

**Een tech-gigant en alom bekend als grootste webwinkel ter wereld.**

Amazon behoeft eigenlijk nauwelijks introductie. Maar toch heeft ieder van de drie bedrijfsonderdelen zijn eigen verhaal. Welk smaldeel is nu eigenlijk het meeste waard? Een ontrafeling van Amazon aan de hand van een som-der-delen-analyse.

**WEBWINKEL VERSUS CLOUDDIENSTEN**

# Waar zit de échte waarde van Amazon?

In 1994 verruilde Amazon-grondlegger Jeff Bezos zijn carrière op Wall Street voor een garagebox in Seattle. Daar startte hij Amazon als online boekenwinkel. Inmiddels is het uitgegroeid tot een van de grootste bedrijven ter wereld met drie onderdelen: de Amerikaanse onlinewinkelactiviteiten, het internationale e-commerce-onderdeel en Amazon Web Services, de clouddienst.

Beleggers zijn nu vooral gefixeerd op deze clouddivisie.

**EEN SOM-  
DER-DELEN-  
ANALYSE LAAT  
ZIEN DAT DE  
WAARDE VAN  
AMAZON VEEL  
MEER IN  
DE ONLINE-  
WINKEL ZIT**

Met een winstmarge van bijna 40 procent en een omzetgroei van bijna 20 procent per kwartaal is dat onderdeel op het eerste oog de absolute sterkhouder.

De cijfers van de “traditionele” webwinkel – nogal altijd goed voor het leeuwendeel van de verkopen – ogen aanzienlijk minder imposant. De omzetgroei is terugggevallen tot zo’n 10 procent en de winstmarge is 5 procent. Het levert een interessante statistiek op: de clouddienst is verantwoordelijk voor slechts 17 procent van Amazons groepsom-

zet, maar tekent vanwege de veel hogere marges voor maar liefst 60 procent van de operationele winst.

**WAARDE IN DE WINKEL**

Voor de e-commercereus zijn de clouddiensten momenteel veel lucratiever dan de webwinkel. Maar is dat onderdeel dan ook veel meer waard? Het antwoord is nee. Een som-der-delen-analyse laat – wellicht verrassend – zien dat de waarde van Amazon veel meer in de onlinewinkel zit

De reden: de winst die Amazon