

# Profit is an opinion, cash is a fact

Webshopwaarde is een onderwerp dat elke webwinkeleigenaar aanspreekt – ook wanneer hij nu niet denkt aan (ver)koop. Maar hoe bepaal je die waarde? Hieronder een aantal nuttige inzichten waarmee op korte termijn op waarde kan worden gestuurd en op langere termijn een hogere verkoopprijs kan worden gerealiseerd.

‘Wat is mijn webwinkel waard?’ is een vraag zonder gemakkelijk antwoord. Enerzijds omdat vuistregels als ‘x keer de jaarwinst’ niet het antwoord zijn en anderzijds omdat het antwoord gevoelig ligt en vaak discussie oplevert.

## Waarde is een mening

Om bij de basis te beginnen: wat is eigenlijk waarde? Volgens econoom Jan Vis slaat het begrip (economische) waarde op het bedrag dat we toekennen aan een onderneming door de verwachte toekomstige inkomsten te corrigeren voor tijd en risico.

Waarde is dus geen hard objectief begrip: de waarde wordt namelijk bepaald op basis van inschattingen en is daardoor per definitie subjectief. Waarde is dus een mening, zou je kunnen zeggen. Dat is misschien een teleurstelling, maar bedenk dat een koper en een verkoper altijd een verschillende waarde (hun mening) moeten toekennen aan een webshop om tot een deal te komen: beiden willen er immers beter van worden. Waarde is dan ook vrijwel nooit hetzelfde als prijs.

## Discounted Cash Flow

Maar welke methode hanteer je dan om toch zo objectief mogelijk de waarde van een webshop te bepalen? Daar zijn verschillende manieren voor. Zo kun je de intrinsieke waarde aanhouden of de rentabiliteitswaarde. En in de overnamemarkt zie je verder veel vuistregels (*multiples*), zoals ‘x keer de jaarwinst’.

Het probleem van deze methodes is dat ze alleen naar het verleden kijken. Maar de koper moet zijn investering terugverdienen met toekomstige inkomsten! Met andere woorden: voor de economische waarde moet je vooruitkijken.

De meeste gebruikte methodiek om waarde op die manier te bepalen is de *Discounted Cash Flow* (DCF)-methode. Zoals de naam doet vermoeden, worden hiermee toekomstige kasstromen (cash flow) contant gemaakt door ze af te zetten tegen de kosten die moeten worden gemaakt om die kasstromen te realiseren.

## Waarde

$$\text{Waarde} = \frac{\text{vrije kasstroom jaar 1}}{(\text{vereiste rendement})^1} + \frac{\text{vrije kasstroom jaar 2}}{(\text{vereiste rendement})^2} + \frac{\text{vrije kasstroom jaar 3}}{(\text{vereiste rendement})^3} + \frac{(\text{vrije kasstroom})^n}{(\text{vereiste rendement})^n}$$

De gedachtegang achter de DCF-methode is dat ‘toekomstig geld’ minder waarde heeft dan huidig geld: want ontvang je liever nu 100 euro of over een jaar? Hoeveel het toekomstige geld minder waard is, hangt af van risicofactoren.

## DCF-formule

Om waarde te bepalen met de DCF-methode zijn drie elementen van belang: geld, tijd en risico. In onderstaande formule (afbeelding Waarde) komen ze vereenvoudigd terug in de vrije kasstromen (geld) en het vereiste rendement (risico & tijd).

De kwaliteit van de uitkomst is afhankelijk van de kwaliteit van de input, dus werk altijd aan de hand van solide businesscases met goed onderbouwde prognoses en analyses.