

dieptepunt gegaan en veel ruimte om de cost-income-ratio te verbeteren is er niet.

Van openlijke bijval, laat staan enthousiasme voor het bod van het Deense Saxo is vooralsnog weinig te merken. Grootaandeelhouder Boron, het investeringsvehikel van John Fentener van Vlissingen, uitte tijdens en voor de vergadering zijn ongenoegen over het als schraal omschreven bod. De VEB liet in de vergadering ook weten het bod, uitgebracht op het dieptepunt van de markt, 'mager' te vinden. Saxo betaalt slechts een fractie meer dan de boekwaarde voor Binck. Dat lijkt niet al te duur. Was dit wel de beste optie voor de beleggersbank en haar aandeelhouders?

Topman Germijns verdedigde de overname door te stellen dat Binck Bank schaalgrootte nodig heeft om sneller te groeien en Saxo en Binck vullen elkaar goed aan – de een is sterk in de zakelijke markt, de ander op retail-gebied.

Een van de eerste zaken die na de fusie onderhanden genomen zal worden, is de beloning van de top. Een wijziging van het beloningsbeleid stond oorspronkelijk voor deze – waarschijnlijk laatste – reguliere vergadering op de agenda, maar werd te elfder ure geschrapt na kritiek van aandeelhouders. President-commissaris Van der Steen liet weten op een later moment met een aangepast voorstel of een betere uitleg terug te komen. Dat zal dan waarschijnlijk in het Deens zijn.

## TAKEAWAY

### MEEST OPVALLENDE THEMA:

Slag gewonnen, klaar voor meer winst

*Eerst de markt veroveren en daarna werken aan winstgevendheid. Takeaway, tussenpersoon bij bezorgmaaltijden, is halverwege deze beproefde tweetrapsraket na de overname van de belangrijkste*

*concurrent in Duitsland. Nu is het tijd voor stap twee: de winstgevendheid verder opkrikken.*

**D**e voortekenen zijn bemoedigend, gezien de marktpositie die Takeaway inmiddels bekleedt. Het bedrijf is marktleider in continentaal Europa, zo bevestigde oprichter en ceo Jitse Groen zijn aandeelhouders tijdens de jaarlijkse bijeenkomst. Het bedrijf kan daardoor profiteren van het netwerkeffect. Deze heilige graal voor netwerkbedrijven werkt als een heus vliegwiel: als het aantal gebruikers toeneemt, stijgt het aantal restaurants en dat trekt vervolgens weer nieuwe gebruikers aan.

Het netwerkeffect moet helpen aan verhoging van de winstgevendheid. Nu Takeaway ook in de Duitsland duidelijk de koppositie te pakken heeft, zal het dankzij haar omvang makkelijker deze



## TAKEAWAY KAN GAAN PROFITEREN VAN NETWERK- EFFECTEN

voorsprong kunnen uitbouwen en behouden. Dankzij meer schaalgrootte lijkt winstgevendheid in Duitsland dan ook slechts nog een kwestie van tijd.

Intussen bouwt Takeaway gestaag aan meer variatie in het dienstenpalet. Afgelopen jaar werd een (relatief) grote overname gedaan in Israël, waardoor Takeaway nu marktleider in dat land is op het gebied van online maaltijdbestellingen bij restaurants, die vooral bij bedrijven worden bezorgd (zogeneten business-to-business).

Daarnaast is er samenwerking met ketens als KFC, Dunkin' Donuts, en AH to Go. De opbrengsten voor Takeaway zijn hier lager, zo gaf de onderneming toe tegenover beleggers, maar het grotere aanbod door het toevoegen van deze ketens aan het platform maakt veel goed.

