euro bedroegen. Maar Basic-Fit geeft beleggers geen inzicht in hoe hoog de marketingkosten zouden zijn als de "kick-backs" van de leveranciers niet worden meegenomen. Hierdoor kunnen beleggers moeilijk inschatten wat de groei van Basic-Fit waard is.

De VEB heeft een uitnodiging van Basic-Fit geaccepteerd om nader over deze kwestie te spreken. Wordt vervolgd.

GEERT SCHAAIJ-EFFECT VALT MEE

Dirk Gerritsen, auteur van onder meer *Fabeltjes over Beleggen* en verbonden aan de Universiteit Utrecht, kwam onlangs via website IEX naar buiten met een klein onderzoek naar het vermeende 'Geert Schaaïj'-effect.

Het was beleggers namelijk opgevallen dat de aandelen die Schaaïj op zondagochtend tipt in het televisieprogramma *Business Class* het de dagen daarna vaak goed doen. En daarvoor soms

ook al, wat natuurlijk verdacht is. Gerritsen kwam tot de volgende conclusie: Schaaïj bespreekt vooral aandelen die al wat aan het stijgen zijn, en de besproken aandelen stijgen na de uitzending met gemiddeld 1 procent door. Wie bij beursopening op maandag koopt, kan tegen een slotkoers uitstappen met een winst van gemiddeld 0,4 procent. Langer vasthouden voegt volgens Gerritsen weinig toe. Het Geert Schaaïj-effect bestaat dus, maar is van korte duur.



Foto: Sake Elzinga Photography/HH