

## Your Posts

Update

Your posts (5) | Writing ideas (3)

verkopende eigenaar aan het bedrijf.

Published · Jan 7, 2016 | Delete

Op basis van welke elementen beslist een ondernemer over wanneer hij het bedrijf

Published · Nov 28, 2015 | Delete

Number of acquisitions is increasing

Published · Mar 20, 2015 | Delete



Kristo van Holsbeeck  
Helping to create value through Mergers and Acquisitions

## Op basis van welke elementen beslist een ondernemer over wanneer hij het bedrijf verkoopt?

h1 h2 “ B I U T ≡ ≡ ≡ ≡ ≡ ≡ ≡ ≡ ≡ & ☒ > <

Als een ondernemer met zijn activiteit begint, denkt hij niet meteen aan het moment waarop hij zijn bedrijf ooit gaat overdragen. Maar wie dit niet in het achterhoofd houdt, kan ook niet correct bepalen wanneer die overdracht het beste gebeurt. Maar hoe beslis je nu wanneer je verkoopt?

Een eerste reflectie die de bedrijfsleider moet maken gaat over waar het bedrijf in zijn evolutie staat. Zijn er nog groeimogelijkheden, dan kan het de moeite zijn om deze eerst te realiseren. Want veel kopers zijn zoals de ongelovige Thomas: eerst zien en dan geloven.

In die zin is het ook belangrijk te weten welke de belangrijke ontwikkelingen in de sector zijn. In die zin heeft e-commerce heel wat bedrijven onderuit gehaald. In andere sectoren is er een consolidatie aan de orde waardoor grotere groepen ontstaan. In zover men dergelijke evoluties ziet aankomen en ze zelf niet meester kan, is tijdige overdracht een mogelijke oplossing.

Groeimogelijkheden zijn één ding, maar de groei kunnen realiseren is een ander paar mouwen. Zelfkennis is daarbij belangrijk. Weten wat je aankunt en wat te hoog gegrepen is. Als dit besef er is, kan de verkoop van het bedrijf ook beter gepland worden. Want de concurrentie staat nooit stil en het spreekwoord zegt: "if you can't beat them, join them...".

Leeftijd speelt natuurlijk ook een belangrijke rol. Een ondernemer die ouder wordt gaat dikwijls zonder het zelf te beseffen minder presteren, of wordt lakser tegenover zijn/haar personeel. Daardoor dalen de resultaten en dus ook de waarde van het bedrijf. Vanaf 50 jaar dient elke ondernemer daar rekening mee te houden.

Kinderen kunnen ook een rol spelen. Zolang niet duidelijk is welke richting ze beroepsmatig kiezen, houden kinderen veel ondernemers tegen om hun bedrijf in een grotere groep te integreren. Nochtans is het bedrijf vaak geen echt cadeau voor de kinderen. De gouden regel stelt dat de kinderen zelf het initiatief moeten nemen en zich als opvolger moeten opdringen. Anders heeft enkel verkoop zin en met dit geld kan de ondernemer dan indien nodig de kinderen sponsoren bij de ontplooiing van hun eigen activiteiten.

Kinderen kunnen ook een rol spelen. Zolang niet duidelijk is welke richting ze beroepsmatig kiezen, houden kinderen veel ondernemers tegen om hun bedrijf in een grotere groep te integreren. Nochtans is het bedrijf vaak geen echt cadeau voor de kinderen. De gouden regel stelt dat de kinderen zelf het initiatief moeten nemen en zich als opvolger moeten opdringen. Anders heeft enkel verkoop zin en met dit geld kan de ondernemer dan indien nodig de kinderen sponsoren bij de ontplooiing van hun eigen activiteiten.

Tenslotte speelt de conjunctuur een belangrijke rol. Er zijn sectoren die conjunctuurgevoelig zijn. Het is logisch dat men in tijden van crisis beter het bedrijf niet verkoopt. In die zin beleven we momenteel een hoogconjunctuur voor wat overnames betreft, omdat er winst wordt gemaakt in het bedrijfsleven, de rente laag staat en er veel geld in de economie wordt gepompt door de ECB.

Zoals je kunt zien, zijn er veel factoren die de timing van een verkoop beïnvloeden. De juiste afweging levert echter de beste prijs op.

Kristo van Holsbeeck

Partner MNA

[Linkedin Profile from Kristo van Holsbeeck](#)