



**Webshopovername.nl**

Webshopovername Brochure

# Make or Buy

---



**thuiswinkel**  
business partner

WebshopOvername.nl  
[www.webshopovername.nl](http://www.webshopovername.nl)

Burg. Haspelslaan 13  
1181NB Amstelveen

# Make or Buy

---

## Zelf starten of neem je een webshop over?

Veel van de huidige online ondernemers zijn gestart met niets en bouwden zelf in de loop der jaren stapje voor stapje hun onderneming uit tot een bloeiende webwinkel. Omdat e-commerce een relatief nieuwe branche is, was dat misschien ook wel de enige mogelijkheid.

Maar de markt is volwassen geworden: niet alleen zijn er meer webshops met volume, ook de partijen achter deze shops werken professioneler en hun bedrijven zijn beter overdraagbaar geworden. Met deze toenemende maturiteit is het aantal 'overnameprooiën' toegenomen en daarmee de keuzemogelijkheden voor een startende webwinkelier. Want waar in de rest van het bedrijfsleven de 'make or buy' beslissing voor starters een gegeven is, wordt deze nu ook in de e-commerce branche relevant.

## Make or Buy

Wanneer je online gaat ondernemen heb je de keuze om vanaf scratch zelf een webshop op te bouwen of een bestaande webshop over te nemen. Dit is de klassieke 'make or buy' bedrijfsbeslissing waarmee de kosten en voordelen van het zelf opzetten worden afgewogen tegen het overnemen van een bestaande webshop.

In dit artikel zal een fictieve casus worden uitgewerkt, waarin de 'make' optie wordt uitgezet tegen de 'buy' optie. Met deze redenering kun je zelf een vergelijkbare afweging maken. Maar bedenk dat details en cijfers per ondernemer en overnameprooi verschillend zullen zijn. De casus is een visie op de logica van de keuze voor een overname. *Bekijk zelf in hoeverre de berekening voor jou en in de branche waarin jij gaat ondernemen representatief is.*

## Start from scratch

Het belangrijkste argument voor een overname, is dat een starter niet zomaar op hetzelfde niveau staat als een bestaande onderneming. Dat heeft verschillende oorzaken: een webshop moet technisch en bedrijfsmatig worden opgebouwd, leveranciers moeten worden gezocht en de zoekmachines gunnen een nieuwe webshop niet direct goede posities: linkprofiel, historie en goede content moeten worden opgebouwd. Reken (afhankelijk van de concurrentie) zeker op één tot anderhalf jaar voordat je goede posities op de eerste pagina van Google hebt. Tot die tijd komen bezoekers vooral via betaalde kanalen, wat een impact heeft op de marge.

Neem daarbij mee dat er een kans is dat je webshop nooit op hetzelfde punt terecht komt als bestaande ondernemingen: het risicoprofiel is dus (fors) hoger!

## Inleiding casus

De casus gaat uit van een bestaande webwinkel en een starter die 2 jaar nodig heeft om op hetzelfde punt te komen als de bestaande webwinkel. Om de berekening niet te complex te maken, wordt er geen rekening gehouden met de groei die meestal volgt op een overname.

## Uitgangssituatie

Het beginpunt voor iedere starter is de keuze of men een webshop laat bouwen. Een logische keuze zou zijn om te starten met hosted webshopsoftware (Lightspeed, CCV-shop). Start je direct met een custom webwinkel op basis van Magento, dan kijk je zomaar naar een investering van €15.000. We gaan ervan uit dat de starter na 2 jaar het doelomzetniveau heeft bereikt en in de tussentijd de keuze heeft gemaakt voor een complete webwinkel.

Voor de vergelijking dient een bestaande onderneming die 60% van de bezoekers ontvangt via 'gratis' kanalen (direct, nieuwsbrief, organisch). De overige 40% wordt ingekocht via Adwords en affiliate partners. Deze campagnes zijn in de loop der jaren geoptimaliseerd en per conversie betaalt de webwinkelier nu 4 euro.

De starter moet initieel alle traffic inkopen. De aanname is dat hij in de loop van 2 jaar (lineair) in staat is om op dezelfde bezoekersstatistieken te komen als de bestaande onderneming. Verder wordt aangenomen dat de starter initieel gemiddeld 6 euro per conversie betaalt en dit in het tweede jaar heeft geoptimaliseerd naar 4 euro.

## Casus berekening

Indien het gemiddelde orderbedrag identiek is (€60) en de starter zich in 2 jaar lineair weet te ontwikkelen naar hetzelfde aantal orders (400/maand), dan heeft de starter meer uitgegeven aan ingekochte bezoekers dan de bestaande onderneming: om na 2 jaar op hetzelfde niveau te zitten, heeft de starter €19.000 meer uitgegeven.

Tel daarbij op dat de starter over diezelfde periode €300.000 omzet heeft behaald (van €0 naar €24.000 per maand) en dat de bestaande onderneming over deze periode €576.000 omzet heeft geboekt (stabiele omzet van €24.000 per maand) en je ziet dat de starter niet alleen meer marketingkosten heeft moeten maken, maar bovendien minder omzet wist binnen te halen. De starter heeft dus zowel relatief als absoluut minder marge gemaakt: over het verschil in omzet gaat dit bij een nettomarge van 8% om €22.080 extra die de starter mist.

Daarnaast ontvangt een bestaande onderneming van leveranciers reeds volumekortingen en als starter moet dit worden opgebouwd: als beide dezelfde verkoopprijzen hanteren, is de marge van de starter logischerwijs minder. Dus niet alleen de omzet over deze periode is €267.000 minder, ook aan de inkoopkant blijft er marge liggen: als de starter begint zonder korting en in 2 jaar lineair groeit naar hetzelfde kortingsniveau (zeg 24%), dan heeft hij bij een brutomarge van 45% (omzet minus directe inkoop) over dezelfde inkoop (€165.000 op €300.000) €12.650 minder korting gehad en dus €12.650 minder marge.

Een overgenomen webwinkel bevat verder veel impliciete kennis, bijvoorbeeld in de vorm van optimalisaties (het bestelproces, de opbouw van pagina's en het resulterende conversiepercentage) en het assortiment. Een overgenomen webshop heeft een (order)historie waarin het assortiment is geoptimaliseerd en daarmee is er minder kans op merken/producten die niet werken. Een starter moet deze kennis nog opbouwen. Dat kost niet alleen tijd, maar ook leergeld. Wanneer de starter 2 jaar nodig heeft om vanaf een conversiepercentage van 1% op hetzelfde conversiepercentage te komen als de bestaande onderneming (2%), dan is over die 2 jaar €21.950 meer uitgegeven aan de betaalde kanalen om de omzet te boeken.

Afsluitend moet niet worden vergeten dat de bestaande onderneming direct een positieve cashflow heeft waarmee salaris kan worden uitbetaald! De starter zal het eerst waarschijnlijk zonder salaris moeten stellen, maar de uren die hij in de onderneming steekt zijn wel kosten. Dit element wordt vaak over het hoofd gezien, maar moet meegewogen worden.

## Resultaat

In de casus zijn de belangrijkste punten benoemd voor de Make or Buy beslissing van webshopkopers. Deze is niet alomvattend en in jouw specifieke situatie zijn unieke punten van toepassing. Neem deze mee in je eigen berekening en voer die zo uitgebreid mogelijk uit. De uitkomst is geen exacte wetenschap, maar de gedachtegang die je volgt voegt wel veel waarde toe in je aankoopoverwegingen.

Op basis van de aspecten in deze berekening, lijkt de starter die het is gelukt om in 2 jaar op hetzelfde omzetniveau te komen als de bestaande onderneming €90.680 minder marge te hebben gemaakt, waarvan €68.600 gerelateerd is aan directe kosten op een grosso modo halve omzet.

## Risico's

Voeg daar de overweging aan toe dat uit onderzoek van prof. Lex van Teeffelen blijkt dat na 5 jaar nog 90% van de overgenomen ondernemingen bestaat, terwijl van de starters meer dan 50% niet meer bestaat. Met andere woorden: het risico op falen is voor overgenomen ondernemingen lager dan voor starters. De nieuwe onderneming moet bovendien nog maar bewijzen dat hij op het niveau komt van de bestaande onderneming.

Aan de andere kant dien je bij een overname wel een (grotere) som geld op tafel te leggen. Dat moet gefinancierd kunnen worden en er zit een risico aan. Om een bestaande webshop over te nemen die jaarlijks €300.000 omzet draait en hier na aftrek van kosten €23.000 aan overhoudt, kan aan een (hypothetische) overnamesom worden gedacht van €75.000. Als de webshop minder goed draait, dan moet je met minder inkomsten wel diezelfde investering terugverdienen.

En vergeet niet dat bij een overname vaak voorraad wordt overgenomen. Als koper heb je dan een kennisachterstand: want hoe courant is die voorraad? Dit is een extra risico om mee te wegen.

## Conclusie

Met het volwassen worden van de e-commerce markt ontstaan er nieuwe manieren om te starten met online ondernemen. Het verruimt de mogelijkheden voor nieuwkomers die bovendien minder risico willen nemen en vanaf de eerste dag graag cashflow zien.

Of de keuze valt op het 'make' scenario of het 'buy' scenario is aan de koper. Het is te kort door de bocht om te stellen dat een overname altijd een betere keuze is dan zelf starten. Maar dit artikel overtuigt kopers hopelijk om wel goed over deze beslissing na te denken en grondig door te rekenen. Alleen dan valt goed in te schatten of de directe investering van een overname en het bijbehorende risico opwegen tegen de hogere marge en lagere kosten.



**Webshopovername.nl**



Bekend van:

