

A man in a black suit and blue shirt is shown from the chest down, gesturing with his right hand. The background is white, and the entire image is framed by an orange border.

Stoppen voor een nieuw begin

Over de verkoop van uw bedrijf

Inhoud



1	Redenen om te verkopen.....	2
2	De 4 meest onderschatte factoren.....	4
3	Wie heb je nodig?.....	7
4	Wie koopt mijn bedrijf?.....	9
5	Kan ik het zelf?.....	11
6	Het grote plaatje: de markt van bedrijfsovernames.....	12
7	Waarderen is leuk, maar de koper bepaalt de waarde.....	13
8	Over Company Brokers.....	15

Redenen om uw bedrijf te verkopen

Pensioen

Niet lang geleden zag de wereld er overzichtelijk uit, ook in de wereld van fusies en overnames. Als je ondernemer was dan kwam vanzelf de tijd dat de pensioenleeftijd in zicht kwam. Dat was ook het moment dat bedrijfsopvolging een thema werd in de directiekamer. Maar dat is de laatste jaren sterk veranderd. Het aantal ondernemers dat afstand doet van de onderneming omdat het met pensioen wil, neemt af ten opzichte van verkopers met andere motieven.

Iets anders

Maar sommige verkopende ondernemers willen gewoon iets anders; meer tijd voor de kinderen, een langgekoesterde wens laten uitkomen, een sabbatical of 'tijd voor een nieuw begin'. Daarbij worden ook makkelijker stappen over de branchegrenzen heen gezet. We zien een trend dat kopende en verkopende ondernemers zich meer focussen op de overeenkomsten tussen branches dan op de verschillen. Zo kan iemand met een financiële achtergrond bij een multinational dan ook ineens eigenaar worden van een fabriek. En er zijn ondernemers uit de bouw- of installatiebranche die overstappen naar de zorg of een bed en breakfast beginnen. Vroeger wekte dat verbazing, tegenwoordig kijkt niemand er meer van op. De mobiliteit en flexibiliteit die in de arbeidsmarkt al lang zijn intrede heeft gedaan, zien wij nu ook terug bij bedrijfsoverdrachten.

Voor iedere afzonderlijke ondernemer is er wel een reden om afscheid te nemen van de onderneming. Voor de één is die behoefte sterker dan voor de ander, maar uiteindelijk worden álle ondernemingen ooit overgedragen. De vraag is wanneer dat proces precies begint. Al bij het nadenken erover? Of pas bij het eerste gesprek met een overnameadviseur?

In het volgende artikel kijken we naar de vier meest onderschatte factoren bij de verkoop van een onderneming.



Onderschatte factoren bij de verkoop

Emotie

Wie er lang genoeg over heeft nagedacht, zet zijn bedrijf te koop. Het proces dat daaraan voorafgaat duurt voor de ene ondernemer langer dan voor de andere, maar het effect van dat besluit is voor alle ondernemers gelijk. Het is namelijk het begin van het loslaten, zowel financieel als emotioneel. Dat laatste is ook het meest risicovolle deel van het verkooptraject. Ga maar na: een willekeurige passant stelt zich aan u voor als koper en heeft vanuit een onderhandelingsperspectief kritiek op uw in jaren opgebouwde bedrijf. Niet iedere ondernemer blijft daar even kalm onder. Niet iedere ondernemer kan in die omstandigheid ook objectief en afstandelijk blijven. Emotie is zonder twijfel één van de meest onderschatte onderdelen van het proces van bedrijfsoverdracht.

Prioriteit

Kopers van bedrijven gedragen zich soms net als consumenten in een winkelstraat. Ze shoppen, ze kijken even rond en proeven of proberen wat. Het commitment dat ú al lang op de verkoop heeft, heeft de shoppende koper op de aankoop niet. Zoals een consument een jas in een kledingzaak terzijde legt bij een minuscuul scheurtje in de naad, zo legt de zakelijke kandidaat-koper van een bedrijf uw profiel opzij als er iets 'niet klopt'. Dat 'niet kloppen' is soms ook nog subjectief. Het hangt af van de ervaring van de koper of hij of zij door de imperfecties van uw onderneming heen kan kijken. En net als in de winkelstraat zijn ook bij bedrijfsovernames klanten net mensen. Een jas met een scheurtje erin – hoe klein ook – laten ze liever aan het kledingrek hangen.

Arbeid

Als je na een overname alle geproduceerde telefoon- en whatsappcommunicatie, gespreksverslagen, documenten en e-mails optelt en omrekent naar uren en tarieven, kom je op een flinke hoeveelheid arbeid. Arbeid drukken we dan voor het gemak maar even uit in inspanningen, geleverd in tijd en uitgedrukt in geld. Iedere ondernemer die eerder een bedrijfsovername heeft meegemaakt kan dat beamen. Kopers zijn vooral bezig met risico-inschattingen en risicoreductie. Is er een risico? Dan willen de meeste kopers dat vóór de koop opgelost zien. Zijn er geen risico's voor de koper? Dan bedenken ze die, anders valt er niets op de prijs af te dingen. Kortom, de hoeveelheid werk in een overnametraject is enorm, er is namelijk altijd wat. Utopia bestaat niet.

Wat een prachtig bedrijf heeft u en wat een prestatie heeft u geleverd de afgelopen jaren. Ik zie geen enkele andere uitweg dan de overname van uw onderneming. Als dat niet lukt, dan zijn we reddeloos verloren! Uw bedrijf is perfect, ik kan er niets op afdingen. De jaarcijfers zijn prachtig en helemaal duidelijk. Doet u mij vast uw rekeningnummer, dan maak ik de door u gewenste overnamesom vandaag over.

Tijd

Wat is 'snel'? Onze ervaring is dat een gemiddelde overname tot stand komt tussen de zes maanden en anderhalf jaar. Dat is een behoorlijke bandbreedte, die niet altijd is te voorspellen door voor de hand liggende factoren. Je kunt in een gewilde sector zitten, jarenlang een goed bedrijfsresultaat hebben en toch duurt het langer dan je zou willen. Voor de doorlooptijd van een gemiddeld verkooptraject heeft u uiteindelijk maar één koper nodig. De prijs die hij of zij uiteindelijk betaalt, bepaalt de waarde.

Dan moet die koper er dus wel eerst zijn. Het kan soms even duren voordat uit de kandidaat-kopers iemand naar voren treedt die zowel gemotiveerd is, als de capaciteit en de gelegenheid heeft om met u de deal te doen. Het is niet ongebruikelijk dat voor iedere koper, al tien tot twintig andere kandidaat-kopers zijn langsgeweest.

Als dan die koper zich eenmaal heeft aangediend, dan is er al veel gebeurd. Er is kennisgemaakt, er is informatie uitgewisseld, vragen zijn beantwoord en de intentie tot overname is bevestigd in een intentieverklaring. Daar komt nogal wat externe ondersteuning bij kijken. In het volgende artikel gaan we daar dieper op in.



Wie heb je nodig bij de verkoop van je bedrijf

Genoeg vragen

Wie je inschakelt hangt sterk af van de aard en de omvang van de transactie. Gaat het om een vennootschap met dochtervennootschappen, of met buitenlandse vestigingen? Dan zal er fiscaal wel een en ander moeten worden geregeld. Maar ook de overdracht van een VOF of eenmanszaak roept soms vragen op. Hoe wordt dan de verkoopopbrengst belast? Wat gaan klanten doen als ze vernemen dat hun partner door een concurrent is overgenomen? En hoe kunt u afspraken maken over de overdracht ná het moment van tekenen? Blijft u voor een bepaalde periode aan of wordt een deel van de koopsom door de koper aan u betaald op basis van nog te leveren prestaties? Genoeg vragen en nog veel meer mogelijke antwoorden. De kans dat u hulp moet inschakelen is erg groot.

Eigen bril

En als u dan hulp inschakelt van specialisten, bedenk dan dat ze allemaal door een andere bril kijken. Hun eigen bril. Accountants en juristen kijken vooral naar risico's, wat op zich in een overname weer een nieuw risico vormt. Risicofocus kan een overnametraject namelijk erg kostbaar en soms zelfs onmogelijk maken. Kansfocus daarentegen is net zo gevaarlijk. In een 'snelle deal' vanwege een 'unieke kans' kunnen basale uitgangspunten en afspraken zomaar worden vergeten. De kunst voor koper en verkoper is het vinden van de gulden middenweg: de kans is daarin leidend, met oog voor de reële risico's.

Externe hulp

Uw accountant speelt in de verkoop van uw bedrijf een belangrijke rol. Al bij het te koop zetten van de onderneming moeten daar de jaarstukken en rapportages vandaan komen. Om de fiscale consequenties van de verkoop goed in beeld te krijgen zult u een fiscalist nodig hebben. Een jurist is soms nodig om bepaalde afspraken tussen u en de koper juridisch te toetsen en in sommige gevallen is bij een overname specialistische expertise nodig. Denk daarbij aan de waardering van patenten, merken of klantportefeuilles. Bij bedrijfspanden kan het bijvoorbeeld gaan om bodemonderzoek of energielabels. Die zaken zijn per sector verschillend en vragen om branchekennis en -ervaring als ze onderzocht moeten worden.

Niet onbelangrijk is de vraag wat de koper doet in dit proces. Is dat een ervaren partij, met een structurele aanpak? Of is de overname ook voor de koper onbekend terrein? Er zijn in ieder geval verschillende soorten kopers. Welke dat zijn, behandelen we in het volgende artikel.



Wie koopt mijn bedrijf?

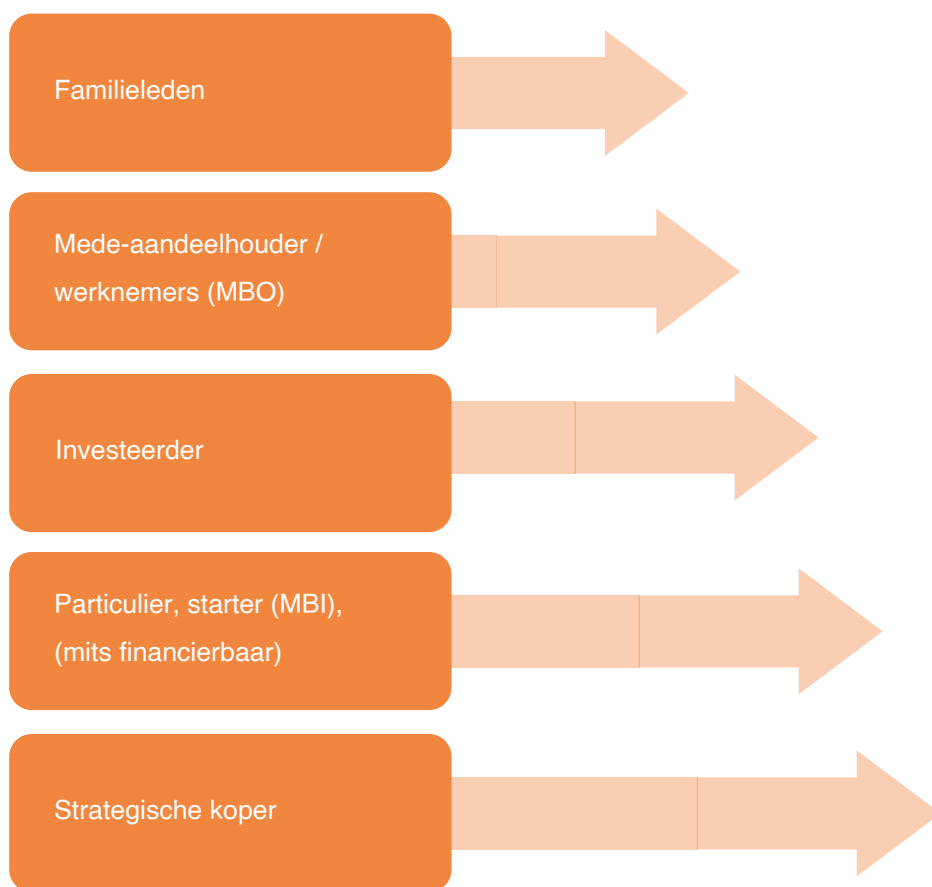
We maken onderscheid naar vijf typen kopers, die gerangschikt kunnen worden naar hun koopmotieven en de uiteindelijke verkoopopbrengst.

Typen kopers

De laagste verkoopopbrengst wordt doorgaans gerealiseerd bij een verkoop aan familieleden (1). Dat is goed verklaarbaar vanuit de gedachte dat continuïteit in die situatie belangrijker is dan geld. Eenzelfde principe geldt voor de overdracht aan medeaandeelhouders of werknemers (2). Dergelijke transacties zijn weliswaar wat zakelijker van aard dan die tussen familieleden, maar ook hier is continuïteit de bepalende factor. Investeerders (3) nemen de derde plek in. Zij kopen vooral vanuit het oogmerk van rendement en dat rendement start bij een lage prijs. Een trapje hoger staat de management buy-in (MBI) kandidaat (4). Hij of zij koopt overwegend op potentie, als die voldoende aanwezig is, is de koopprijs van secundair belang.

De hoogste prijs voor een onderneming wordt in de meeste gevallen betaald door een strategische koper (5). Dat is een koper die met de aankoop direct synergievoordelen met de eigen organisatie bereikt waardoor het mes aan twee kanten snijdt. In sommige strategische transacties worden de overnames bij een gelijkblijvende omzet alleen al door besparingen binnen enkele jaren terugverdiend.

Kopers en opbrengst



Uiteindelijk heeft het type koper een behoorlijke invloed op het hele proces van de overname. Een ervaren koper met een gestructureerde aanpak verschilt nu eenmaal van een koper voor wie de overname nieuw is. Die laatste partij zal zelf goede begeleiding moeten regelen, maar in alle gevallen geldt: voor u als verkoper is begeleiding in ieder geval onmisbaar. Waarom? Dat leggen we in het volgende artikel uit.

Kan ik zelf mijn bedrijf verkopen?

Als je alles op een rij zet, dan ligt de conclusie voor de hand dat ‘zelf doen’ niet is aan te raden. Natuurlijk, de voorgaande artikelen zijn afkomstig van een partij aan wie u dat allemaal kunt uitbesteden. Het zou vreemd zijn als die hier tot een andere conclusie zouden komen. Toch is er meer aan de hand dan ‘wij van WC-eend, adviseren WC-eend’.

Abstracte begrippen

Kosten, tijd en moeite zijn abstracte begrippen tot het moment dat je er middenin zit. De verkoop van uw onderneming is tijdrovend en belastend. Dat is het al mét een verkoopmakelaar aan uw zijde, laat staan zonder. Als u in uw dagelijks leven niet ook verkoopmakelaar bent dan is het bovendien geen routineklus. Wij kennen de ondernemers die het zelf hebben gedaan. Zonder uitzondering vertellen zij over hoe dat ten koste ging van hun dagelijkse werk. Hoe in sommige gevallen zelfs hun onderneming eronder leed, omdat de geest te vroeg uit de fles was. Werknemers en klanten kregen lucht van hun plannen óf ze vergaten zelf nog te ondernemen. In beide gevallen was dat schadelijk. In sommige gevallen kwamen die ondernemers alsnog bij ons terecht.

Andere markt

Wie zijn onderneming verkoopt stapt ineens in een heel andere markt: de markt voor bedrijfsovernames. De kans is groot dat die anders is dan de markt waarin u gewend bent te opereren. Wat is er te zeggen over die bedrijfsovernamemarkt? Daar staan we in het volgende artikel bij stil.

Het grote plaatje: de markt van bedrijfsovernames

Meer transacties, lagere gemiddelde prijzen

Bijna 6.500 bedrijven verwisselden van eigenaar in 2020. Een flinke stijging ten opzichte van enkele jaren eerder, toen de teller stakte rond de 5.500 overnames. Een groot deel van de stijging komt door de toename van bedrijfsovernames in het segment van bedrijven met een waarde die onder de 2.500.000 miljoen euro ligt. Dat aandeel steeg volgens de Brookz overnamebarometer ook in coronatijd met 3% in het eerste halfjaar van 2021. Het betekent wel dat de gemiddelde prijs voor overnames daalde: het gevolg van meer transacties met kleinere ondernemingen. Grofweg de helft van alle overnames in Nederland vindt op dit moment plaats onder de grens van 2.500.000 euro ondernemingswaarde.

Het grootste aantal overnames heeft plaats in de sectoren Handel en Vervoer en Zakelijke Dienstverlening. Samen zijn die twee sectoren goed voor iets meer dan de helft van alle overnames. Een ander opmerkelijk feit: het aantal gefuseerde of overgenomen ondernemingen met maar één werkzame persoon lag volgens het CBS in 2020 iets boven de 2.000. Toch nog altijd een behoorlijk aandeel van 34% in het totaal van de overnames.

Voor al die bedrijven werden prijzen betaald waarvan per sector landelijk wordt bijgehouden hoe zij zich ontwikkelen. Die prijzen worden vaak uitgedrukt in een vermenigvuldigingsfactor op de winst vóór belasting. In het volgende artikel vertellen we meer over de waardering van een onderneming.

Waarderen is leuk, maar de koper bepaalt de waarde

Je kunt er uren aan besteden: het waarderen van de onderneming. Methodieken, projecties, marktanalyses, de doorrekening van synergievoordelen, het marktconform maken van uitgaven én de doorrekening van het verloop van de kasstroom over de komende jaren: het lijkt wel wetenschap. Maar dat is het voor de verkoop van uw onderneming niet! Er wordt nogal ingewikkeld gedaan over de waardering van ondernemingen, maar uiteindelijk geldt bij iedere verkoop dat koper en verkoper elkaar vinden op een prijs en voorwaarden. Om daar te komen heb je een uitgangspunt nodig en dat heet de vraagprijs. Als je ziet op hoeveel wonderbaarlijke manieren die tot stand kan komen, wordt ook direct duidelijk dat een koper met dezelfde rekenmethode op een heel ander – natuurlijk lager – bedrag uitkomt.

EBITDA multiple

De gemiddelde prijs die betaald wordt voor een onderneming ligt op 4,85 maal het bedrijfsresultaat vóór rente, afschrijving en belasting (EBITDA). Opvallend aan dat getal is dat er een relatie is tussen de omvang van de onderneming en de multiple. Het aantal keer dat de EBITDA wordt vermenigvuldigd om op een prijs uit te komen ligt bij ondernemingen met een resultaat boven 1.000.000 euro ruim boven het gemiddelde terwijl een resultaat onder de 500.000 euro een lagere vermenigvuldigingsfactor geeft. De gemiddelde multiple in een sector zegt dus nog niet alles: kleine ondernemingen hebben doorgaans een lagere multiple.

De Brookz overnamebarometer waaraan deze cijfers zijn ontleend, meldt bovendien dat het geen multiple vaststelt voor ondernemingen met een EBITDA onder de 250.000 euro. Die ondernemingen hebben een hoger risico door hun afhankelijkheid van de eigenaar, het resultaat fluctueert meer over de jaren en de resultaten zijn wat eenvoudiger te beïnvloeden in een klein bedrijf dan in een grote onderneming.

DCF

Een andere methode is de DCF, de discounted cashflow methode. Die gaat ervan uit dat de prijs voor de onderneming wordt bepaald door het verrekenen van toekomstige of verwachte kasstromen. De prijs voor de onderneming wordt dan verrekend met een rendementseis op de investering.

Hoe hoger het risico op de investering – bijvoorbeeld bij een startup zonder noemenswaardig trackrecord – hoe hoger de rendementseis en hoe lager de prijs. Andersom geldt dat ook: voor een onderneming met een stabiel resultaat in haar bestaansgeschiedenis kan een lagere rendementseis gelden op een hogere koopprijs of investering.

Het nadeel van de DCF is dat de hoge mate van detail in de berekening van de kasstromen, gebaseerd is op een onderliggende set van marktfactoren die:

1. multi-interpretabel zijn en
2. gebaseerd zijn op een gedateerd marktmodel.

Waarde $\neq$ prijs

Waardebepaling vraagt uiteindelijk gewoon maatwerk. En zelfs als de waarde eenmaal op papier staat is er feitelijk nog niets bereikt. Uiteindelijk is namelijk niet de waarde van de onderneming bepalend voor wat u straks op uw bankrekening mag bijschrijven, maar de prijs die de koper betaalt.

Over Company Brokers

Company Brokers is specialist in bedrijfsovernames. Wij hebben veel ervaring in bemiddeling bij verkoop, aankoop en participatie. Company Brokers brengt verkopers en kopers effectief bij elkaar. Wij creëren met een discrete, persoonlijke aanpak verrassende mogelijkheden. We houden het daarbij simpel, we bewaren het overzicht en we stellen u zo in staat het beste resultaat te behalen.

Ons team



**Willem van den
Hoek Ostende**



Bas van den Engel



Radboud Vaarhorst



Maickel Gommers



Paul van Geldorp



Julitta Hogenes

Denkt u aan het verkopen van uw bedrijf?
Wij helpen u graag verder!

[Neem contact met ons op](#)



Contact

Algemene contactgegevens:

Weide 5, 4206CH Gorinchem

+31 (0) 345 58 70 30

informatie@combrok.nl

www.combrok.nl

KVK: 51998025

BTW: NL850256756B01

© Copyright 2022 - Combrok BV

Versie 1.1

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Je mag dit document doorsturen aan anderen binnen jouw vakgebied, maar je hebt geen licentie om het te (her)drukken of door te verkopen. Ondanks alle zorg aan dit document, is noch de uitgever, auteur of de redacteur aansprakelijk voor schade die het gevolg is van enige fout in deze uitgave.