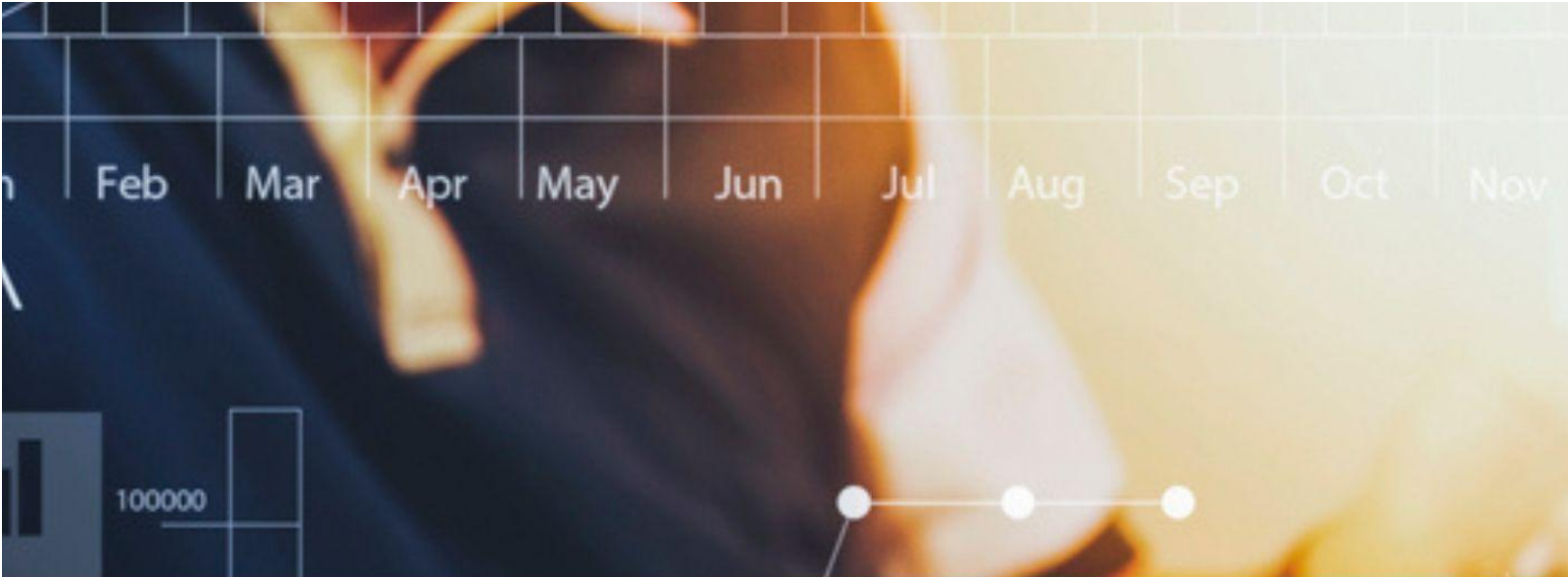




INSIGHT

Waarde optimaliseren
Huis op orde



Claassen, Moolenbeek & Partners

Strategie – Overname – Financiering

INLEIDING

Een sterk bedrijf verkoopt zichzelf niet. Ook met goede cijfers, een stabiel team en een stevige marktpositie is een succesvolle verkoop geen vanzelfsprekendheid. In de derde fase van het verkoopproces draait het om het aantrekkelijk maken van je bedrijf voor potentiële kopers. Door risico's te verlagen en waardevolle elementen zichtbaar te maken, vergroot je de verkoopwaarde en versterk je je positie. In deze insight delen we zeven inzichten uit de praktijk van honderden overnames. Zo zie je waar winst te behalen valt — in waarde, in voorbereiding en in het verloop van het proces.

INZICHT 1 – EEN GOED HUIS VERKOOPT BETER DAN EEN MOOI HUIS

Veel ondernemers beginnen hun voorbereiding op een verkoop met het verbeteren van de buitenkant: een professionele pitch, een vernieuwde website, misschien zelfs een rebranding. Maar een koper kijkt vooral naar wat er onder de motorkap gebeurt. Denk aan een heldere juridische structuur, overzichtelijke financiële huishouding en goed vastgelegde afspraken. Zo werkte een IT-ondernemer jaren met een verouderde bv-structuur met onderlinge leningen en een slapende holding. Toen hij besloot zijn bedrijf te verkopen, bleek een herstructurering nodig om de verkoop überhaupt mogelijk te maken. Uiteindelijk leverde dat ook financieel voordeel op: de koper betaalde ruim € 250.000,- meer vanwege de verbeterde overdraagbaarheid en duidelijkheid.

INZICHT 2 – WAT VOOR JOU WERKT, KAN VOOR EEN KOPER EEN RISICO ZIJN

Veel MKB'ers bouwen hun bedrijf op met oplossingen die intern goed werken, maar die voor buitenstaanders onduidelijk of risicovol zijn. Denk aan mondelinge afspraken met leveranciers, leningen van familieleden of informele klantrelaties. Wat jij als pragmatisch en flexibel ervaart, kan een koper zien als onzeker en niet-afgedekt. In één geval daalde de geboden prijs met 15% nadat bleek dat de grootste klant van een groothandel zonder formeel contract werkte. Door het bedrijf vooraf zelf al aan een due diligence-achtige toets te onderwerpen, kun je dit soort risico's in beeld brengen en oplossen.

INZICHT 3 – NORMALISEREN IS OOK WAARDEVERHOGENDE

Een koper wil weten wat je bedrijf structureel oplevert. Incidentele kosten, privé-

uitgaven en uitzonderlijke baten vertroebelen dat beeld. Door je cijfers te normaliseren — dus onregelmatigheden eruit te filteren — presenteer je een realistischer én aantrekkelijker winstniveau. Een ondernemer die jaarlijks kosten maakte voor een familielid in loondienst, een auto in privégebruik en een ontwikkelproject dat nooit commercieel werd, zag zijn genormaliseerde EBITDA stijgen met € 90.000,-. Met een gangbare multiple van vier betekende dat ruim € 360.000,- extra waarde. Normaliseren is dus geen administratieve exercitie, maar directe waarde optimalisatie.

INZICHT 4 – ROMMELIG BEZIT IS RISICOVOL BEZIT

Als activa op onlogische plekken in de structuur staan, leidt dat tot verwarring en onzekerheid. Dat geldt voor machines die eigendom zijn van de holding terwijl ze in de werkmaatschappij worden gebruikt. Of voor intellectueel eigendom dat niet correct is vastgelegd. In een productiebedrijf leidde zo'n constructie tot vertraging en juridische discussie tijdens de verkoop. Een koper wil precies weten wat hij koopt. Onzekerheid over eigendommen leidt tot aanvullende garanties, lagere biedingen of afhaken.

INZICHT 5 – KLEINE GESCHILLEN KUNNEN GROTE GEVOLGEN HEBBEN

Een sluimerend conflict met een ex-vennoot, een openstaand dispuut met een leverancier of een verouderde claim van een klant: dit soort kwesties komt vrijwel altijd boven tafel tijdens het verkoopproces. In een recent traject werd een vergeten winstrechtenclaim van een oud-partner alsnog onderwerp van gesprek tijdens het boekenonderzoek. De verkoper moest aanvullende garanties afgeven, en het vertrouwen kreeg een deuk. De les: los dit soort zaken op vóór je de markt opgaat. Wat je niet onder controle hebt, komt je duur te staan.

INZICHT 6 – VERGUNNINGEN EN CERTIFICATEN VERLOPEN SNELLER DAN JE DENKT

Veel bedrijven zijn afhankelijk van bepaalde certificeringen of vergunningen, bijvoorbeeld voor specifieke markten of grote klanten. Wat daarbij vaak wordt vergeten, is dat deze niet altijd eenvoudig overdraagbaar zijn — of überhaupt nog geldig zijn op het moment van verkoop. Een dienstverlener met ISO-certificering kwam daar te laat achter: de certificering stond op een andere entiteit en bleek bovendien net verlopen. De koper moest zelf opnieuw het traject ingaan, wat leidde tot vertraging en een lagere waardering. Regel dit dus tijdig, en koppel certificaten aan de juiste entiteit.

INZICHT 7 – BEGIN OP TIJD AAN JE INFORMATIEMEMORANDUM

Een informatiememorandum is veel meer dan een verkoopbrochure. Het is een gestructureerde manier om de koper vertrouwen te geven in je onderneming — mits goed opgesteld. Begin daarom ruim op tijd, zodat je kunt sturen op inhoud. Denk aan onderbouwde prognoses, klantverhoudingen, marktpositie en groeipotentieel. Een ondernemer die dit slim aanpakte, merkte dat kopers gerichter reageerden, de onderhandelingen soepeler verliepen en er sneller werd toegehaapt. Het informatiememorandum is geen formaliteit, maar een strategisch instrument.

AFSLUITING

Een bedrijf is geen huis, maar je kunt het wel verkoopklaar maken alsof het dat is. Door je huis op orde te brengen vóór je naar de markt gaat, verhoog je je aantrekkelijkheid, verlaag je de risico's en vergroot je de uiteindelijke waarde. Dat levert meer op dan alleen een goede prijs: het geeft rust, overzicht en grip op het proces.