ADVERTORIAL

De verkoop van úw bedrijf in de praktijk

Een succesvolle transactie is geen toeval

De meeste ondernemers weten precies hoe ze hun bedrijf hebben opgebouwd. Veel minder weten hoe ze het moeten verkopen. Dat is niet vreemd: een verkoop doe je doorgaans maar één keer. Maar de gevolgen werken door in de waardering van het bedrijf, de toekomst van medewerkers en klanten, en de eigen plannen na de overdracht. Wie denkt dat die voorbereiding pas begint zodra de eerste koper zich meldt, is meestal al te laat.

“Met een gedegen voorbereiding, kennis van de sector én de juiste verkoopstrategie is een geslaagde verkoop geen toeval”, vertelt John Hoekman, partner bij Rembrandt M&A. Die voorbereiding begint volgens hem eerder dan de meeste ondernemers verwachten, soms jaren eerder. “Wie op tijd start met het verkoopklaar maken van zijn onderneming, verbetert de kans op een succesvolle transactie en bespaart zich later vaak tijd en stress.”



John Hoekman Rembrandt Mergers & Acquisitions

Waarde zit niet alleen in de cijfers

Een financieel goed jaar op papier is niet hetzelfde als een aantrekkelijk bedrijf. Kopers rekenen door: hoe afhankelijk is de onderneming van de ondernemer zelf? Hoe sterk is het managementteam? Hoe verdeeld is de klantenkring en hoe solide zijn de contracten? Pas met dat volledige beeld ontstaat een realistische inschatting van wat een bedrijf werkelijk waard is en wat het waard kán worden.

“Betrouwbare informatie helpt om een onderneming goed te positioneren”, aldus Hoekman. “Daarmee geeft u potentiële kopers een realistisch beeld van het bedrijf. En dat werkt door in het resultaat: een goede prijs is belangrijk, maar de voorwaarden, de continuïteit en de koper die het bedrijf verder brengt, wegen vaak net zo zwaar.”

Wie de koper al kent, wint tijd

Een koper vinden is niet hetzelfde als een koper kennen. Rembrandt M&A heeft in elke sector diverse teams die de markt volgen, met ervaren projectleiders die al eerder transacties deden met partijen in úw sector; van strategische koper tot private equity.

Hoekman vertelt over een verkoopproces dat hij vorig jaar begeleidde, bij een familiebedrijf in de maakindustrie dat de ondernemer onverwacht van haar vader had overgenomen. “Binnen ons netwerk waren meteen vier partijen concreet geïnteresseerd. Stuk voor stuk namen die we al kenden uit eerdere trajecten in de sector.” De ondernemer merkte dat zelf ook:“ Rembrandt verraste me met hun kennis van de sector en potentieel geïnteresseerde bedrijven binnen hun netwerk”. Niet het hoogste bod won uiteindelijk, maar de partij met het sterkste trackrecord in het overnemen van vergelijkbare bedrijven. Met behoud van de mensen en de identiteit van de onderneming. Precies wat haar vader belangrijk zou hebben gevonden.

Bepaal vooraf wat voor u telt

Niet elke ondernemer wil hetzelfde na de overdracht. De één blijft graag nog betrokken, de ander wil in één keer loslaten. “Geen onderneming en geen ondernemer zijn hetzelfde”, zegt Hoekman. “Daarom begint een verkoopstrategie met de vraag wat u zelf wilt: zoekt u opvolging binnen de familie of het management, past een strategische koper beter, óf juist een private equity-partij én welke rol ziet u voor uzelf na de overdracht?”

De kracht van het plan

Wie tijdig begint, creëert ruimte om keuzes te maken. Over waarde, timing, koper en voorwaarden. Niet alles ligt in handen van de ondernemer, maar een gedegen voorbereiding vergroot de kans op een succesvolle transactie die ook na de handtekening goed voelt.

Bent u al verkoopklaar?

Download de Checklist Verkoopklaar

REMBRANDT
MERGERS & ACQUISITIONS