



Robert-Jan Wijnhoud

‘Ondernemers te kort bezig met bedrijfsoverdracht’

Ooit komt de dag dat u toe bent aan een rustiger leven. U houdt het ondernemerschap voor gezien en u kijkt al uit naar alle tijd die u zult kunnen besteden aan reizen, uw hobby, uw kleinkinderen of wellicht een nieuwe studie. Eerst wacht nog een moeilijke taak: het vinden van een nieuwe eigenaar en dan het liefst nog één die met evenveel hart voor de zaak uw bedrijf zal voortzetten. Waar moet u allemaal aan denken als u uw onderneming wilt verkopen?

We spraken met ING-directeur Robert-Jan Wijnhoud en Iris Brik, directeur van Fine Tuning Personal Finance.

“Ondernemers denken te weinig na over bedrijfsoverdracht”, zegt Robert-Jan Wijnhoud stellig. “Als bank hebben we belang bij de continuïteit van een onderneming. We willen dan ook graag in een vroeg stadium betrokken worden bij de overdracht. Het is nu eenmaal geen pakje boter wat je verkoopt, je krijgt te maken met allerlei juridische structuren. Al met al ben je toch zo’n vijf tot zeven jaar bezig om een bedrijf klaar te maken voor een overdracht. Als je daar te laat mee begint kan dat fiscale gevolgen hebben; je betaalt misschien meer belasting dan wenselijk is of het pensioen kan eronder lijden.”

Communicatie

Bij een bedrijfsoverdracht krijgen zowel de verkopende als de voortzettende ondernemer met allerlei zaken te maken, zoals de waardebepaling van het bedrijf, financiering van de overname, wijziging van de inkomensrisico's, pensioen en de arbeidsvoorwaarden. “Een specialist, bijvoorbeeld een accountant of een notaris, adviseert de ondernemer vaak alleen op zijn specifieke terrein”, vindt Iris Brik. “Als financieel planners adviseren wij op alle aandachtsgebieden en we leggen de noodzakelijke verbanden tussen de verschillende

onderwerpen, zodat alles goed op elkaar aansluit. Belangrijk voor de ondernemer is, dat wij niet alleen adviseren, maar tevens de uitvoering van de adviezen coördineren en de regie voeren in het totale proces. De ondernemer kan zich dan bezighouden met datgene waar hij goed in is: het runnen van zijn bedrijf.

Daarnaast is het van belang dat het klikt met de mensen met wie je in zee gaat, meent zij. “De ondernemer zal ook onder minder gunstige omstandigheden met zijn adviseurs door één deur moeten. Ondernemen is eveneens emotie. Als ondernemer sta je vaak voor moeilijke beslissingen, niet zelden onder druk van het thuisfront. Het is niet voor niets dat veel ondernemers op de lange duur gaan scheiden. Het vooraf goed afschermen van je zakelijke belangen door middel van een testament of huwelijkse voorwaarden is dan ook bittere noodzaak.”

Vergrijzing

Door de vergrijzing komen er steeds meer bedrijven op de markt. “Dit heeft grote invloed op de werkgelegenheid. Ondernemers vragen zich af of er wel een opvolger is voor hun bedrijf”, merkt Robert-Jan Wijnhoud. “Veel bedrijven zullen gaan verdwijnen of worden



Iris Brik

overgenomen door grote ondernemingen. Vijftig procent van de bedrijven zijn familiebedrijven en hierbij speelt emotie een grote rol. Is een zoon of dochter wel bereid om óók dat ondernemersrisico te lopen? Als er meerdere kinderen zijn, wie gaat dan het bedrijf overnemen? De verkoopprijs bepaalt meestal het pensioen. Is dat wel voldoende? Zoiets is niet van vandaag op morgen geregeld."

Ondernemers lijken steeds vroeger te willen stoppen met hun bedrijf. Ze hebben er jarenlang veel tijd, geld en energie in gestopt en verwachten dat zij hier uiteindelijk de vruchten van kunnen plukken. Wanneer de verkoopprijs dan noodgedwongen lager wordt dan zij hadden gedacht, zien ze hun appeltje voor de dorst verschrompelen. Een deel van de waarde van een onderneming wordt vaak gevormd door goodwill. "Hoe belangrijk is een ondernemer persoonlijk geweest? Goodwill is eigenlijk hetzelfde als lucht en niet te financieren. Als bank kijken we naar alle risico's, wat ook voor de ondernemer erg belangrijk is", stelt hij.

Klanten koesteren

Als onafhankelijk bancaire- en verzekeringsintermediair is Iris Brik vaak vanaf het allereerste moment betrokken bij het proces van ondernemerschap. "We horen van ondernemers regelmatig de klacht, dat het verloop van adviseurs bij banken

en verzekeraars te groot is. Als ondernemer moet je steeds weer opnieuw tijd en energie steken in de opbouw van een vertrouwensrelatie. Voor ons is dat een van de redenen geweest om ons bedrijf op te richten: het aanbieden van een lange termijn relatie aan onze cliënten. Wij zeggen wel eens gekscherend tegen onze relaties: 'Bij ons krijgt u levenslang'."

Er zijn ook valkuilen bij het ondernemerschap. "Veel ondernemers focussen zich op een snelle groei van het bedrijf. Ze geven veel geld uit aan allerlei marketing- en promotieactiviteiten en zijn vaak alleen gericht op productverkoop. Het bedrijf groeit, maar de kwaliteit holt achteruit. Ondernemers zouden hun klanten meer moeten koesteren. In tijden van recessie zie je dan ook dat bedrijven met een sterke klantenbinding overeind blijven. Kwaliteit selecteert zich dan vanzelf", redeneert ze.

Niet iedere ondernemer heeft goede managerskwaliteiten, vindt Robert-Jan Wijnhoud. "Onze ervaring is dat tien procent het niet redt. Wanneer het bedrijf overgenomen gaat worden door de kinderen moet er goed gekeken worden of iemand niet te jong is. Geef een kind de tijd om in het bedrijf te groeien. Het kan helpen als na een studie eerst een poos iets anders wordt gedaan dan in het familiebedrijf stappen. Wijsheid komt met de jaren", besluit hij. ●

(nieuwsbericht)

Duizenden bedrijven dreigen te verdwijnen

Duizenden bedrijven zullen verdwijnen als de huidige 'babyboom'-generatie stopt met werken. Naar schatting 30.000 tot 40.000 mensen zullen daardoor hun baan verliezen. Volgens voorzitter Marius Varekamp van de Kamer van Koophandel Haaglanden zal 16,4% van de 48.000 bedrijven in de komende vijf jaar verkocht of beëindigd worden. "We staan voor een overname- en overdrachthausse, maar het groeiende probleem is dat de vraag naar over te nemen bedrijven in het hele land aanzienlijk minder is dan het aanbod. Veel bedrijven zijn onverkoopbaar", aldus Varekamp. Een vijfde van de eigenaren of grootaandeelhouders denken dat hun bedrijf niet verkoopbaar is, omdat ze geen overnamekandidaat kunnen vinden.

13-01-2004

Bron: Algemeen Dagblad p. 1, 1/10 p.