



EIGEN UREN
MOET JE
MEEREKENEN

Geen handjeclap

Webshophouders blijken de vrije kasstromen in hun prognoses vaak niet te corrigeren voor hun eigen uren en dat is wel de bedoeling. De geïnvesteerde tijd is noodzakelijk voor de realisatie van de kasstromen en moet daarom worden meegerekend.

De Discounted Cash Flow volgt een duidelijke redenering naar een waarde. Gebruik een waardering dan ook vooral om een inhoudelijke discussie te kunnen voeren over de prijsstelling. Anders komt een onderhandeling snel neer op handjeclap en dat is niet de manier om de overdracht te realiseren van een webshop waar je je ziel in zaligheid in hebt gestoken (of gaat steken). •

Sander Scholten is medeoprichter van Webshopovername.nl.

WAARDE VAN EEN WEBSHOP BEPALEN

Variabele 1: De vrije kasstromen

De vrije kasstroom is het geld dat jaarlijks aan de webshop kan worden onttrokken zonder dat het geld genererend vermogen in gevaar komt. Deze *free cash flow* wordt berekend door de bedrijfswinst (ebit) te corrigeren voor belastingen, rente, afschrijvingen, mutaties in voorzieningen/werkkapitaal en (des)investeringen. Dat klinkt lastig, maar in de praktijk valt dat mee omdat deze correcties voor veel webshops beperkt van toepassing zijn (er is bijvoorbeeld geen voorraad waarop moet worden afgeschreven).

Variabele 2: De kosten van het geïnvesteerde vermogen (rendementseis)

De rendementseis bepaalt welk rendement tegenover de risico's moet staan. Zoals voor de meeste bedrijfsbranches een specifieke 'premie' bestaat, zo kunnen we voor webwinkels een eigen premie hanteren. Per webshop wordt die webshoppremie gecorrigeerd voor de sterke/zwakke punten van deze onderneming, zoals:

- de mate van afhankelijkheid van leveranciers
- de samenstelling van de bezoekersstromen
- de aanwezigheid van toetreding barrières.

Het is raadzaam te rekenen met een planperiode van drie jaar en de restperiode op twee jaar te limiteren, omdat webshop(houder)s met veel ontwikkelingen in een veranderende markt te maken hebben.

Voorbeeld

Stel, ik moet twee webshops waarderen met dezelfde vrije kasstroom van 10.000 euro per jaar. De ene werkt op basis van dropshipping, bestaat minder dan een jaar en is voor 90 procent afhankelijk van AdWords. De andere voert een eigen productlijn, bestaat acht jaar en ontvangt vooral organisch verkeer.

Het vereiste rendement van de eerste shop zou op 40 procent kunnen uitkomen en van de tweede shop op 20 procent. De tweede shop is volgens de DCF-berekening dan bijna het dubbele (30.000 euro) waard van de eerste shop (16.000 euro).