

Omgaan met groei: de waarde van Europese mkb's voor het voetlicht

Bewustwording van bedrijfswaarde onder mkb-ondernemers in Nederland,
België, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Scandinavië



Herkennen ondernemers het potentieel van hun bedrijf?

Gaat het over ondernemen dan geldt het gezegde: je kunt niet beheren wat je niet kunt meten. Er zijn zo'n 22 miljoen midden- en kleinbedrijven (mkb's) in Europa. Deze ondernemingen vormen de ruggengraat van onze economie, ondanks drie jaar van geopolitieke instabiliteit die, naast gevolgen voor de Europese economische ontwikkeling, ook problemen in de supply chain door de aanhoudende wereldwijde tekorten en economische gevolgen (inflatie en rentes) met zich mee heeft gebracht.

In deze context is het voor mkb-ondernemers van het grootste belang om een helder inzicht te hebben in de werkelijke waarde van hun bedrijf. Dit stelt hen in staat om weloverwogen keuzes te maken om de koers van hun onderneming te bepalen.¹ Een grondige bedrijfswaardering brengt niet alleen nieuwe mogelijkheden aan het licht, maar laat ook zien waar het bedrijf in kan verbeteren.

Het onderzoek van Martklink bracht een opmerkelijke trend onder een groot deel van mkb-ondernemers aan het licht: maar liefst 40

procent van alle Europese mkb-ondernemers weet niet wat hun onderneming momenteel waard is. Dit gebrek aan inzicht is niet verrassend, gezien het volatiele karakter van Europese ondernemingen: van de aanhoudende gevolgen van de pandemie en stijgende energieprijzen tot uitdagingen als gevolg van hoge inflatiecijfers, die samen bijdragen aan een omgeving waarin ondernemingswaardes sterk schommelen.

Ondanks externe druk blijkt de mkb-markt verrassend veerkrachtig. Hoewel we ons een weg banen door de complexiteit van 2024, staan de recent verbeterde financiële markten als gevolg van afnemende inflatie en een verwachte rentedaling, symbool voor het terugkerend vertrouwen in de markt.² Dit optimisme is terug te zien in de enquêteresultaten, zo denkt maar liefst 72 procent van de meer dan 1.000 ondervraagde mkb-ondernemers dat hun bedrijfswaarde in de aankomende twaalf maanden zal stijgen. In deze whitepaper geven we je inzicht in de fijne kneepjes van mkb-bedrijfswaarderingen en schetsen we een duidelijk beeld van wat dit betekent voor jou als ondernemer.

¹ <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2023/03/15/how-to-value-smalland-medium-size-businesses/>

² <https://www.pwc.com/gx/en/services/deals/trends.html>

Inzicht in de marktdynamiek die van invloed is op bedrijfswaardering

Het mkb is goed voor meer dan de helft van het Europese bbp en vertegenwoordigt 99 procent van alle bedrijven in de EU. Daarmee neemt het mkb een groot gedeelte van de werkgelegenheid en waardecreatie binnen alle Europese economieën voor zijn rekening. Er zijn in 2024 nog steeds veel onzekerheden in de markt, zoals economische volatiliteit, geopolitieke spanningen, verstoringen in de supply chain en aankomende verkiezingen in verschillende landen. Voor mkb- en familie-ondernemers is het navigeren en risico's nemen om oplossingen te vinden voor de toekomst van hun bedrijf, echter niks nieuws.

MET WELKE UITDAGINGEN HEBBEN MKB-ONDERNEMERS OP DIT MOMENT TE MAKEN?

1. Tekort aan gekwalificeerde werknemers

Mkb's en familiebedrijven door heel Europa heen worstelen met opvolging omdat eigenaren zich in toenemende mate voorbereiden op hun pensioen. Een onderzoek van het Duitse Institut für Mittelstandsforschung (Instituut voor mkb-onderzoek) voorspelt dat tegen 2026 in Duitsland alleen al zo'n 190.000 opvolgingsvraagstukken zich zullen voordoen. Tegelijkertijd lukt het Europese mkb-ondernemingen steeds minder goed om voldoende gekwalificeerde werknemers te vinden. Om dit probleem het hoofd te bieden, zijn mkb-ondernemers op zoek naar alternatieve oplossingen, zoals werknemers als certificaathouders bij het bedrijf te betrekken, om zo het gevoel van eigenaarschap en betrokkenheid binnen de organisatie te bevorderen.

2. De opkomst van automatisering en robotisering

Nu er steeds meer geïnvesteerd wordt in robotisering en automatisering, maken deze technologieën vaker deel uit van de strategie van Europese producenten om productiecapaciteit te vergroten zonder extra werknemers aan te hoeven nemen. Bedrijven vertrouwen in toenemende mate op kunstmatige intelligentie³ in plaats van op menselijke arbeid. Veel ondernemers maken zich zorgen dat deze snelle veranderingen zullen leiden tot banenverlies, maar ook tot minder contact tussen mensen onderling. Er zou een balans moeten zijn, waar AI gebruikt wordt voor het automatiseren van alledaagse taken zodat werknemers zich kunnen richten op de meer strategische en creatieve aspecten van hun werk om zo innovatie en samenwerking te bevorderen.



³ <https://www.forbes.com/sites/forbeshumanresourcescouncil/2023/12/12/hr-has-a-central-role-in-ais-impact-on-smes/>

3. Duurzaamheid

De Sustainable Development Goals (SDGs) van de Verenigde Naties hebben zich ontwikkeld tot basisprincipes voor grote beursgenoteerde bedrijven. Ook mkb-ondernemingen moeten deze doelen integreren binnen hun beleid en productieprocessen. Ondanks de lange terugverdientijd van duurzaamheidsinvesteringen, is het krijgen van goede financiering van groot belang voor mkb-ondernemers. De Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), een Europese richtlijn die vanaf 2024 ingaat, verplicht

bedrijven om duurzaamheidsrapportages op te stellen, waar mkb-ondernemingen verlenging tot 2026 van hebben gekregen. Mkb-ondernemers moeten echter niet teveel vertrouwen hebben in die verlenging.⁴ Momenteel stellen grote en beursgenoteerde bedrijven al duurzaamheidseisen aan hun leveranciers. Er zijn investeringen en er is bewustwording nodig, waardoor het belangrijk is dat mkb-ondernemingen proactief voorbereidingen treffen door groene werkwijzen te integreren in hun bedrijfsprocessen, voordat het verplicht wordt.

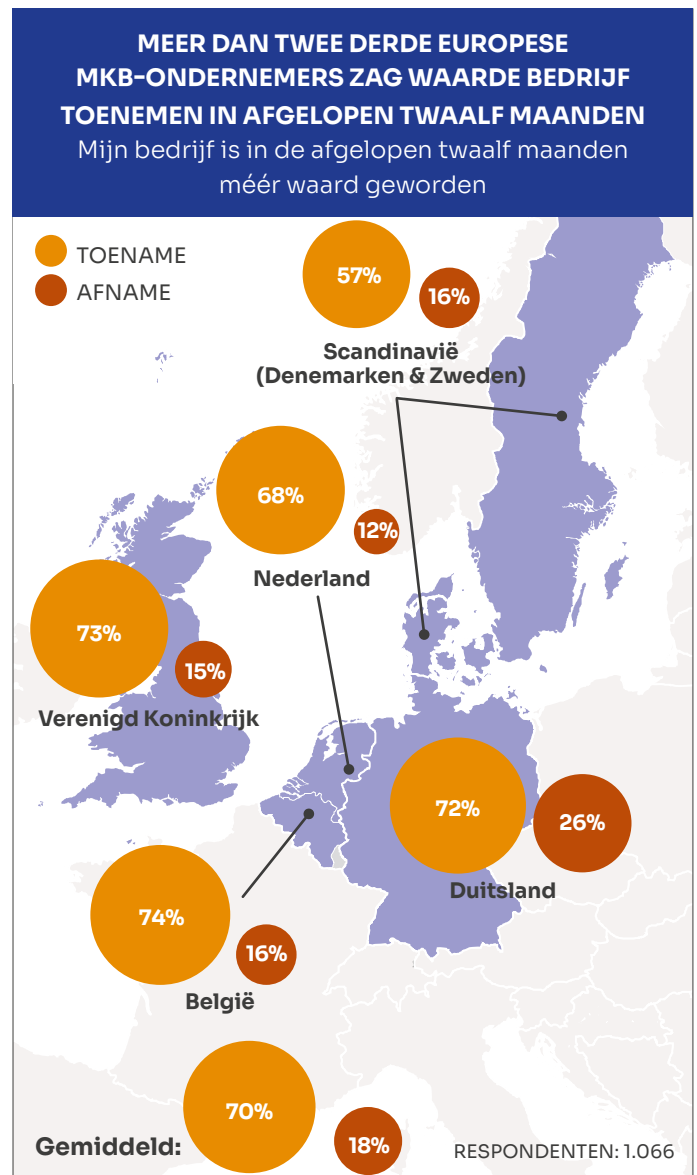
MARKTONTWIKKELINGEN DOOR EUROPA HEEN

Optimisme in de door ons onderzochte markten. Wat staat ons dit jaar te wachten?

Nederland

Door de verbetering van externe economische marktverhoudingen krijgen Nederlandse ondernemers meer vertrouwen in hun onderneming. Het Nederlandse mkb reageerde goed op alle onzekerheid in de markt van de afgelopen jaren. Hierdoor heeft het laten zien dat het blijvend winstgevend kan zijn, wat deze bedrijven nog aantrekkelijker maakt voor potentiële kopers. Steeds meer ondernemers realiseren zich dit, waardoor het aanbod toeneemt. Tom Beltman, partner bij Marktlink in Nederland, legt uit: “Dit betekent wel dat de fusie- en overnamemarkt langzaam verschuift van een verkopersmarkt naar een kopersmarkt. Het aantal transacties in de pijplijn, bijvoorbeeld, is verdubbeld in het afgelopen jaar, mede dankzij goedgevulde private equity-fondsen op zoek naar goed functionerende mkb-ondernemingen om in te investeren. Dit zal naar verwachting leiden tot een sterke toename van het aantal transacties.” →

⁴ <https://www.bnpparibas.nl/en/companies-must-get-started-with-csrd-themes/>

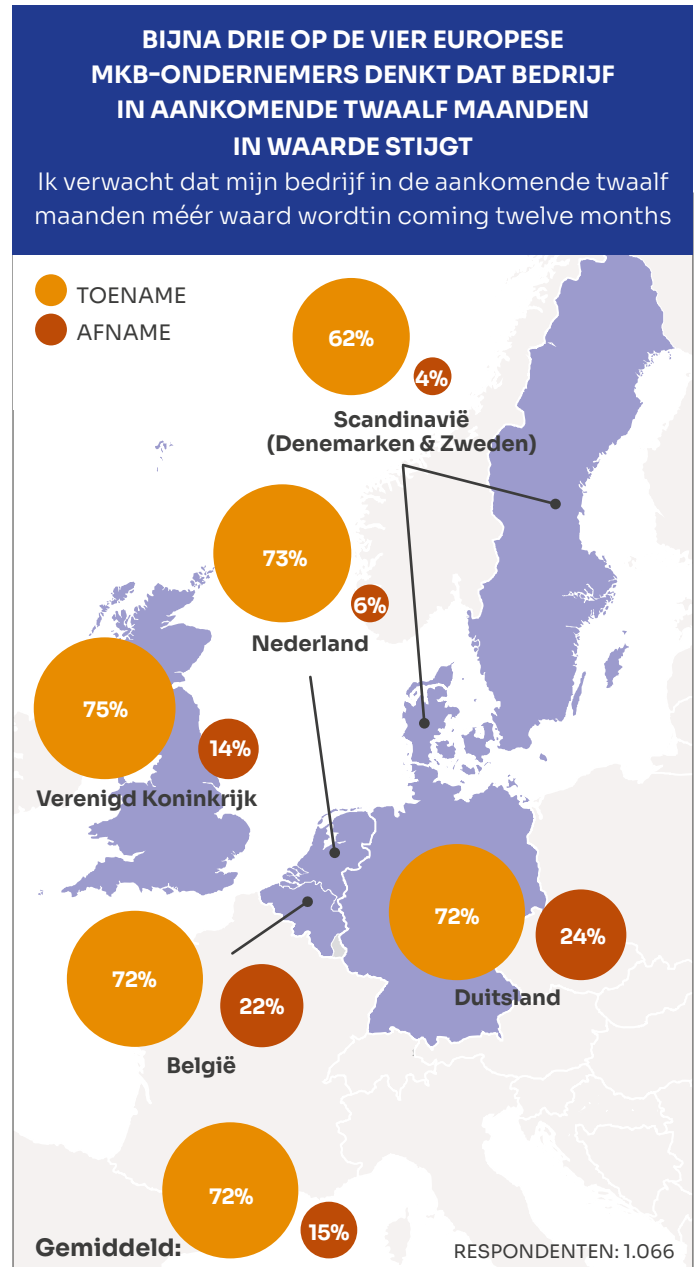


België

Volgens een rapport van Vlerick Business School zijn Belgische mkb's zijn meer internationaal gericht dan hun Europese tegenhangers en het land heeft het hoogste percentage mkb's met buitenlandse dochterondernemingen of joint ventures die inkomsten genereren in Europa. Belgische ondernemers worstelen echter vaak met het bepalen van hun bedrijfswaarde, wat hun vermogen belemmert om potentiële waardeverhogende factoren in te schatten. Belgische ondernemers moeten hun veerkracht inzetten om uitdagingen aan te gaan. Filip Mariën, managing partner Marktlink België, zegt: "Belgische ondernemers krijgen eindelijk het gevoel dat ze bepaalde problematische factoren achter zich kunnen laten, zoals loonindexering en stijgende rentes. Externe factoren zoals energieprijzen, geopolitieke spanningen en grondstoffentekorten maken het echter steeds moeilijker voor hen om hun bedrijfswaarde reëel in te schatten."

Het Verenigd Koninkrijk

Mkb-ondernemers in het VK worden geconfronteerd met aanzienlijke tegenwind. Jonny Parkinson, managing partner Marktlink Manchester, merkt op: "Een nauwkeurige bedrijfswaarde is essentieel voor bedrijfseigenaren en een belangrijke stap als ze verkoop overwegen. Naar verwachting zullen de vooruitzichten voor fusies en overnames in 2024 veel beter zijn, en moeten mkb-ondernemers zich bewust zijn van de waarde van hun bedrijf om te kunnen profiteren van meer kansen en ervoor te zorgen dat ze 'exit ready' zijn."



Duitsland

In verschillende industriële sectoren zoals automotive, de chemische industrie, de energiesector en industriële productie staan Duitse bedrijven voor uitdagingen bij de realisatie. Er is een kloof tussen de interesse vanuit private equity en economische uitdagingen, die de noodzaak benadrukt van scherpe waarderingspraktijken en strategische besluitvorming voor bedrijven in de Duitse markt. Andreas Bonnard, managing partner Marktlink Munich: “Terwijl de aandelenmarkt en de bedrijfswaardes van Duitse bedrijven een recordhoogte hebben bereikt, dalen de winstmarges. Zowel de automotive als de chemische industrie hebben het moeilijk, ondanks een algemene lichte economische opleving in Europa. Bovendien zijn de energiekosten in Duitsland op het hoogste niveau vergeleken met de rest van Europa, waardoor productiebedrijven hun fabrieken verplaatsen, wat de lokale middenklasse verder onder druk zet.”



Een nauwkeurige bedrijfswaarde is essentieel voor bedrijfseigenaren en een belangrijke stap als ze verkoop overwegen. Nu 2024 naar verwachting veel betere vooruitzichten voor fusies en overnames met zich meebrengt, moeten mkb-ondernemers zich bewust zijn van de waarde van hun bedrijf om te kunnen profiteren van een toename in kansen en ervoor te zorgen dat ze ‘exit ready’ zijn.

JONNY PARKINSON, managing partner Marktlink North West UK

Hoe Europese mkb-ondernemers hun bedrijf waarderen

In een tijd van fluctuerende economische groei en politieke verrassingen, zijn mkb-ondernemers bezig met het bepalen van hun volgende stap: de tweeledige uitdaging om investeringen aan te trekken en de druk op het bedrijfsresultaat te beheersen. Een gedetailleerde waardering van hun onderneming wordt dan onmisbaar. Hier komt de expertise van doorwinterde consultants, zoals die van Marktlink, echt goed uit de verf.

We hebben 1.066 mkb-ondernemers ondervraagd in Nederland, België, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Scandinavië. We vroegen hen naar de huidige waarde van hun bedrijf en hun toekomstverwachtingen:

Nederland

Ondanks de vele uitdagingen hebben Nederlandse ondernemers een opmerkelijk positieve kijk op de zaken. Bijna een kwart van Nederlandse respondenten vindt dat hun bedrijf ondergewaardeerd is. Dit is van toepassing op gemiddeld 33 procent van alle Europese mkb-ondernemers. Nederlandse mkb-ondernemers zijn dus het meest te spreken over de waardering van hun bedrijf in vergelijking met hun Europese collega-ondernemers.

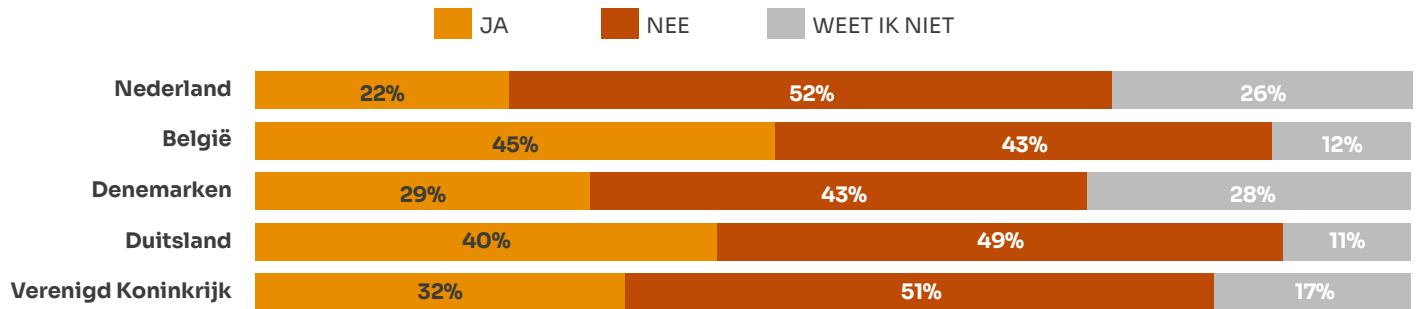
Tom Beltman, managing partner Marktlink Nederland:

“Je kop in het zand steken is nooit een goed idee, je bedrijfswaarde is niet iets wat alleen van pas komt als je een wens hebt om te verkopen. De meeste ondernemers richten zich op de korte termijn, terwijl een waarde-indicatie vooral gebaseerd is op risico's in toekomstig verdienvermogen. Juist deze inzichten stellen je in staat om op de lange termijn meer strategisch onderbouwde keuzes te maken: zowel voor als met je bedrijf.”



EEN OP DE DRIE EUROPESE MKB-ONDERNEMERS VINDT EIGEN BEDRIJF ONDERGEWAARDEERD

Mijn bedrijf is op dit moment ondergewaardeerd

**België**

74 procent van Belgische ondernemers geeft aan dat hun bedrijfswaarde is gestegen, en 72 procent verwacht verdere groei het komende jaar. Belgen zijn voornamelijk optimistisch over de groei van hun bedrijfswaarde in het afgelopen jaar en hun verwachtingen voor het komende jaar. Dit wijst op veerkracht en optimisme in het licht van de aanhoudende uitdagingen.

Filip Mariën, managing partner**Marktlink België:**

“Inflatiecijfers zijn gedaald en de rentepiek lijkt te zijn bereikt. Als gevolg daarvan zien we dat Belgische ondernemers meer vertrouwen beginnen te krijgen. Ondanks aanhoudende geopolitieke spanningen, is er een merkbaar optimisme onder ondernemers.”

**Het Verenigd Koninkrijk**

Britse mkb-ondernemers stralen vertrouwen uit, met drie van de vier die in het komende jaar groei verwachten, voortbouwend op de 73 procent die de waarde van hun bedrijf zag stijgen. →

Joe Moran, managing partner**Marktlink Midlands:**

“Vaak hebben bedrijfseigenaren hoge verwachtingen van de waarde van hun bedrijf, wat begrijpelijk is, gezien de trots en persoonlijke waarde die ermee gepaard gaan. Deze optimistische verwachtingen komen echter niet altijd overeen met wat kopers bereid zijn te betalen, vooral in economisch zware tijden. Deze omstandigheden zorgen ervoor dat het voor ondernemers belangrijker dan ooit is om een ervaren adviseur te zoeken die helpt met het maken van deals die voldoen aan de eisen van beide partijen.”



Duitsland

Bijna driekwart van Duitse mkb-ondernemers verwacht groei, na een jaar waarin 72 procent hun bedrijfswaarde al zag stijgen. Een kleine 32 procent van Duitse mkb-ondernemers weten niet wat hun bedrijf momenteel waard is, ruim onder het Europese gemiddelde van 40 procent ligt.

Scandinavië

Meer dan zes op de tien Deense mkb-ondernemers verwacht dat hun bedrijf zal groeien het komende jaar, na een jaar waarin 57 procent hun bedrijfswaarde al zag stijgen. Ondanks de positieve prognoses zijn Deense mkb-ondernemers minder optimistisch dan hun Europese tegenhangers.

Borys Storck, managing partner Marktlink Düsseldorf:

“Naast de vele interne uitdagingen waar het Duitse mkb mee te maken heeft, zijn er positieve externe impulsen. Er is meer interesse vanuit private equity-firma’s, zeker tegen de achtergrond van de stijgende inflatie, waardoor ze zorgen voor hoge bedrijfswaarderingen in de markt, hoewel deze waarderingen vaak slechts een beperkte relevantie hebben voor de uiteindelijke aankoopprijs.”



Jesper Fogh Duelund, managing partner Marktlink Denemarken:

“Een theoretische waardering van het bedrijf is een goed startpunt voor de ondernemer, maar zeker niet het eindpunt. De werkelijke koopprijs zal hoogstwaarschijnlijk verschillen van de theoretische, omdat de prijs ook wordt bepaald door de onderhandelingspositie. Het is belangrijk om de waardering in brede zin te bekijken. De grootste kloof tussen verkoper en koper is vaak dat de koper minder vertrouwen heeft in hoe goed het bedrijf in de toekomst kan presteren.”



Marktlink bedrijfswaardering

Een steeds groter aantal mkb-ondernemers houdt zich bezig met de urgente vraag of hun bedrijfskoers nog duurzaam is richting de toekomst. Hoewel sommigen al klaar staan om hun strategieën voor waardecreatie bij te stellen, is er meer daadkracht nodig, vooral in sectoren die kwetsbaar zijn voor wereldwijde trends zoals technologische disruptie, klimaatverschuivingen en demografische veranderingen.

Om deze uitdagingen het hoofd te bieden, moeten mkb-ondernemers proactief stappen nemen, risico's en kansen inschatten en bereid zijn om de boel om te gooien om nieuwe waarde te kunnen creëren. Deze proactieve aanpak is essentieel voor het versnellen van strategische doelen en het bereiken van duurzame groei.

- **Prestatie maatstaven:** een waardering biedt prestatie maatstaven, die ervoor zorgen dat bedrijven hun positie in de markt kunnen meten.
- **Optimale verkoopwaarde:** bedrijfswaarderingen stellen eigenaren in staat om een optimale verkoopwaarde voor hun bedrijf te realiseren.

VOORDELEN BEDRIJFSWAARDERING

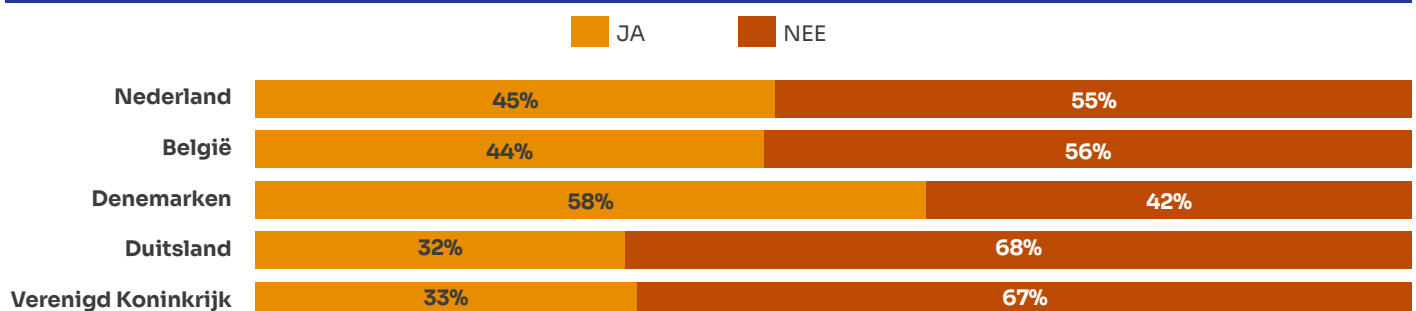
- **Het ontdekken van nieuwe kansen:** een bedrijfswaardering is een soort kompas, die mkb-ondernemers naar nieuwe waardevolle kansen wijst.
- **Weloverwogen besluitvorming:** In een waardering komen de sterktes en zwaktes van het bedrijf aan het licht, wat helpt bij strategische besluitvorming.

NADELEN BEDRIJFSWAARDERING

- **Blootleggen van zwaktes:** waarderingen kunnen zwakke plekken binnen het bedrijf blootleggen, waardoor de totale waarde mogelijk daalt.
- **Betrouwbaarheid:** vertrouwen op aannames kan een bedrijfswaarde soms minder volledig betrouwbaar maken. →

VEERTIG PROCENT VAN EUROPESE MKB-ONDERNEMERS WEET NIET HOEVEEL ZIJN OF HAAR BEDRIJF WAARD IS

Ik weet op dit moment niet precies hoeveel mijn bedrijf waard is





Tot op zekere hoogte is waarde een subjectief begrip. Het gaat erom dat je een actuele en nauwkeurige indicatie hebt van hoe je bedrijf het doet. Ondernemers zijn vaak naar binnen gericht en kijken niet naar de markt om hen heen. Daarom ontstaan er misverstanden, want er is vaak een verschil tussen de emotionele waarde en de werkelijke prijs die je als ondernemer voor je bedrijf krijgt als je klaar bent om te verkopen. Helaas krijg je niet altijd een vergoeding voor de energie die je erin hebt gestoken.

TOM BELTMAN, managing partner Marktlink Nederland

Gebruik je bedrijfswaarde om weloverwogen keuzes te maken

Uit ons onderzoek blijkt dat de meerderheid van Europese mkb-ondernemers optimistisch naar de toekomst kijken. Hoewel ze zeker zijn over hun groei, hebben ze vaak geen nauwkeurig beeld van hun bedrijfswaarde. Als het op bedrijfswaardering aankomt, moet men rekening houden met verschillende voor- en nadelen, waardoor een genuanceerde aanpak nodig is om weloverwogen beslissingen te kunnen nemen. Waarom zouden mkb-ondernemers moeten kiezen voor bedrijfswaardering?

NEDERLAND

De Nederlandse markt zal in 2024 minder onrustig zijn, waardoor het aantal verkooptransacties zal toenemen, aldus Tom Beltman, managing partner Marktlink Nederland. “Momenteel zien we autonome groei in de markt. Ondernemers bij wie de verkoop dichterbij komt schatten hun bedrijfswaarde realistischer in en proberen een zo hoog mogelijke waarde te realiseren.

Je ziet echter niet altijd de energie die je erin hebt gestoken in de waarde terug. Als mkb-ondernemers meer duidelijkheid hebben over de waarde van hun bedrijf, kunnen ze betere keuzes maken. Een bedrijfswaardering kan hen helpen om doelen te stellen en deze uiteindelijk te bereiken.”

BELGIË

Belgische ondernemers zouden hun veerkracht in moeten zetten om uitdagingen het hoofd te bieden, met de door EBD en Fed verwachte rentedaling die zorgt voor een ervaring van de Belgische mkb-markt wat, in een ideaal scenario, zal leiden tot meer overnames en groei. Belgische ondernemers hebben over het algemeen een meer emotioneel, in plaats van rationeel, beeld van hun bedrijfswaarde, waardoor bedrijfswaarderingen belangrijker worden om te ontdekken waar de waardedrijvers zitten om de bedrijfswaarde te maximaliseren. Filip Mariën, managing partner Marktlink België legt uit: “Sommige ondernemers →

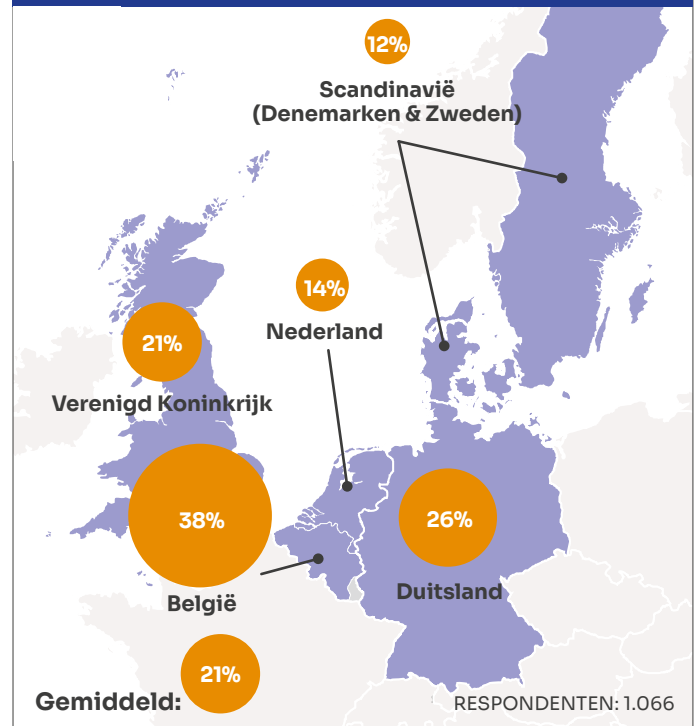
denken dat het weten van de waarde van hun bedrijf alleen belangrijk is als ze een verkoop of fusie overwegen. Niets is minder waar. Het is essentieel om op elk moment te weten hoe je bedrijf ervoor staat: meten is weten. Alleen als je volledig inzicht hebt in de huidige situatie, kan je maatregelen nemen om je toekomstige waardering te optimaliseren of toegevoegde waarde te creëren.”

HET VERENIGD KONINKRIJK

In het afgelopen anderhalf jaar kregen Britse ondernemers met een hele reeks uitdagingen te maken, en velen richten zich op het opnieuw opbouwen en maximaliseren van de waarde van hun bedrijf. Volgens Joe Moran, managing partner Marktlink Midlands “worstelen mkb-ondernemers met de vraag: is nu het juiste moment om te verkopen of moet ik nog doorgaan met ondernemen en het optimaliseren om later te verkopen? De concurrentiespanning en het kleinere aantal goed presterende bedrijven zorgen voor een hogere waardering.” Jonny Parkinson, managing partner Marktlink Manchester voegt daaraan toe: “Als de activiteit inderdaad in de loop van het jaar toeneemt, zoals verwacht, wordt de mogelijkheid steeds groter dat eigenaren benaderd worden door niet-ingewijde partijen die voorkennis nodig hebben van de waarde van het bedrijf om mee te vergelijken. Ook als een verkoop de komende vijf of meer jaar niet aan de orde is, zal werken met een adviseur helpen om de huidige waarde vast te stellen en om een plan op te stellen om de gewenste waardering te bereiken, wat ervoor zal zorgen dat de verwachtingskloof gedicht wordt en aandeelhouders in staat worden gesteld om de waarde te maximaliseren wanneer ze besluiten om uit te treden.”

EEN OP DE VIJF EUROPESE MKB-ONDERNEMERS WIL LIEVER NIET WETEN HOEVEEL ZIJN OF HAAR BEDRIJF WAARD IS

Ik zou op dit moment liever niet willen weten hoeveel mijn bedrijf waard is



DUITSLAND

Duitsland bevindt zich momenteel in een recessie, dus de markt heeft te maken met veel tegenwind in vergelijking met andere landen – tekorten en hoge rentes zorgen ervoor dat de EBITDA daalt, waardoor Duitse PE's enorm agressief zijn met biedingen. Er is een grote waardingskloof – tussen de technische waarde (op papier) en de emotionele waarde van het bedrijf – merkt Andreas Bonnard, managing partner Marktlink München, op. “We zien een discrepantie tussen de veronderstelde overwaardering en de werkelijke prestaties van de bedrijven. Dat de overnamemarkt momenteel gunstig is, is met name te zien in het grote aantal Duitse ondernemers die vinden dat hun bedrijf ondergewaardeerd is. Deze dynamiek laat zien dat dit het ideale moment is om strategische beslissingen te maken.”

SCANDINAVIË

Volgens de Confederation of Danish Industry is ruwweg 99 procent van Deense bedrijven een mkb, en vormen de ruggengraat van de Deense economie. Jesper Fogh Duelund merkt op: “Mkb-ondernemers zijn optimistischer over zowel de huidige als de toekomstige waarde van hun bedrijf en geloven in een sterke marktbehoefte. Maar het is duidelijk dat voor een DGA, die denkt aan verkopen, het kennen van de factoren waarop de markt en potentiële kopers de waarde van het bedrijf beoordelen de eerste stap is. Onze ervaring is dat deze factoren niet altijd overeenkomen met de eigen ervaring van de DGA. Maar wat we ook zien is dat wanneer DGA's een overnameproces in gang zetten, ze realistischer worden in hun beoordeling naarmate ze meer inzicht krijgen in het proces van het verkopen van een bedrijf.”

BELANGRIJKSTE RESULTATEN

Ons onderzoek wijst uit dat Europese mkb-ondernemers, die optimistisch zijn over hun bedrijfswaarde, de koers van hun bedrijf opnieuw evalueren te midden van uitdagingen in de markt. Met de aanhoudende vraag van kopers en terughoudendheid om tegen lagere waarderingen te verkopen, wordt verwacht dat hoogwaardige activa een hoge mate van concurrentie zullen kennen op de markt.

Bij Marktlink begeleiden we je graag in dit proces. Jouw voorkeuren blijven onze primaire focus. Wat ons onderscheidt is ons internationale netwerk dat mkb-ondernemers meer keuze biedt voor een waarheidsgetrouwe waardering, dankzij een grotere pool van potentiële kopers en verkopers om uit te kiezen.

BEGELEIDING VAN MARKTLINK'S OVERNAME-EXPERTS**BENIEUWD NAAR DE WAARDE VAN JOUW BEDRIJF?**

Weet jij wat de reële waarde van jouw bedrijf is? Je kan je bedrijfswaarde berekenen met de multiplmethode. Met deze methode deel je de verkoopprijs door de totale omzet, EBIT, of EBITDA. Dit getal is de multiple. De volgende stap is het vermenigvuldigen van de multiple met de bedrijfsomzet, EBIT of EBITDA en zo krijg je je waardering. Gelukkig hoef je zelf niet het telraam van de plank te halen. We raden je aan om onze Marktlink Multiple test te doen. Het is een tool gebaseerd op smart data, uitgebreide sector kennis en onze praktijkervaring. Je krijgt direct waardevolle inzichten in je bedrijf. Of je kunt een oriënterend gesprek inplannen met een van onze overname-experts.

MULTIPLE TEST: BEREKEN WAARDE JOUW BEDRIJF →

CONTACT

Wat is jouw volgende stap?

Heb jij hulp nodig bij het bepalen van je bedrijfswaarde? Wij staan klaar om je te helpen. Onze overname-experts helpen je graag in de voorbereiding op de juiste koers van je bedrijf, met toewijding en oprechte passie voor wat we doen. Jouw groei begint met een gesprek en wij staan door het hele proces naast je. Neem gerust contact met ons op!

Telefoonnummers:

NL: **+31 (0) 85 0 400 300**

UK: **+44 (0) 161 706 2401**

DK: **+ 45 (0) 20 24 52 75**

DE: **+49 (0) 151 24 16 58 33**

E-mail: info@marktlink.com

Website: www.marktlink.com

Deze whitepaper wordt gratis aangeboden door Marktlink.

MARKTLINK OVERNAMESPECIALIST

Marktlink werd in 1996 opgericht in Nederland. Sindsdien is het bedrijf uitgegroeid tot het grootste onafhankelijke fusie- en overnamespecialist in het mkb+ segment voor Noordwest-Europa. Het internationale team bestaat uit 240 overnamespecialisten die bedrijven begeleiden bij transacties tussen de 5 en 250 miljoen euro. Met haar internationale netwerk en kantoren door heel Europa heen brengt Marktlink kopers, verkopers en investeerders wereldwijd bij elkaar. Met succes, bewezen door de 150 succesvolle transacties van vorig jaar.

MARKTLINK.COM →

EXIT READY | M&A | CAPITAL

