

Brookz

STAPPENPLAN

Verkoop je bedrijf in 7 stappen



+

**handige
checklist!**

INLEIDING

STAPPENPLAN

Je hebt de beslissing genomen om je bedrijf te verkopen. Dan sta je aan de vooravond van de belangrijkste deal in jouw leven.

Bij Brookz, het grootste overnameplatform van Nederland, zien wij dat alle succesvolle bedrijfsoverdrachten één overeenkomst hebben: de ondernemer werkte planmatig naar de verkoop van zijn bedrijf toe. Een gedegen voorbereiding en planning geeft namelijk rust, overzicht en structuur.

Dit verkoopstappenplan helpt je daarbij: door alle vragen en aandachtspunten uit dit document goed na te lopen en overzichtelijk voor jezelf op een rijtje te zetten. Daarmee vergroot je maximaal de kans op een succesvolle verkoop van je bedrijf.

VOORBEREIDINGSFASE

Stap 1 De voorbereiding 2

Stap 2 Verkoopklaar maken 3

Stap 3 De waardebeoordeling 5

Stap 4 Verkoopmemorandum 7

VERKOOPFASE

Stap 5 Koper(s) vinden 9

Stap 6 Onderhandelen 11

OVERDRACHTSFASE

Stap 7 Naar de notaris 13

BIJLAGEN

Checklist 14

Over Brookz 15

VOORBEREIDINGSFASE

STAP 1 DE VOORBEREIDING

Je wilt je bedrijf gaan verkopen, maar waar begin je?
Heel eenvoudig: alles begint met een goede voorbereiding.






Om te beginnen: waarom wil je jouw bedrijf verkopen? Het lijkt een simpele vraag, waar je zo aan voorbij gaat. Maar het op papier zetten van je motieven om het bedrijf over te dragen bepaalt in grote mate hoe, wanneer en op welke manier je jouw bedrijf kunt verkopen.

Het startpunt van een succesvolle bedrijfsverkoop is het vooraf beantwoorden van enkele vragen, die belangrijk zijn gedurende het hele verkooptraject. Denk bijvoorbeeld aan:

- Waarom wil je je bedrijf verkopen?
- Wanneer wil je je bedrijf verkopen?
- Wil je je bedrijf in één keer of gefaseerd verkopen?
- Welke prijs wil je voor je bedrijf ontvangen?
- Wie zou de beste koper kunnen zijn en waar zou die gevonden kunnen worden?
- Binnen welke termijn wil je je bedrijf verkopen?
- Wil je betrokken blijven bij je bedrijf?

Het antwoord op deze vragen geeft je houvast tijdens het verkoopproces, want het zijn je belangrijkste doelstellingen. Schrijf het op, print het uit en lees het regelmatig nog eens na. Zo blijf je op koers om je bedrijf te verkopen tegen jouw voorwaarden.

Meest genoemde redenen om je bedrijf te verkopen

Leeftijd, stoppen met werken	35%	
Veiligstellen opgebouwde waarde (cashen)	24%	
Gebrek aan een goede opvolger	16%	
Behoeftte aan een nieuwe uitdaging	15%	
Familieomstandigheden of ziekte	10%	

Bron: Brookz Overname Barometer

STAP 2

VERKOOPKLAAR MAKEN

Bij de verkoop van je bedrijf moet je al ruim van te voren alles op orde brengen voordat je de markt opgaat. Daarnaast kun je met een paar eenvoudige acties de waarde van je bedrijf aanmerkelijk verhogen.

Om te beginnen is het belangrijk dat je als verkoper je bedrijf door de ogen van een koper gaat bekijken. Waarom zou hij of zij jouw bedrijf willen kopen? Waar zitten de mogelijkheden? En waar zitten de risico's?

Daarbij is het belangrijk om de koper van je bedrijf zoveel mogelijk zekerheid te geven over hoe het bedrijf gaat presteren na de overdracht. Want hoe hoger het ingeschatte risico van jouw bedrijf, hoe lager de koper jouw bedrijf zal waarderen. Om een goede eerste indruk te maken en de koper zoveel mogelijk comfort te geven over de staat van je bedrijf moet je zorgen dat:

- Administratie en financiële verslaggeving op orde zijn.
- Alle contracten, overeenkomsten en afspraken goed zijn vastgelegd.
- Het bedrijf zoveel mogelijk onafhankelijk is van jou.
- De omzet goed voorspelbaar is (abonnementen, contracten, etc.).
- Het bedrijf niet afhankelijk is van 1 of 2 grote klanten en leveranciers.

Daarnaast kun je in de aanloop naar de verkoop (het laatste boekjaar) de waarde van je bedrijf nog flink vergroten door de volgende maatregelen die je winst en vrije kasstromen beïnvloeden:

Kosten besparen

De snelste manier om je winst te vergroten is door minder geld uit te geven: snijden in de kosten dus. Kijk goed naar de bijdrage van alle (vaste) kosten en wees kritisch op aanstaande investeringen.

Omzet verhogen

Onderzoek je klantenbestand: hoe kun je meer omzet halen uit bestaande klanten? Kun je extra producten of diensten aan huidige klanten verkopen? Of kun je inactieve klanten opnieuw activeren?

Werkkapitaal optimaliseren

Je kunt grofweg drie acties ondernemen om de samenstelling van het werkkapitaal te verbeteren: de debiteuren beter bewaken, de voorraden optimaliseren en onderhandelen met leveranciers over scherpere condities.

Aandelen of activa/passiva?

Het is belangrijk om van tevoren te bepalen wat je nou precies gaat verkopen. Bij een **aandelentransactie** verkoop je je hele bedrijf (de BV), inclusief alle bezittingen en schulden, personeel, contracten en eventuele 'lijken in de kast'. Feitelijk verandert door de verkoop alleen de identiteit van de aandeelhouder. Bij een aandelentransactie is een notariële akte van levering vereist.

Bij een **activa/passiva-transactie** wordt niet het bedrijf maar een (deel) van de bezittingen verkocht, zoals machines, voorraden, inventaris, klantenbestand, etc. Banksaldi, debiteuren en crediteuren blijven doorgaans bij de verkoper. Hetzelfde geldt voor eventuele (fiscale) claims. Bij een activa/passiva-transactie is een bezoek aan de notaris niet vereist. Er vindt immers geen overdracht van aandelen plaats.

STAP 3

DE WAARDEBEPALING

**Je gaat je bedrijf verkopen, maar hoeveel levert dat op?
Ontdek wat je bedrijf op dit moment waard is.**

Het is waarschijnlijk de eerste vraag die je jezelf stelde: wat is mijn bedrijf waard? Daar zijn boeken over volgeschreven, maar hier even de eenvoudige uitleg.

De waarde van een bedrijf is de uitkomst van een rekensom. Daarbij speelt het verleden slechts een beperkte rol. Kort door de bocht wordt de waarde van een bedrijf vooral bepaald door wat een koper in de toekomst met dat bedrijf denkt te kunnen verdienen. Dit wordt afgezet tegen zijn investering en een inschatting van de risico's die hij denkt te lopen.

De koper kijkt daarvoor in elk geval naar 3 aspecten:

- **Brutowinst:** hoeveel winst maakt het bedrijf? Vaak wordt gekeken naar het gemiddelde van de afgelopen 3 jaar.
- **Samenstelling omzet:** hoe voorspelbaar is de omzet? Gaat het om eenmalige omzet of terugkerende opdrachten? Of nog mooier: vaste abonnementen?
- **Afhankelijkheid ondernemer:** hoe bepalend is de huidige eigenaar voor het succes van het bedrijf?

De waarde van een bedrijf wordt in de praktijk vaak in een eenvoudige formule uitgedrukt als een factor maal de brutowinst. In het MKB ligt die factor, ook wel 'multiple' genoemd, gemiddeld tussen de 4 en 6 keer de brutowinst.

Dus stel: jouw bedrijf heeft een gemiddelde brutowinst van 200.000 euro. Dan ligt de indicatieve bedrijfswaarde, afhankelijk van de sector waarin je actief bent, tussen de 800.000 en 1.200.000 euro.

Om tot een nauwkeurigere waardering te komen wordt op de waarde van deze indicatieve bandbreedte nog een paar specifieke risicofactoren losgelaten. Naast de genoemde afhankelijkheid van de eigenaar en de samenstelling van de omzet zijn dat:

- Afhankelijkheid van 1 of 2 grote klanten.
- Afhankelijkheid van 1 of 2 grote leveranciers.
- De marktpositie en de reputatie.
- Spreiding van de ondernemersactiviteiten.
- Toetredingsbarrières voor nieuwe concurrenten.

Van waarde naar prijs

Belangrijk om te weten: *waarde* en *prijs* zijn 2 verschillende begrippen. Waarde is de uitkomst van een rekensom en vormt meestal het vertrekpunt voor de onderhandelingen. De prijs is wat een koper uiteindelijk voor je bedrijf betaald.

Om tot een deal te komen zal de koper vaak iets meer betalen en zal de verkoper bereid moeten zijn ‘water bij de wijn’ te doen. In dit spel spelen verschillende factoren een rol, zoals de financiële positie van de koper, concurrentie van andere kopers, de financieringsmogelijkheden. En niet in de laatste plaats emotie: hoe graag wil de koper en hoe graag wil de verkoper?

Waarde-indicatie

In de [Brookz Overname Barometer](#) publiceren we ieder half jaar de gemiddelde multiples voor 12 sectoren. Wil je snel een indicatie van de waarde van je bedrijf? Zoek dan de multiple voor de sector waarin jouw bedrijf actief is en vermenigvuldig dat getal met je brutowinst. Belangrijk om te weten is dat je de schulden van je bedrijf altijd van deze indicatieve waarde moet aftrekken.

STAP 4

VERKOOPMEMORANDUM

Voordat je daadwerkelijk op pad gaat om een koper voor je bedrijf te vinden, stel je eerst een verkoopmemorandum op. Dit moet je zien als de verkoopbrochure van je bedrijf voor serieus geïnteresseerde kopers.

Doel van dit verkoopmemorandum is serieus geïnteresseerde kopers een beeld te geven van jouw bedrijf. Het verkoopmemorandum bevat gedetailleerde bedrijfsgegevens die voor een koper van belang zijn, zoals:

- Geschiedenis en achtergrond van het bedrijf.
- Activiteiten van het bedrijf en de markt.
- Klantprofielen en omzetsegmentatie.
- Financiële kengetallen en samenvatting van jaarrekeningen.
- Prognoses voor de toekomst van het bedrijf.
- Juridische structuur en eigendomsverhoudingen.
- Organisatiestructuur en personeelsbestand.
- Overige zaken, zoals huisvesting, bedrijfsmiddelen en intellectueel eigendom.
- Reden voor bedrijfsverkoop.
- Voorwaarden; wat wordt verkocht, wanneer wordt het verkocht en eventuele betrokkenheid van jou na de overdracht.

Een verkoopmemorandum omvat meestal tussen de tien en twintig pagina's vooraf gegaan door een samenvatting. Soms wordt in een verkoopmemorandum ook al een vraagprijs genoemd, maar dat is zeker niet gebruikelijk. Nadeel van het vermelden van een vraagprijs is dat daarmee gelijk de maximale opbrengst van het bedrijf is bepaald.

Geheimhoudingsverklaring

Belangrijk: voordat je het verkoopmemorandum aan iemand stuurt, laat je de potentiële koper een geheimhoudingsverklaring ondertekenen. Neem in deze overeenkomst op dat bij onrechtmatig gebruik de kandidaat-koper een boete aan jou moet betalen. Over het algemeen wordt in een geheimhoudingsverklaring nog geen exclusiviteit afgesproken: je bent dus vrij om ook met andere gegadigden te spreken.

Adviseur inhuren?

Je kunt bij een bedrijfsverkoop veel zelf doen, maar vooral op fiscaal en juridisch gebied heb je meestal toch een adviseur nodig. Ook kan een allround overnameadviseur je veel werk uit handen nemen. Via de [Adviseur Zoekmachine](#) van Brookz vind je snel en eenvoudig de juiste adviseur.

STAP 5

KOPER(S) VINDEN

Om de interesse te wekken van potentiële kopers, moet je de markt op. Dit doe je door een combinatie van je netwerk inschakelen en een verkoopprofiel (advertentie) op Brookz te plaatsen.

De meeste ondernemers denken dat er op een dag wel iemand langskomt om hun bedrijf te kopen, maar zo werkt het niet. Je zult zelf actief de boer op moeten of eventueel een adviseur inschakelen die dat voor jou doet. Als je zoveel mogelijk zelf wilt doen kun je bij het vinden van een geschikte koper denken aan de volgende mogelijkheden:

- **Eigen netwerk:** binnen of buiten de branche, je kent meer mensen dan je denkt.
- **Events, branche- en ondernemersbijeenkomsten:** hier lopen natuurlijk tal van potentiële kopers rond.
- **Online platform:** via een verkoopprofiel op Brookz bereik je binnen 24 uur meer dan 30.000 ondernemers en investeerders.
- **Banken, accountants, advocaten:** hebben allemaal een groot netwerk van mogelijk geïnteresseerde kopers.

In overnameland wordt vaak gezegd: één koper is geen koper. Zorg dus altijd dat je meerdere opties hebt. Ga niet direct exclusief in onderhandeling met de eerste de beste geïnteresseerde partij. Wacht eerst eens alle reacties af en maak dan een lijst met de 3 tot 5 meest geschikte partijen om de onderhandelingen mee in te gaan.

Verkoopprofiel plaatsen

Een verkoopprofiel is een korte samenvatting van je verkoopmemorandum. Via Brookz kun je een [anoniem verkoopprofiel](#) plaatsen, waarmee je binnen 24 uur ruim 30.000 kopers en investeerders bereikt.

Communicatieadviesbureau

Gespecialiseerd in contentproductie

Beschrijving	De onderneming is een communicatieadviesbureau, gespecialiseerd in contentproductie. Het bureau is opgericht in 1995, heeft lange klantrelaties en een flexibel, betrokken team van denkers en doeners.
Content	Medewerkers verdiepen zich als journalisten in de inhoud. Daarom kan het bureau pakkende content maken voor elke sector: bedrijfsleven, zorg, (semi-)overheid, financiële en zakelijke dienstverlening, vervoer en meer. Het werkgebied is heel Nederland.
Personeel	De onderneming is een eenmanszaak van de oprichter en heeft naast de eigenaar vier werknemers in dienst.
Omzet	De omzet is in de afgelopen jaren stabiel rond € 700.000 en het bedrijf is winstgevend.
Locatie	Het bedrijf is gevestigd in een van derden gehuurde studio in Utrecht.
Reden verkoop	De huidige eigenaar wil na 25 jaar meer tijd gaan scheppen voor andere uitdagingen. Zijn rol zal na de overname overeenkomstig de wensen van de koper worden ingevuld, waarbij zowel aanblijven voor een overeen te komen overdrachtsperiode als andere opties bespreekbaar zijn.
Groeipotentie	Het bedrijf heeft groeipotentie, maar daartoe zouden de verkoop-inspanningen moeten worden vergroot. Voor deze nieuwe fase van groei wil de huidige eigenaar en oprichter het bedrijf overdragen aan een opvolger die dit proces beter kan aanjagen: een ondernemer die een snelle start wil maken of een ondernemer die dit bedrijf combineert met een al bestaande onderneming.
Aangeboden belang	De verkoper wenst het volledige bedrijf (100%) te verkopen.
Transactievorm	De verkopende ondernemer geeft de voorkeur aan een activa/passiva-transactie, waarbij u eigenaar wordt van (een deel van) de bezittingen van de onderneming.
Geschikt voor	Deze onderneming is interessant voor strategische kopers om synergievoordelen mee te halen. Het bedrijf is ook interessant voor ondernemende MBI-kandidaten met kennis van deze sector.

STAP 6

ONDERHANDELEN

Je hebt inmiddels een of meerdere serieus geïnteresseerde partijen voor je bedrijf gevonden. Nu is het zaak via onderhandeling met de juiste koper tot een goede deal te komen.

Als het goed is heb je inmiddels de kandidaat-koper(s) gecheckt of ze wel voldoende middelen hebben om je bedrijf te kopen, weet je waarom ze je bedrijf willen kopen en heb je eventueel referenties nagetrokken van de desbetreffende ondernemer(s).

Aan de andere kant heeft de koper ook zijn huiswerk gedaan en door middel van een boekenonderzoek (due diligence) nagetrokken of alle cijfers en beweringen van jou als verkoper wel kloppen.

De volgende stap bestaat uit het tekenen van een intentieverklaring met een niet-bindend bod van de koper waarover onderhandeld moet worden. Belangrijke punten daarbij zijn de verkoopsom, de dealstructuur en belangrijke garanties. Het ligt voor de hand dat je niet zomaar de onderhandelingen ingaat. Over een aantal zaken moet je vooraf goed nadenken:

Bepaal je limiet

Wat is het minimale bedrag dat je voor je bedrijf wilt ontvangen? Wijk het eerste bod van de koper daar erg veel vanaf, aarzel dan niet om de onderhandelingen af te breken.

Bepaal je doelstellingen

Waarover ben je bereid te onderhandelen? En waarover niet? Voor sommige ondernemers is de bedrijfsnaam heilig. Andere ondernemers willen dat er netjes wordt omgegaan met hun personeel of dat ze nog een tijdje betrokken blijven bij het bedrijf.

Garanties en vrijwaringen

Naast de prijs en de betalingsvoorwaarden vormen de garanties en vrijwaringen het belangrijkste strijdpunt tijdens de onderhandelingen. Deze garanties en vrijwaringen moeten de koper beschermen tegen allerlei risico's en claims uit het verleden.

Wees bereid de verkoop af te blazen

Zorg dat je nooit afhankelijk wordt van de deal. Wees altijd bereid de onderhandelingen af te blazen, anders verslechtert je positie. Beter geen deal dan een slechte deal.

Goed notuleren

Het lijkt een open deur, maar schrijf altijd gezamenlijk de belangrijkste onderhandelde punten op. Het komt regelmatig voor dat er andere interpretaties zijn over hetgeen besproken is.

Bij een nieuwe onderhandelingsronde, start je met de uitgangspunten waar jullie de vorige keer gebleven zijn. Benoem de gemeenschappelijke belangen, maar ook de verschillen van inzicht en de discussiepunten die er nog zijn.

STAP 7

BIJ DE NOTARIS

Je hebt een akkoord bereikt met de koper en de handtekeningen zijn gezet. Dat betekent dat je bedrijf klaar is voor de overdracht.

Als de onderhandelingen succesvol zijn afgerond én de koper heeft de financiering rond, dan is het tijd om bij de notaris de handtekeningen te zetten onder het definitieve koopcontract. Dit wordt ook wel de *closing* genoemd.

In de koopovereenkomst staat de koopsom, de betalingsvoorwaarden en alle andere afspraken die je met de koper hebt gemaakt. Met het ondertekenen van de koopovereenkomst is de aandelenoverdracht overigens nog niet geregeld. Hiervoor is een notariële akte van levering vereist. Pas na het passeren van deze leveringsakte is de koper de nieuwe eigenaar van de aandelen (en het bedrijf).

Aandelentransactie

De levering van de aandelen vindt pas plaats als je zekerheid hebt over het ontvangen van de koopsom. De notaris ziet hierop toe. Op de dag van levering stort de koper het aankoopbedrag op de derdengeldrekening van de notaris. Voordat de notaris overgaat tot levering, belt hij de bank om te vragen of het geld inderdaad binnen is gekomen.

Activa/passiva-transactie

Bij een activa/passiva-transactie is een bezoek aan de notaris niet vereist; er vindt immers geen overdracht van aandelen plaats. Omdat er vaak grote bedragen met zo'n transactie zijn gemoeid, wordt meestal toch een notaris ingeschakeld. Hij is dan met name belast met het in goede banen leiden van de geldstromen.

Na het zetten van alle handtekeningen is het tijd om elkaar te feliciteren en kan de champagne ontkurkt worden!

DE CHECKLIST

1. Voorbereiding
 - Waarom wil je je bedrijf verkopen?
 - Aandelenverkoop of activa/passiva-transactie.

2. Verkoopklaar maken
 - Optimaliseer het werkkapitaal.
 - Houd de kosten beheersbaar.
 - Verhoog de omzet.
 - Breng de administratie op orde.
 - Maak jezelf als DGA overbodig.
 - Versterk het managementteam.
 - Creëer voorspelbare omzet.
 - Spreiding van klanten en leveranciers.

3. Waardebepaling
 - Verkoper baseert de waarde op resultaten uit het verleden.
 - Koper baseert de waarde op resultaten in de toekomst.
 - Waarde is een (subjectieve) schatting van de mogelijke verkoopprijs.
 - Prijs is het bedrag dat de koper voor jouw bedrijf betaald.

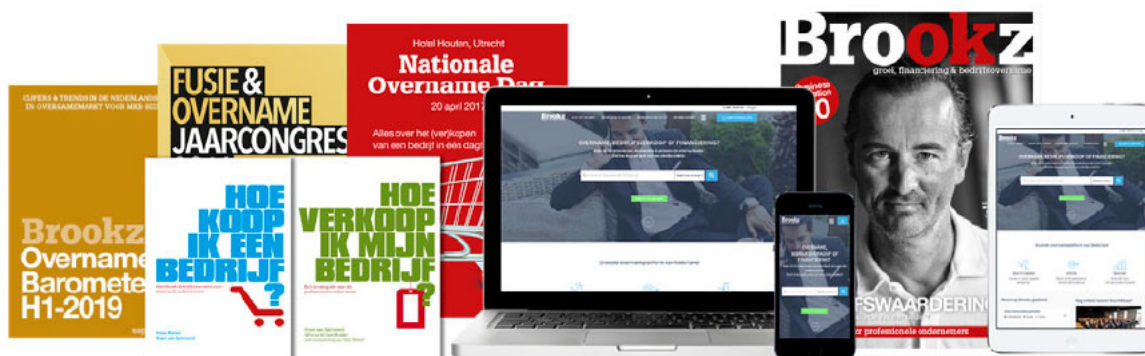
4. Verkoopmemorandum
 - Bedrijfsgegevens die voor een koper van belang zijn.
 - Beschrijf per type koper de groeimogelijkheden.
 - Laat geïnteresseerde kopers een geheimhoudingsverklaring ondertekenen.

5. Juiste koper vinden
 - Schakel je eigen netwerk in, bezoek events en plaats een verkoopprofiel op Brookz.

6. Onderhandelen
 - Waarover wil je onderhandelen?
 - Financiering van de koper.

7. Naar de notaris
 - Ondertekenen koopovereenkomst en leveringsakte.
 - Feliciteren van de koper.

OVER BROOKZ



Brookz is met 30.000 ondernemers, investeerders en adviseurs het grootste overnameplatform van Nederland. Wij brengen sinds 2007 kopers, verkopers en adviseurs direct met elkaar in contact. Brookz richt zich met name op bedrijven met een jaaromzet tussen de 0,5 - 30 miljoen euro en 5 - 200 medewerkers.

Brookz is cross-mediaal vertegenwoordigd: online met het vraag- en aanbodplatform www.brookz.nl. Daarnaast heeft Brookz een eigen magazine (Brookz 500) en organiseert Brookz jaarlijks meerdere landelijke events (samen ruim 1.000 deelnemers) waaronder de *Nationale Overname Dag* en het *Fusie & Overname Jaarcongres*.

Brookz

Science Park 106
1098 XG Amsterdam

020 - 303 87 30

info@brookz.nl

www.brookz.nl

Brookz