

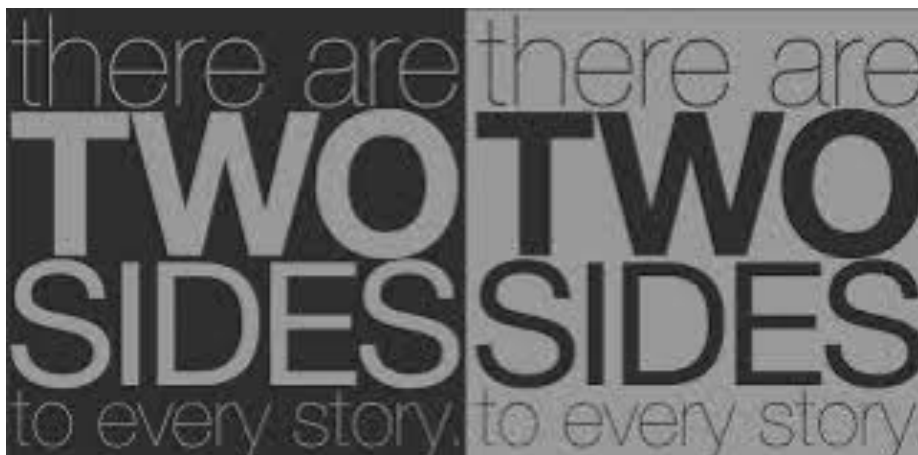


Artikel 7: Koop en verkoop van een onderneming. De koper ervaart het proces anders dan de verkoper

Bij koop en verkoop zijn altijd twee partijen, een koper en een verkoper. Ieder beziet zijn positie vanuit eigen perspectief. Dat leidt soms tot succes deal, maar soms ook niet. Het is goed om te beseffen dat de financiële kant maar een deel van het proces. Op de achtergrond speelt emotie vaak een grote rol.

Perspectief vanuit de verkoper

De artikelen 1 tot en met 6 gingen vooral over de technische kant van de verkoop van de onderneming. Tijdig beginnen is er daar één van. Is de onderneming wel overdraagbaar? Stel dat dat niet het geval is, wat is dan plan B. Hoe ziet de inkomenspositie er na beëindiging van de werkzaamheden er uit? Het kan snel gaan, maar over het algemeen strekt het proces zich uit over een langere periode voordat een geschikte kandidaat is gevonden. We hebben het dan niet over maanden, maar soms over meerdere jaren. Juist in die periode waarin eigenlijk de wens bestaat af te bouwen moet er vol gas gegeven worden om de onderneming verkoopbaar te maken dan wel te houden. Kunt u die motivatie opbrengen en wat zijn de alternatieven als zich niemand meldt?



Gesprekken hebben alleen zin als er sprake is van wederzijds vertrouwen

Wat doet u als u heeft besloten de onderneming te verkopen en de collega uit de plaats meldt zich als potentiële overname kandidaat. Wat geeft u aan informatie prijs en hoe voorkomt u dat als de onderhandelingen stuklopen hij aan de haal gaat met de informatie die u hem heeft verstrekt? In een dergelijke situatie is onderling vertrouwen van het grootste belang. Is er een goede inschatting te maken van de werkelijke bedoeling van de ander of heeft deze een dubbele agenda. Vaak zijn vooraf een aantal informele gesprekken nodig. Tijdens zo'n proces groeit als het goed is het vertrouwen in elkaar. Ontstaat dan dat gevoel niet, begin er dan ook niet aan.

In een ander geval willen kinderen de onderneming overnemen. Eén van de vraagstukken hierbij is de eigen rol na overname. Draagt u het gezag over of blijft u ook voor het personeel de ondernemer die het voor het zeggen heeft. Als u de onderneming niet kunt loslaten staat u de ontwikkeling van het kind als ondernemer in de weg en zal het geen succes worden.

Vanuit het perspectief van de koper

De belangrijkste vraag die een koper moet beantwoorden is de 'waarom' vraag. Waarom kies ik voor schaalvergroting. Meer omzet betekent niet altijd per definitie meer resultaat. Onlangs sprak ik met een jonge ondernemer. Nog geen jaar bezig, maar hij had vast voor ogen niet te willen groeien naar meerdere filialen. Zijn ideaal was de beste bakker van het dorp (en omgeving) te worden. Ken je eigen kwaliteiten. Waar liggen je interesses en wat zijn sterke/zwakke punten. Voor de één is dat het aansturen van een grotere organisatie, de ander kiest voor kleinschaligheid.

Verder is het belangrijk of het over te nemen bedrijf past in de bestaande bedrijfsfilosofie. Past de manier van werken en het product in het nieuwe marktgebied. Enige tijd geleden opende een Amsterdamse banketbakker een filiaal in een ander deel van de stad. Hoewel binnen dezelfde stad bleken de eisen binnen marktgebied totaal niet te matchen met hetgeen hij in het andere deel van de stad deed. Dan moet je opeens twee heel verschillende markten gaan bedienen. Niet onmogelijk, maar wel lastig. Past het qua bedrijfscultuur en last but not least is de overname te financieren of is hiervoor een derde partij nodig.

Kortom: in een overnameproces draait het niet alleen om technische zaken, maar ook om emotie, vertrouwen en kennis in eigen capaciteiten. Als ieder daarin vanuit zijn perspectief de juiste afwegingen maakt kan het verkoop/aankoopproces succesvol verlopen.



Aandachtspunten:

- ✿ Tijdig beginnen aan het proces
- ✿ Overdracht aan de kinderen betekent tijdig plaatsmaken
- ✿ Neem afstand van uw emoties
- ✿ De koper beziet het proces vooral vanuit financieel perspectief
- ✿ Past de aankoop in het eigen bedrijf? Marktgebied, cultuur

Dit artikel werd eerder gepubliceerd in "Bakkerswereld" november 2017