

Succesvol stoppen met ondernemen: wanneer ben je exitready?

Hoe mkb-ondernemers in Nederland, België, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Scandinavië zich voorbereiden op een bedrijfsverkoop



De waarde van een succesvolle exit

Ondernemen is meer dan alleen het runnen van een bedrijf. Het betekent ook vooruitdenken, plannen en uiteindelijk weten wanneer het tijd is om een stap terug te doen. Recent onderzoek van Marktlink toont aan dat een kwart van de Europese mkb-ondernemers in het afgelopen jaar serieus heeft overwogen om te stoppen met hun onderneming. Dit bevestigt de toenemende bewustwording onder ondernemers van de noodzaak om hun toekomstplannen goed te overwegen.

Ongeveer de helft van de ondervraagden staat open voor vervroegde uittreding, en 50 procent heeft actief nagedacht over opvolging. Toch blijkt

het plannen van een exit voor veel ondernemers complex en uitdagend. Een succesvolle verkoop of overname vereist zorgvuldige voorbereiding en een goed doordachte strategie, waarbij zowel de financiële gezondheid van het bedrijf als de mate van voorbereiding cruciaal zijn.

In dit whitepaper geven we een overzicht van de belangrijkste stappen en overwegingen voor een succesvolle exit. We belichten hoe ondernemers zich kunnen voorbereiden, de rol van financiële stabiliteit en de strategische beslissingen die een soepele transitie mogelijk maken. Deze inzichten helpen ondernemers om door het proces van bedrijfsbeëindiging te navigeren en hun harde werk optimaal te verzilveren.



Zijn ondernemers bezig met opvolging?

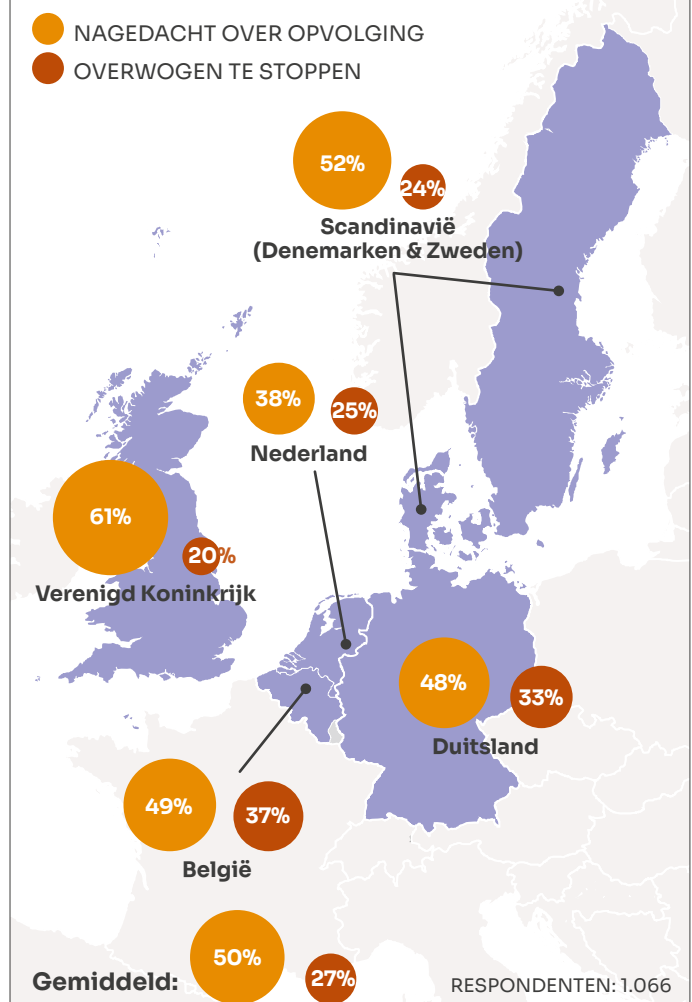
Het hebben van een opvolgingsplanning is een belangrijk onderwerp voor veel ondernemers. Op basis van recente onderzoeksresultaten en inzichten van onze experts bij Marktlink wordt duidelijk hoe ondernemers denken over het plannen van hun toekomst en welke factoren hen beïnvloeden in de besluitvorming rondom opvolging en mogelijke verkoop.

Uit ons onderzoek blijkt dat 50 procent van de ondernemers in de afgelopen 12 maanden heeft nagedacht over eventuele opvolging. Dit laat zien dat opvolging wel degelijk een onderwerp van overweging is, maar tegelijkertijd blijkt dat veel ondernemers nog niet concreet bezig zijn met hun exitstrategie. Slechts 48 procent staat open voor vervroegde uittreding, terwijl 49 procent aangeeft geen duidelijke exitstrategie te hebben. Deze cijfers wijzen op een zekere ambivalentie; ondernemers erkennen de noodzaak van opvolgingsplanning, maar zijn vaak nog niet actief bezig met het vormgeven hiervan.

Steven Meuldermans, partner Marktlink Antwerpen: “Ondernemers denken na over de waarde van hun bedrijf, maar minder over het proces om deze waarde te maximaliseren. Terwijl de juiste voorbereiding en strategie ertoe kunnen leiden dat de verwachtingen worden overtroffen.”

HELFT EUROPESE MKB-ONDERNEMERS HEFT IN AFGELOPEN JAAR NAGEDACHT OVER OPVOLGING, KWART OVERWOOG TE STOPPEN

Ik heb in de afgelopen twaalf maanden overwogen te stoppen/nagedacht over mijn opvolging



Een ander opvallend gegeven is dat 27 procent van de ondernemers in het afgelopen jaar serieus heeft overwogen om te stoppen. Dit percentage suggereert dat een aanzienlijk deel van de ondernemers overweegt om hun bedrijf te verlaten, maar dat de stap naar daadwerkelijke actie vaak niet wordt gezet. Daarbij geeft 53 procent van de ondervraagden aan dat stoppen geen serieuze optie is voor hen, wat kan wijzen op emotionele en praktische obstakels die ondernemers ervan weerhouden om tot een besluit te komen.

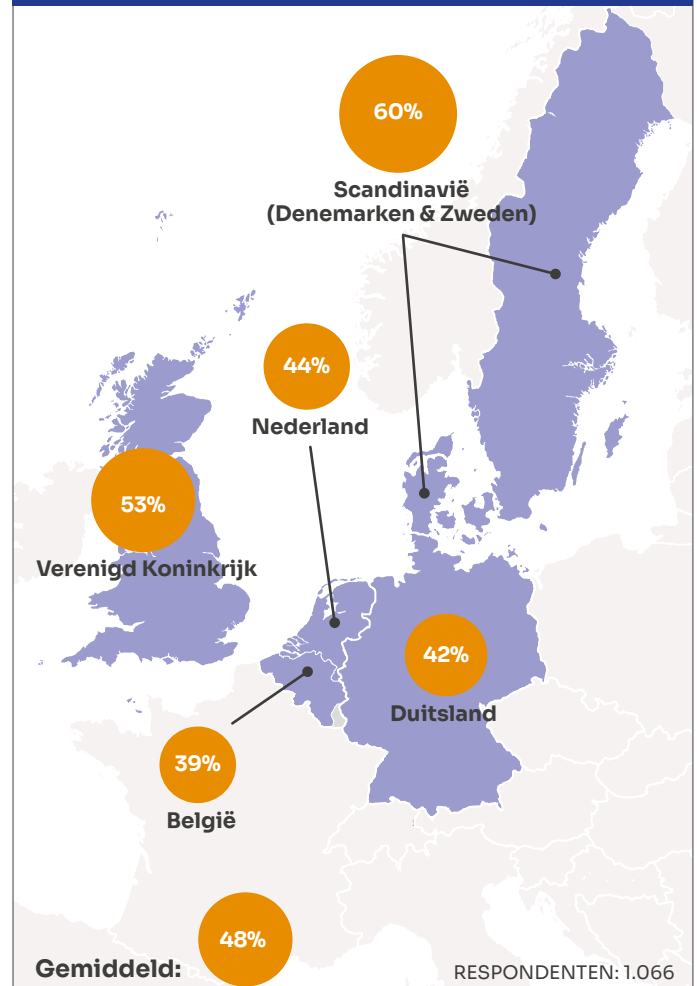
OVERWEGEN OM TE STOPPEN

De beslissing om een bedrijf te verlaten is nooit eenvoudig en wordt door verschillende factoren beïnvloed. De meest voorkomende overweging voor ondernemers om te stoppen, heeft te maken met gebrek aan voldoening en de wens om meer tijd voor persoonlijke zaken te hebben. Zo geeft 24 procent van de mkb-ondernemers aan weinig voldoening te halen uit het ondernemerschap, een signaal dat kan wijzen op mogelijke burn-outachtige klachten of simpelweg de behoefte aan verandering. Deze afname in voldoening kan ook te maken hebben met toenemende uitdagingen zoals druk op marges, bureaucratie, de nasleep van de coronapandemie, en geopolitieke spanningen.

Daarnaast blijkt uit het onderzoek dat 52 procent van de ondernemers precies weet wat hun bedrijf moet opleveren om te stoppen. Dit toont aan dat ondernemers wel een bepaalde financiële doelstelling voor ogen hebben, maar dat dit niet

BELGISCHE MKB-ONDERNEMERS STAAN HET MINST VAAK OPEN VOOR EEN VERVROEGDE UITTREDING

Ik sta open voor een eventuele vervroegde uittreding uit mijn bedrijf



altijd voldoende is om de knoop door te hakken. Ondernemers worden geconfronteerd met zowel emotionele als praktische obstakels bij het overwegen van een bedrijfsverkoop. Emotioneel gezien kan de verkoop van een bedrijf aanvoelen als het loslaten van een groot deel van hun identiteit. Dit verklaart waarom veel ondernemers, ondanks de intentie om te stoppen, toch moeite hebben om daadwerkelijk afscheid te nemen. →

Praktisch gezien is er vaak onzekerheid over wat er precies op hen afkomt bij een verkooptraject. Ons onderzoek toont aan dat 51 procent van de ondernemers niet scherp heeft wat de verkoop van hun bedrijf precies inhoudt, wat de beslissing om te verkopen nog ingewikkelder maakt.

Een van de meest urgente uitdagingen voor familiebedrijven is het ontbreken van een duidelijk en uitvoerbaar opvolgingsplan. Uit onderzoek blijkt dat slechts 23 procent van de familiebedrijven een duidelijk en uitvoerbaar opvolgingsplan heeft. Dit betekent dat een

meerderheid van de bedrijven niet goed voorbereid is op de toekomstige overdracht. In Duitsland, bijvoorbeeld, heeft 36 procent van de familiebedrijven geen concreet opvolgingsplan. Dit gebrek aan planning kan grote gevolgen hebben voor de continuïteit van het bedrijf. Zonder een geschikte opvolger kan de onderneming niet alleen haar strategische richting verliezen, maar ook haar waarde significant zien dalen. In sommige gevallen kan het ontbreken van een opvolgingsplan zelfs leiden tot faillissement van een anders levensvatbaar bedrijf.



Hoewel ondernemers worstelen met een aantal onzekerheden, weten ze precies wat de (gewenste) verkoopwaarde van hun bedrijf is. Wat echter vaak ontbreekt, is een duidelijk stappenplan om deze waarde ook daadwerkelijk te realiseren bij een eventuele verkoop. Dit is waar wij met onze expertise om de hoek komen kijken en onze klanten ondersteunen bij het realiseren van hun doelen.

HENNING KÜRBIS, managing partner Marktlink Duitsland



Wanneer begin je met de voorbereidingen?

Uit ons onderzoek blijkt dat veel mkb-ondernemers regelmatig nadenken over uittreding of opvolging. Elke ondernemer komt vroeg of laat op het punt van bedrijfsverkoop. Het juiste moment om te beginnen met de voorbereidingen kan een aanzienlijke impact hebben op de uiteindelijke verkoopprijs en je toekomstige plannen.

Volgens de Marktlink-monitor weet meer dan de helft van de ondernemers niet precies welke stappen ze moeten nemen bij bedrijfsbeëindiging of verkoop. Slechts een derde heeft een duidelijk beeld van hoe de benodigde financiële opbrengst eruit ziet om zorgeloos te kunnen stoppen. Een succesvolle bedrijfsverkoop begint met een

goede voorbereiding. Dit proces kan meerdere jaren in beslag nemen, dus het is verstandig om op tijd te beginnen, zelfs als er nog geen directe verkoopplannen zijn.

Het ideale moment om te beginnen met de voorbereidingen voor een bedrijfsverkoop verschilt per ondernemer en bedrijf.



Stap 1: uitgebreide bedrijfsscan

Het voorbereidingsproces start met een grondige analyse van het bedrijf. Dit omvat het evalueren van de sterke punten en het identificeren van potentiële verbeterpunten, zoals operationele efficiëntie, marktpositie of financiële stabiliteit. Het doel is om onbenutte kansen voor de waardering te ontdekken.

Stap 2: advies en optimalisatie

Op basis van de resultaten van de bedrijfsscan wordt een gedetailleerd advies opgesteld, gericht op het versterken van de waarde propositie van het bedrijf. Samen voeren we de benodigde optimalisaties uit, variërend van het verbeteren van financiële rapportages tot het herstructureren van bedrijfsprocessen, om de operationele en financiële prestaties te verbeteren en het bedrijf aantrekkelijker te maken voor potentiële kopers.

Stap 3: toekomstplannen bepalen

Naast de voorbereiding van het bedrijf is het ook belangrijk om eigen toekomstplannen na de verkoop duidelijk te definiëren. Hoe meer de persoonlijke doelstellingen in lijn zijn met de tijdelijk rondom verkoop, des te groter de kans op een succesvol resultaat.

Stap 4: klaar voor verkoop

Wanneer het bedrijf volledig is geoptimaliseerd en de toekomstplannen helder zijn, is het bedrijf verkoopklaar. Op dit punt wordt gezocht naar de juiste kandidaat die perfect bij de onderneming past. Dit kan een strategische koper, financiële investeerder, of zelfs een management buy-out kandidaat (MBO) zijn, afhankelijk van de wensen en de specifieke kenmerken van de onderneming.

Onze ervaren adviseurs benadrukken dat het belangrijk is om minimaal een tot drie jaar voor de geplande verkoop te starten met de voorbereidingen. Dit geeft voldoende tijd om het bedrijf te optimaliseren en strategische beslissingen te nemen die de verkoopwaarde kunnen verhogen.

VERSCHILLEN TUSSEN LANDEN IN DE VOORBEREIDING OP BEDRIJFSOVERDRACHT

We hebben 1.066 mkb-ondernemers ondervraagd in Nederland, België, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Scandinavië. We vroegen hen naar de voorbereiding.

Nederland

Hoewel Nederlandse ondernemers relatief gelukkig zijn met hun onderneming - 87 procent geeft aan voldoening te halen uit hun ondernemerschap - overweegt ongeveer een derde van hen te stoppen met ondernemen. Opvallend is dat zes op de tien Nederlandse ondernemers geen duidelijke exitstrategie hebben. Dit gebrek aan voorbereiding kan leiden

tot aanzienlijke problemen bij de verkoop van hun bedrijf.

Tom Beltman, partner bij Marktlink, benadrukt het belang van tijdige voorbereiding voor een succesvol verkoopproces. Hij adviseert ondernemers om zich te laten informeren over waardebeoordeling en potentiële kopers. Beltman wijst erop dat de realiteit van vergrijzing en veranderende marktdynamiek vraagt om een goed doordacht plan voor de toekomst.

Tom Beltman, managing partner Marktlink Nederland:

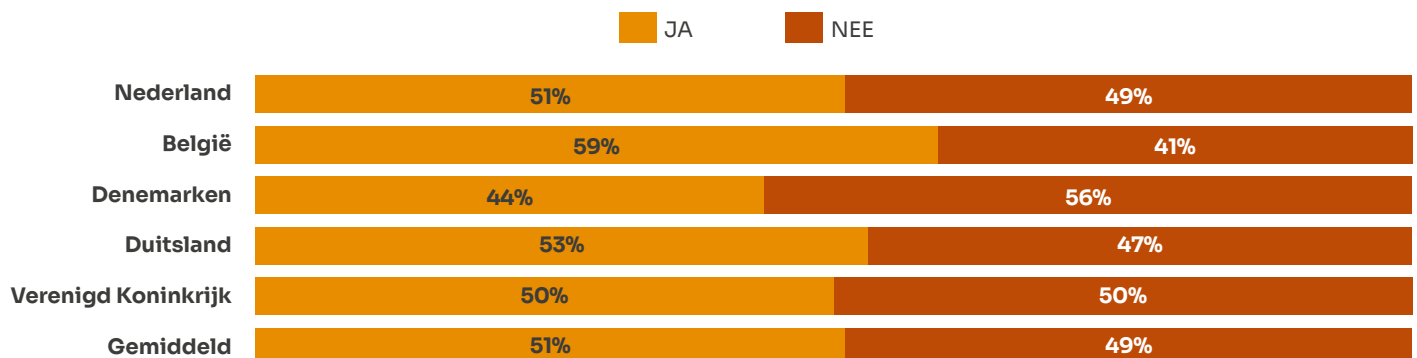


“Wanneer je als ondernemer te lang wacht met het ontwikkelen van een exitstrategie, is de kans groot dat je door moet blijven werken, zelfs als je vermoeid bent door factoren zoals nieuwe wet- en regelgeving, conflicterende visies met latere generaties, of het niet meer kunnen bijbenen van technologische ontwikkelingen.”



51 PROCENT VAN DE EUROPESE MKB-ONDERNEMERS HEEFT NIET SCHERP WAT ER GEBEURT ALS ZE Zouden STOPPEN MET ONDERNEMEN

Ik heb niet (precies) scherp wat er op me afkomt/wat er moet gebeuren wanneer ik zou besluiten te stoppen met ondernemen/mijn bedrijf te verkopen



België

In België is de situatie vergelijkbaar. 59 procent van de Belgische ondernemers heeft geen duidelijke exitstrategie en weet niet wat er op hen afkomt bij een verkoop of een beëindiging van hun onderneming. Hoewel bijna de helft van de ondervraagden de afgelopen 12 maanden heeft nagedacht over opvolging en 37 procent overwoog te stoppen, is de voorbereiding vaak onvoldoende.

“Natuurlijk slorpt de dagelijkse leiding van een bedrijf heel veel tijd en energie op”, vertelt Steven Meuldermans, managing partner Marktlink België, “maar het is belangrijk om dit eindspel steeds op de radar te houden. Het deels of volledig overdragen van een onderneming is een langdurig (psychologisch) proces; het is dan ook aangewezen om op tijd te starten met de

Steven Meuldermans, managing partner Marktlink België:

“Het deels of volledig overdragen van een onderneming is een langdurig (psychologisch) proces; het is dan ook aangewezen om op tijd te starten met de voorbereiding. Daarnaast kan er natuurlijk altijd iets onverwachts gebeuren waardoor alles plots snel moet gaan, zodat het eigenlijk aangewezen is om steeds ‘exitready’ te zijn.”



voorbereiding. Daarnaast kan er natuurlijk altijd iets onverwachts gebeuren waardoor alles plots snel moet gaan, zodat het eigenlijk aangewezen is om steeds ‘exitready’ te zijn.”

Duitsland

Uit het onderzoek blijkt dat 53 procent van de Duitse ondernemers geen duidelijk beeld heeft van wat er moet gebeuren of welke uitdagingen op hen afkomen bij een bedrijfsverkoop of -beëindiging. Hoewel 42 procent van de Duitse ondernemers openstaat voor een mogelijke verkoop, moeten velen van hen nog de benodigde strategie ontwikkelen om dit succesvol te doen. Dit is zorgwekkend, gezien het feit dat de demografische veranderingen, zoals de vergrijzing, een steeds grotere rol spelen in het voortbestaan van bedrijven. Met een gemiddelde leeftijd van 53 jaar, en een kwart van de bedrijfsleiders die al ouder is dan 60, is het essentieel dat ondernemers tijdig beginnen met de opvolgingsplanning.

Henning Kürbis, managing partner Marktlink Duitsland:

“De realiteit van vergrijzing en veranderende marktdynamiek vraagt om een plan voor de toekomst. De grijze golf die er aankomt zorgt ervoor dat ondernemers ver voordat zij denken aan stoppen, in ieder geval moeten nadenken over de overdracht van hun bedrijf.”



Verenigd Koninkrijk

Ongeveer 50 procent van de Britse mkb-eigenaren begrijpt niet volledig welke stappen nodig zijn om hun bedrijf op verkoop voor te bereiden, noch de uitdagingen die ze kunnen tegenkomen. Van de Britse mkb-ondernemers heeft 42 procent geen duidelijke exitstrategie en 42 procent weet niet hoeveel hun bedrijf moet opbrengen om het ondernemerschap te beëindigen.

Joe Moran, managing partner van Marktlink's kantoren in de Midlands, wijst op de noodzaak van zorgvuldige planning.

Joe Moran, managing partner

Marktlink Midlands:

“Verkopen is niet eenvoudig; het vraagt jarenlange zorgvuldige planning en voorbereiding.

Hoewel de markt zich herstelt, moeten ondernemers voorbereid zijn op mogelijke belastingverhogingen en economische veranderingen die hun verkoop kunnen beïnvloeden.”



Scandinavië

De bereidheid onder Deense ondernemers om hun bedrijf vroegtijdig te verkopen is opmerkelijk hoog in vergelijking met hun Europese tegenhangers. Uit het onderzoek blijkt dat 60 procent van de Deense ondernemers openstaat voor een vroegtijdige exit als de juiste omstandigheden zich voordoen. Dit weerspiegelt een sterke handelsmentaliteit die kenmerkend is voor Denemarken, aldus Jesper Dueland, managing partner bij Marktlink Denemarken. Hoewel deze bereidheid tot verkoop groot is, ontbreekt het veel Deense ondernemers aan de kennis en voorbereiding om een succesvolle verkoop te realiseren. Zo heeft 58 procent van de ondernemers geen duidelijke exitstrategie, en 44 procent begrijpt niet volledig wat er komt kijken bij het proces van een bedrijfsverkoop

Jesper Fogh Dueland, managing partner Marktlink Denemarken:

“Hoewel het positief is dat relatief weinig Deense ondernemers overwegen hun bedrijf te sluiten,

blijft het essentieel om een goed doordachte exitstrategie te hebben,” benadrukt Dueland. “Een verkoop is zelden eenvoudig; het vereist niet alleen inzicht in de waardebeoordeling van de onderneming, maar ook een grondige voorbereiding op de uitdagingen die bij een verkoop komen kijken.”



of -overdracht. Dit gebrek aan voorbereiding is zorgwekkend, vooral gezien de complexiteit van een succesvolle bedrijfsverkoop.

TEST: IS JOUW BEDRIJF AL VERKOOPKLAAR? →

Soorten verkoop en partijen

Bij het verkopen van een bedrijf zijn er verschillende verkoopstrategieën en betrokken partijen waarmee rekening gehouden moet worden. De keuze voor een bepaalde verkoopvorm hangt af van persoonlijke doelen, de toekomstvisie voor het bedrijf, en de mogelijkheden voor verdere groei.

PRE-EXIT: VERKOOP ÉN BLIJVEN ONDERNEMEN

Een pre-exit is een strategie waarbij een deel van het bedrijf wordt verkocht, terwijl de ondernemer nog actief blijft in de onderneming. Dit is ideaal voor ondernemers die nog enkele jaren willen doorgaan, maar behoefte hebben aan groeikapitaal of een strategische partner. Met een pre-exit wordt een deel van de waarde van het bedrijf verzilverd, terwijl de ondernemer blijft werken aan de verdere groei. Vaak wordt een meerderheid van aandelen verkocht aan een investeerder en koopt de ondernemer zelf een minderheidsbelang terug. Samen met de investeerder wordt gewerkt aan het versterken en professionaliseren van het bedrijf, om het uiteindelijk na enkele jaren volledig te verkopen.

Voordelen van een pre-exit:

- Direct profiteren van een deel van de waarde van het bedrijf.
- Betrokken blijven bij de groei en ontwikkeling van de onderneming.
- Samenwerken met een partner die extra expertise en kapitaal inbrengt.

VOLLEDIGE UITTREDDING

Bij een volledige uittreding worden alle aandelen in één keer verkocht en verlaat je het bedrijf volledig. Dit is een aantrekkelijke optie als je klaar bent om het bedrijf helemaal los te laten en te genieten van de opbrengst. Het is belangrijk om hier goed voorbereid aan te beginnen, omdat deze stap definitief is en de controle over het bedrijf uit handen wordt gegeven. Moran: “Ondernemers moeten altijd met het einddoel in gedachten beginnen. Het vereist zorgvuldige planning en overweging die jaren voorafgaand aan het verkoopproces beginnen.”

MANAGEMENT BUY-OUT (MBO)

Een MBO is een verkoop waarbij één of meerdere leden van het managementteam het bedrijf overnemen. Dit is vaak een goede optie als je het bedrijf wilt overdragen aan iemand die de interne processen goed kent en de bedrijfscultuur kan behouden. Het proces van een MBO is complexer dan een verkoop aan een externe partij, omdat er sprake is van persoonlijke en zakelijke belangen. Een goed verloop van dit proces vereist wederzijds vertrouwen en duidelijke afspraken.

MANAGEMENT BUY-IN (MBI)

Een MBI, daarentegen, is een situatie waarin een externe partij, vaak een ervaren manager of een groep investeerders, het bedrijf overneemt. Deze persoon of groep heeft meestal al ervaring in de branche, maar brengt nieuwe inzichten en ideeën →

mee. Een MBI kan aantrekkelijk zijn als het bedrijf behoefte heeft aan vernieuwing of een andere strategische richting. Echter, het risico is dat de nieuwe leiding minder bekend is met de specifieke bedrijfscultuur en interne processen, wat kan leiden tot een langere aanpassingsperiode.

MOGELIJKE KOPERS

Nu we de verschillende verkoopstrategieën hebben besproken, richten we onze aandacht op de mogelijke kopers die betrokken kunnen zijn bij een bedrijfsverkoop. Strategische kopers, financiële kopers, en particuliere investeerders.

1. Strategische kopers

Strategische kopers zijn bedrijven binnen dezelfde of aanverwante sectoren die hun marktpositie willen versterken. Ze zijn vaak bereid een hogere prijs te betalen vanwege de synergieën die ze kunnen bereiken, zoals kostenbesparingen of het uitbreiden van hun productaanbod. Deze kopers hebben meestal een langetermijnbelang in het overgenomen bedrijf.

2. Financiële kopers (private equity)

Financiële kopers, zoals private-equityfondsen, richten zich op het behalen van rendement over een bepaalde periode door te investeren in bedrijven met aanzienlijke groeipotentie. Ze brengen vaak niet alleen kapitaal in, maar ook strategische inzichten en ervaring die bedrijven kunnen helpen bij het optimaliseren van hun processen en het versterken van hun marktpositie. Door herstructurering en strategische aanpassingen kunnen zij de winstgevendheid en

groeipotentie van het bedrijf vergroten. Dit type koper is ideaal voor ondernemers die snel willen groeien en openstaan voor nieuwe mogelijkheden en veranderingen.

3. Particuliere investeerders en familiebedrijven

Particuliere investeerders, waaronder zowel individuele investeerders (zoals MBI'ers en MBO'ers) als familiebedrijven, richten zich op stabiliteit op de lange termijn en continuïteit. Individuele investeerders kunnen interesse hebben in een management buy-in (MBI) of management buy-out (MBO), waarbij zij persoonlijk betrokken raken bij de bedrijfsvoering. Familiebedrijven, die ook strategische kopers kunnen zijn, streven naar groei en consolidatie binnen hun sector en kunnen nieuw kapitaal en expertise inbrengen om het bedrijf op de lange termijn succesvol te laten groeien. Hierdoor zijn ze geschikt voor ondernemers die willen dat hun bedrijf op dezelfde koers blijft en verder groeit met nieuw kapitaal.

HOE VIND JE DE JUISTE KOPER?

De keuze voor de juiste koper is belangrijk voor het succes van de verkoop. Het is goed om te begrijpen welke impact de verschillende typen kopers op jouw bedrijf kunnen hebben. Bij het bepalen van de beste verkoopstrategie is er geen one-size-fits-all-oplossing. Het maken van de juiste keuze hangt af van persoonlijke en professionele ambities, de trends in de markt en de toekomstvisie voor het bedrijf.

Verkoopklaar maken van het bedrijf

Een goede voorbereiding op het verkoopproces kan op de lange termijn veel opleveren. Dit betekent niet alleen mentaal voorbereiden, maar ook grondig optimaliseren van het bedrijf om aantrekkelijk te zijn voor potentiële kopers. Uitstel van verkoop kan een remmend effect hebben op investeringen en innovaties, wat de groei en ontwikkeling van je bedrijf kan belemmeren.

Het is belangrijk om zwaktes, risico's, sterktes, kansen en bedreigingen van je bedrijf in kaart te brengen. Door deze factoren te analyseren, kan er gericht gewerkt worden aan het verkoopklaar maken van de onderneming. Een tijdige optimalisatie verhoogt de aantrekkelijkheid en waarde van het bedrijf, en geeft meer controle over de uitkomst van de verkoopdeal.

ESSENTIËLE STAPPEN OM JE BEDRIJF AANTREKKELIJK TE MAKEN VOOR POTENTIËLE KOPERS

Een succesvolle verkoop begint met een grondige voorbereiding. Het verkopen van een bedrijf betekent dat je alle aspecten van de onderneming optimaliseert om een sterke indruk te maken op potentiële kopers.

1. Optimaliseren van financiële rapportages: zorg ervoor dat financiële rapportages accuraat, volledig en up-to-date zijn. Dit omvat het opstellen van heldere en gedetailleerde winst-en-verliesrekeningen, balansen en kasstroomoverzichten. Potentiële kopers zullen deze documenten gebruiken om de financiële gezondheid van het bedrijf te evalueren.

2. Juridische aspecten: regel alle juridische kwesties voordat het bedrijf te koop wordt aangeboden. Dit omvat het controleren van contacten, eigendomsdocumenten en eventuele lopende geschillen. Zorg ervoor dat juridische documenten in orde zijn om complicaties tijdens het verkoopproces te vermijden.

3. Opstellen van een duidelijke exitstrategie: een goed doordachte exitstrategie helpt om doelen te verduidelijken en een gestructureerd verkooptraject te volgen. Dit omvat het bepalen van wensen voor de verkoop, zoals het type koper en de structuur van de verkoop (bijvoorbeeld volledige verkoop, pre-exit, of management buy-out).



DO'S EN DON'TS

Bij de verkoop van je bedrijf kunnen de eisen en verwachtingen per land sterk verschillen. Wij geven je de belangrijkste do's en don'ts, gebaseerd op onderzoek door Marktlink. Deze richtlijnen helpen je om je bedrijf voor te bereiden op een soepel verkoopproces.

Do's

- **Zorg voor transparantie:** transparantie in financiële rapportages en juridische documenten is erg belangrijk. Dit schept vertrouwen bij potentiële kopers en verkleint de kans op verrassingen tijdens het verkoopproces.
- **Begin vroegtijdig:** start tussen de 1 en 3 jaar voor de geplande verkoop met de voorbereidingen. Dit geeft je de tijd om de bedrijfswaardering te optimaliseren en mogelijke problemen te identificeren en aan te pakken.
- **Ontwikkel een duidelijke strategie:** stel duidelijke doelen en strategieën vast voor het verkoopproces. Dit helpt om gericht te werk te gaan en voorkomt ongewenste verrassingen.
- **Denk aan duurzaamheid:** richt je op langetermijninvesteringen en duurzaamheid. Steeds meer kopers hechten hier waarde

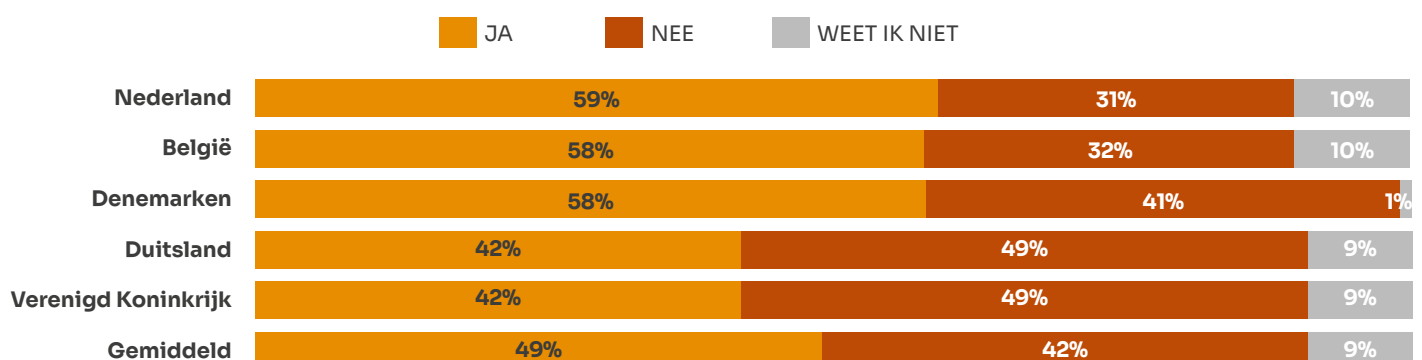
aan, vooral in markten waarin ethische bedrijfspraktijken centraal staan.

Don'ts

- **Stel geen zaken uit:** uitstel kan leiden tot vertragingen en verhoogde risico's. Zorg dat alles goed voorbereid is om het proces soepel te laten verlopen.
- **Negeer emotionele aspecten niet:** vooral bij familiebedrijven kunnen emoties een rol spelen. Negeer deze niet, want ze kunnen het verkoopproces verstoren en vertragingen veroorzaken.
- **Doe geen onrealistische veronderstellingen:** het verkoopproces kan juridisch en financieel complex zijn. Onderschat dit niet en zorg voor een goede voorbereiding om onverwachte obstakels te vermijden.
- **Voorkom overhaaste acties:** maak geen overhaaste beslissingen zonder een goed doordachte planning en waardebeoordeling. Dit kan leiden tot een lagere verkoopprijs en ongunstige voorwaarden.
- **Vergeet de bedrijfscultuur niet:** zorg dat de bedrijfscultuur en langetermijnvisie duidelijk zijn voor potentiële kopers. Dit helpt om de juiste koper aan te trekken die bij het bedrijf past en de continuïteit waarborgt.

HELFT EUROPESE MKB-ONDERNEMERS HEEFT GEEN DUIDELIJKE EXIT-STRATEGIE

Ik heb (vooralsnog) geen duidelijke exit-strategie als ik zou willen stoppen met ondernemen

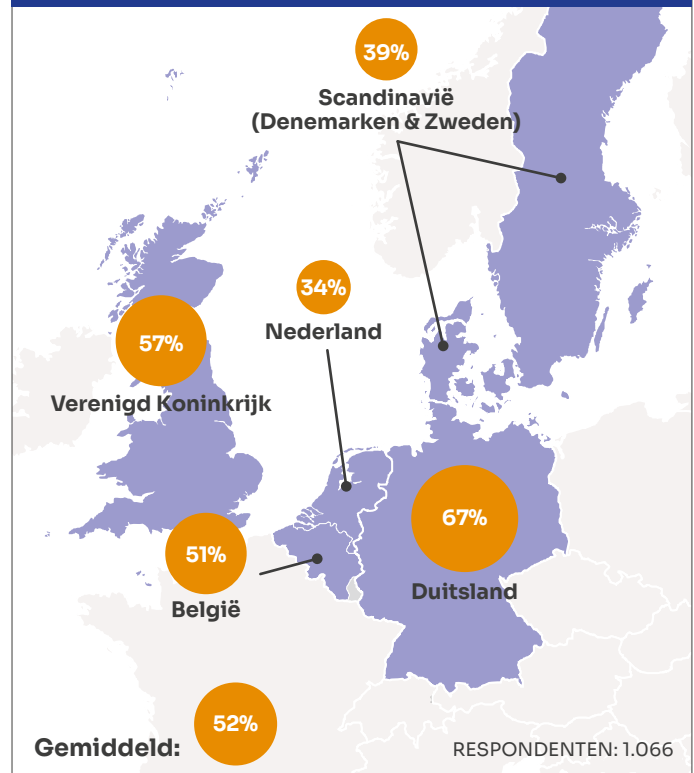


HET BELANG VAN BEDRIJFSWAARDERING BIJ EEN EXITSTRATEGIE

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, klimaatverandering en demografische veranderingen.

52 PROCENT VAN DE EUROPESE MKB-ONDERNEMERS WEET HOEVEEL HUN BEDRIJF MOET OPBRENGEN OM TE KUNNEN STOPPEN

Ik weet precies hoeveel mijn bedrijf moet opbrengen om te kunnen stoppen met ondernemen



BENIEUWD NAAR DE WAARDE VAN JOUW BEDRIJF?

De bedrijfswaarde kan berekend worden met de multiple methode, zonder zelf aan de slag te hoeven gaan met complexe berekeningen. Het is aan te raden om de Marktlink Multiple te gebruiken: een tool gebaseerd op slimme data, diepgaande sectorkennis en praktijkervaring. Dit levert direct waardevolle inzichten op. Daarnaast is het ook mogelijk om een oriënterend gesprek in te plannen met een van onze overname-experts.

[MULTIPLE TEST: BEREKEN WAARDE JOUW BEDRIJF →](#)



Het belang van een goede partner

Bij de verkoop van een bedrijf wil je ook kiezen voor de juiste partner om je te begeleiden bij verkoop en voorbereiding op de verkoop. De complexiteit van het verkoopproces en de noodzaak om strategisch te handelen vereisen deskundigheid, ervaring en een betrouwbare samenwerking. Een goede partner kan het verschil maken tussen een geslaagde transactie en een proces vol obstakels en vertragingen.

WAAROM MARKTLINK?

- **Marktkennis en netwerk:** een partner zoals Marktlink beschikt over uitgebreide marktkennis en een breed netwerk van potentiële kopers, investeerders en andere relevante partijen in Europa. Dit netwerk kan vaak de juiste match voor je bedrijf leveren, die je mogelijk zelf niet zou vinden.
- **Objectieve waardering:** Marktlink helpt bij een objectieve waardering van je bedrijf door gebruik te maken van geavanceerde waarderingmethoden en marktdata. Dit voorkomt een emotioneel gekleurde inschatting van de waarde en zorgt ervoor dat je een eerlijke marktconforme prijs krijgt.
- **Professionele begeleiding:** een deskundige partner helpt je bij het ontwikkelen en implementeren van een gedetailleerde verkoopstrategie. Marktlink biedt met meer dan 300 interne experts ook ondersteuning bij juridische en financiële kwesties, waardoor je verzekerd bent van een concrete en efficiënte afhandeling van de verkoop.
- **Tijdswinst:** het verkoopproces is tijdrovend en complex. Door een ervaren partner in te schakelen, kun je profiteren van hun gestructureerde aanpak en proceskennis. Dit helpt je om tijd te besparen en mogelijke valkuilen te vermijden, waardoor je sneller en efficiënter het traject ingaat.

CONTACT

Wat is jouw volgende stap?

Heb jij hulp nodig bij het exitready maken van jouw bedrijf? 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**

BE: **+32 (0) 494 57 36 98**

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 de grootste onafhankelijke fusie- en overnamespecialist in het mkb+ segment voor Noordwest-Europa. Het internationale team bestaat uit 300 overnamespecialisten die bedrijven begeleiden bij transacties tussen de 5 en 250 miljoen euro. Met haar internationale netwerk brengt Marktlink kopers, verkopers en investeerders wereldwijd bij elkaar. Met succes, bewezen door de 150 succesvolle transacties van vorig jaar.

MARKTLINK.COM →

