

Waardebepaling

11 TIPS te onthouden bij de waardebepaling van een KMO-onderneming - Eddy Claesen ©

1 MOTIVATIE VAN DE WAARDEBEPALING.

Waarom en wanneer doet men een waardebepaling? Expertise bij een schade (bv. brand), onteigening van de staat, reorganisatie, koop- verkoop onderneming, familiale opvolging, schenking, uitgifte aandelen, uitkoop aandeelhouder, (v)chtscheiding, optieplan, enz. De waarom, de wanneer, de wie én de hoe zijn erg belangrijk!



2 KOPER < > VERKOPER STANDPUNT.

De KOPER wil dat zijn investering rendabel is/wordt en dat de toekomstige ontwikkeling verzekerd is. De VERKOPER tracht zijn investering in het verleden (meer dan) terug te verdienen. Voor de verkoper is het altijd te weinig en voor de koper altijd te veel. De confrontatie tussen de waardering van koper en verkoper laat onderhandelingsruimte toe.



3 EEN WOORD?

Omzetgroei, marge, klantentevredenheid, strategie, visie, markt-positie, branding, merknaam, kostenefficiëntie, bruto/netto winst, EBITDA, Corporate Governance, enz... In één woord samengevat gaat het over "CASHFLOW". Het in de toekomst op een duurzame manier kunnen generen van "CASH" dat finaal "WAARDE" maakt (en geeft) aan uw bedrijf. CASH is KING.



4 WAARDE VERLEDEN < > TOEKOMST

Waarde is niet deze die behaald is in het VERLEDEN, maar wél DEZE die in DE TOEKOMST behaald zal kunnen worden. De TOEKOMST vergt dus een (mooi) verhaal, een degelijk onderbouwd BUSINESS- en FINANCIËEL plan. Maar ook belangrijk is een uitgewerkt en gedragen NOODPLAN! Een onderneming zonder toekomst, hééft GEEN WAARDE.



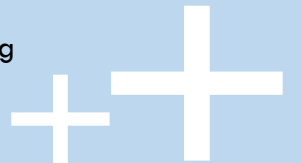
5 WAARDE heeft (g)één PRIJS. WAARDE is niet DE PRIJS.

2 verschillende vragen, 2 verschillende antwoorden. Vaak is er ook een substantieel verschil tussen waarde en prijs. WAARDE gaat uit van een berekening (vergt expertise /deskundigheid). PRIJS bekomt men altijd tijdens het onderhandelen en vergt een goed verhaal en goede onderhandeling skills.



6 SYNERGIE?

SYNERGIE, kan het (verborgen) VERSCHIL zijn tussen WAARDE en PRIJS. Waardebepaling op zich houdt onvoldoende rekening met de unieke situatie van de koper. Strategische-, operationele- en financiële synergie, maar ook specifieke motivaties zoals bv. aanwezige cash om te kopen, ambities, familieleden of management kunnen van invloed zijn.



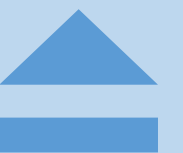
7 DRIE (3) GROTE GROEPEN !

In de literatuur worden de meest gangbare methodes ingedeeld in 3 grote groepen. Elk van deze groepen heeft op zich nog verschillende berekeningswijzen.

- de VERMOGENSGERICHTTE benadering = statische methode op basis van INHOUD:
(Eigen vermogen, intrinsieke waarde, (gecorrigeerde) substantiële waarde);
- de INKOMSTENGERICHTE benadering = dynamische methode op basis van RENDEMENT:
(Rendementswaarde, (Free) discounted cash Flow, gemengde methodes (SW + rendement), enz.
Bij een waardering enkel op basis van rendement VERGEET dan de RESTWAARDE NIET!
- de MARKTGERICHTE benadering = empirische methode: Rule of THUMBS
(Vuistregels gebaseerd op ontvangsten, brutomarge, winst of cashflow, multipels, gecorrigeerde EBIT / EBITDA)
Transaction multipels (soortgelijk bedrijf). Let EXTRA op met vuistregels en vergelijkingen! Zo simpel is het ECHT niet!

8 HOGER < > LAGER ?!

Hoe HOGER het bedrijfsrisico, hoe HOGER het geëiste RENDEMENT, hoe HOGER de calculatierente, hoe LAGER de WAARDE van de onderneming. Men is namelijk MINDER bereid te betalen naarmate de kans op het realiseren van de voorspelde winsten en Free cash flow KLEINER is. Belangrijke vraag: hoe berekent men de calculatierente?



9 DE WAARDERING ZELF!

Toekomstige inkomsten, vrije cashflows naar het "HEDEN" brengen. Welke actualisatierente, welke methode zal men gebruiken? (CAPM, Build-up, WACC, Black /Green,...), welke termijn? (5,6,7) En wat bij familiebedrijven - 10jaar?



10 PAY-BACK METHODE

Ongeacht de waarderingmethode die men gebruikt, zal men (koper en verkoper) moeten AFTOETSEN wat men vanuit de toekomstige VRIJE CASH FLOW kan terugbetalen en dus MAXIMAAL, na de EIGEN INBRENG, kan lenen over een bepaalde periode



11 ONDERNEMINGSWAARDE < > AANDEELHOUDERSWAARDE !

Simpel uitgelegd. De verkoop van je HUIS levert je 300.000 € op (= ONDERNEMINGSWAARDE). Na het terug betalen van het saldo van de lening tbv 100.000 €, hou je 200.000 over (= AANDEELHOUDERSWAARDE)



Infographic is opgesteld door Eddy Claesen co-auteur: 'Uw bedrijf optimaal verkopen' - intersentia