

WINST

is een mening

Niet iedere webwinkelier die verkoop van zijn shop overweegt, denkt daar op hetzelfde moment aan. De één kan daarvoor meer tijd inruimen dan de ander. Toch is het juiste verkoopmoment van belang voor de waarde van de winkel. Daarbij spelen zowel in- als externe factoren een rol. Welke omstandigheden kun je beïnvloeden om een zo hoog mogelijke opbrengst van je webshop bij een verkoop te realiseren? Hier een aantal fiscale en juridische tips, en suggesties om die waarde te optimaliseren.

In overnameprocessen zie je nogal eens dat er onduidelijkheid is over het begrip 'winst'. Koper en verkoper denken er beiden een duidelijk beeld bij te hebben, maar die beelden blijken in de praktijk lang niet altijd overeen te komen. Vreemd? Je ziet dat verschillende partijen er een eigen begrip bij hebben. Het antwoord op de vraag 'Wat is de winst?' hangt dus af van aan wie je deze vraag stelt. Vandaar de gevleugelde uitspraak dat winst 'een mening' is.

Winst en webshopwaarde

Een correct en overeenkomend begrip van winst is echter wel essentieel: in veel gevallen wordt er namelijk een inschatting van de waarde van een winkel gemaakt op basis van een zogenaamde multiple (waarde = multiple x winst). Op de theorie achter

multiples en het gebruik ervan valt het nodige af te dingen, maar het is een feit dat ze in de praktijk veel worden toegepast en dat de onderliggende definitie van het begrip 'winst' dus van belang is.

Hoe kun je winst in een overnamesetting het beste benaderen? Dit artikel beschrijft het aan de hand van de drie voornaamste oorzaken van meningsverschillen: de definitie van winst, normalisaties en de ondernemersbeloning.

1 WINSTDEFINITIES

'Wat is de winst?', is meestal de beginvraag van kopers tijdens het eerste contactmoment met de verkoper van een winkel. 'En hoe is deze berekend?', volgt daar meestal al snel op. Dat zijn twee logische vragen, want over allebei is nogal eens wat ruis op de lijn en dat kun je in het overnameproces

het beste zo snel mogelijk verhelpen. Er zijn verschillende winstdefinities die worden toegepast. De meest voorkomende zijn:

Ebitda – *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation & Amortization*. Oftewel de winst voor rente, belastingen en afschrijvingen. Dit noemt men ook wel de operationele winst en is de beste toepassing wanneer je de winst van bedrijven wilt vergelijken met verschillende financieringsvormen (before interest), onder verschillende belasting regimes (before tax) en met verschillende activa utilisatie (before depreciation and amortization).

Ebit – *Earnings Before Interest and Taxes*. Oftewel de winst voor rente en belastingen. Het verschil met de Ebitda is dat bij Ebit de afschrijvingen wel worden meegenomen. De Ebit wordt ook wel het bedrijfsresultaat genoemd.

Nettowinst – Wanneer met de Ebit de te betalen en ontvangen rente is verrekend en er de belasting (VPB) van is afgetrokken, resteert de nettowinst.

In de praktijk zie je dat het verschil tussen Ebitda en Ebit voor webwinkels beperkt is: er zijn meestal relatief weinig activa om op af te schrijven. De winkel kan als immateriële activa op de balans staan en de voorraad kan als vlottende activa (deels) worden afgeschreven. De impact hiervan is over het