

WAARDE VERHOGEN

WAARDECREATIE

HOE VERHOOG IK DE WAARDE VAN MIJN BEDRIJF?

Waardecreatie is een standaarddoelstelling bij bedrijven. Maar wat is waarde en hoe kan de waarde van een bedrijf verhoogd worden?

In deze whitepaper gaan we nader in op hoe waarde gecreëerd wordt en geven we op hoofdlijnen weer hoe u de waarde van uw bedrijf kunt verhogen.

Het doel van deze whitepaper is vooral om u aan het denken te zetten. Wat zijn uw huidige bezittingen? Waar gaat u in de toekomst in investeren? Welke kasstromen levert dit op? Wat is het risico? Kunt u de samenstelling toekomstige kasstromen en risico optimaliseren om zo de waarde van uw bedrijf te verhogen? Voegen acquisities waarde toe? Wat als u een overnamebod krijgt boven de waarde die uw bedrijf voor u heeft?



THEORIE

Een whitepaper over het verhogen van de waarde van uw bedrijf kan niet zonder een inleiding over de theorie. Om deze whitepaper goed leesbaar te houden en niet te taai van stof te worden, houden we het bij de kern van de theorie van waarde en waardecreatie en verwijzen we voor verdieping naar onze Whitepaper Bedrijfswaardering.

Hoe kan waarde gecreëerd worden?

Om bedrijfswaarde te creëren dient een investering een rendement op geïnvesteerd vermogen te genereren dat meer dan afdoende is om het genomen risico te compenseren.

Bij waardecreatie zorgt groei van de omzet en rendement op geïnvesteerd vermogen voor toekomstige vrije kasstromen die – wanneer ze contant gemaakt worden met de bijbehorende vermogenskostenvoet – meer waard zijn dan de investeringsuitgave.

Hoe kan de huidige waarde berekend worden?

Bij CNOOP maken we voor het berekenen van waarde gebruik van de discounted cash flow-bedrijfswaarderingmethode. Bij een discounted cash flow-bedrijfswaardering worden twee variabelen berekend: (jaarlijkse) vrije kasstromen en een vermogenskostenvoet.

Vervolgens wordt iedere toekomstige vrije kasstroom contant gemaakt (dit betekent dat een toekomstige vrije kasstroom uitgedrukt wordt in waarde van vandaag). Geld dat over 3 jaar ontvangen wordt, is immers minder waard dan geld dat vandaag ontvangen wordt.

Ten slotte worden de contante waarden van de vrije kasstromen bij elkaar opgeteld. Dit levert de totale ondernemingswaarde op.

De totale ondernemingswaarde minus de (huidige) waarde van het rentedragend vreemd vermogen, plus eventuele overtollige liquide middelen en correcties voor andere bijzonderheden levert de waarde van de aandelen in het kapitaal van uw bedrijf op.

De formule van de discounted cash flow-bedrijfswaardering is als volgt:

$$DCF = \sum_{n=1}^{\infty} \frac{\text{Vrije kasstroom}_n}{(1 + \text{vermogenskostenvoet})^n}$$

Vrije kasstromen

De vrije kasstromen worden als volgt berekend:

- EBIT) * (1-belastingtarief)
- (+) Afschrijvingen (en overige non-cash)
- (-) Mutatie werkkapitaal
- (-) Investerings

Vermogenskostenvoet

De formule voor de vermogenskostenvoet:

$$\left(\frac{EV}{TV} * Re \right) + \left(\frac{VV}{TV} * Rv * (1 - VpB) \right)$$

[Download onze Whitepaper Bedrijfswaardering voor een uitgebreide uitleg over de theorie \(inclusief berekening van de vrije kasstromen en de vermogenskostenvoet\) en een voorbeeld van een volledige bedrijfswaardering op \[www.cnoop.nl/whitepaper\]\(http://www.cnoop.nl/whitepaper\)](#)

THEORIE

Hoe kan de huidige waarde verhoogd worden?

Om de waarde van uw bedrijf te verhogen, dient u de samenstelling van toekomstige vrije kasstromen en de bijbehorende vermogenskostenvoet te verbeteren.

Het kan in deze zowel de samenstelling van omzetgroei, rendement op geïnvesteerd vermogen en de vermogenskostenvoet van huidige investeringen als van toekomstige investeringen betreffen.

In het vervolg van deze whitepaper geven we actiepunten hoe u dit realiseert. We maken een onderverdeling in balans, winst- en verliesrekening en overige en geven als kanttekening mee dat waardecreatie altijd in zijn totaliteit beoordeeld dient te worden. Voorbeeld: focus niet enkel op omzet, maar kijk telkens naar het totaal van toekomstige vrije kasstromen en risico per activiteit en de impact hiervan op de waarde van de activiteit.

ACTIEPUNTEN

INDICATOR

In deze whitepaper worden enkele belangrijke actiepunten genoemd die resulteren in waardecreatie.

Voor de visualisatie maken wij per actiepunt gebruik van onderstaande indicatoren:



Een rode indicator betekent heel belangrijk, een gele belangrijk en een groene een beetje belangrijk voor het creëren van waarde.

Heeft u vragen over deze checklist, wenst u nadere toelichting bij de genoemde actiepunten of wilt u meer weten over onze diensten? Neem dan contact op via 076-3690174, contact@cnoop.nl of www.cnoop.nl.

BALANS

Check	Actiepunt	Indicator
.01	<p>Huidige bezittingen</p> <p>Beoordeel uw huidige bezittingen en verdeel ze in samenhangende activiteiten. Wat zijn de vrije kasstromen per activiteit? Wat is het risico? Kunt u de samenstelling toekomstige kasstromen en risico optimaliseren om zo de waarde van de activiteit te verhogen? Denk telkens aan wat de verwachte omzetgroei van de activiteit is, wat het rendement op geïnvesteerd vermogen is, welke vrije kasstromen dit op gaat leveren, wat de bijbehorende kostenvoet is en hoe u deze variabelen kunt optimaliseren.</p>	
.02	<p>Toekomstige bezittingen</p> <p>In het verlengde van uw huidige bezittingen is het relevant om te kijken naar welke investeringen u gaat doen en welke bezittingen over vijf of over tien jaar de vrije kasstromen gaan genereren. Het maakt niet uit hoe groot de investering is. Als u gaat voor waardecreatie investeert u enkel daar waar de bandbreedte tussen (hoger) rendement op geïnvesteerd vermogen en de kostenvoet maximaal is.</p> <p>Voorbeeld: U heeft twee activiteiten: een nieuwe activiteit met uitstekende perspectieven voor omzetgroei en rendement op geïnvesteerd vermogen en een bestaande activiteit zonder deze perspectieven. Toch gebeurt het nog vaak dat kapitaal gealloceerd wordt aan beide activiteiten. Ben zuinig op kapitaal, allocer kapitaal gericht en maximaliseer voor iedere nieuw geïnvesteerde euro de positieve bandbreedte tussen rendement op geïnvesteerd vermogen en de vermogenskostenvoet.</p>	
.03	<p>Eigendom of huren/lenen/leasen?</p> <p>Moet u wel het eigendom van al uw huidige activa hebben? Niet-operationele activa kunt u sowieso desinvesteren, maar denk ook aan de operationele activa. Levert desinvestering of sale-and-leaseback u niet meer liquiditeiten op, waarvan de additionele waardecreatie door herinvestering opweegt tegen het moeten betalen van huur?</p> <p>Voorbeeld: Een handelsbedrijf heeft eigen vastgoed op de balans. Het verkopen aan een vastgoedbelegger en direct langdurig huren resulteert in een hoge waarde van het vastgoed. Deze opbrengst kan in de business geïnvesteerd worden. De waardecreatie hierop weegt op tegen het moeten betalen van huur.</p>	
.04	<p>Intellectueel eigendom</p> <p>Niet al uw bezittingen activeert u op de balans. Denk aan merkrechten, zelf ontwikkelde goodwill en klantenbestanden. Niet activeren door de boekhoudregels betekent echter niet dat de investeringen geen waarde opleveren. Houd in uw waardering rekening met de economische waarde van o.a. merkrechten, zelf ontwikkelde goodwill en klantenbestanden en bedenk ook dat bij een eventuele verkoop het intellectueel eigendom een groot deel van de reden van de transactie voor de koper kan betreffen.</p>	

BALANS

Check	Actiepunt	Indicator
.05	<p>Research & development</p> <p>Hoeveel spendeert u aan research & development? Wat is de verwachte waarde hiervan? Als u meer spendeert aan research & development, welke kansen levert dit dan op? Zorg voor een gevulde pipeline aan te ontwikkelen producten of diensten die later een substantiële bijdrage kunnen gaan leveren aan de waarde van de onderneming.</p>	
.06	<p>Optimaliseer uw werkkapitaal</p> <p>Vanuit waardecreatieperspectief is het aanhouden van een zo laag mogelijk werkkapitaal aan te raden. Uw kortlopende schulden zijn dan hoger dan uw kortlopende bezittingen. Feitelijk laat u uw leveranciers uw werkkapitaal dan financieren, zonder dat u hier rente voor betaalt. Monitor uw werkkapitaal met KPI's (bijvoorbeeld debiteuren ten opzichte van de omzet en omloopsnelheid van de voorraad) en stuur waar nodig bij.</p> <p>Enkele voorbeelden behorende bij het optimaliseren van uw werkkapitaal:</p> <p>Debiteuren</p> <p>Een klassiek voorbeeld van een eenvoudige optimalisatiemogelijkheid is het verkorten van het gemiddelde aantal dagen voordat een factuur betaald wordt. Waarom hebben uw klanten eigenlijk een lange betaaltermijn? Soms zorgt het korten van deze betaaltermijn er niet voor dat ze elders gaan bestellen. Factureer eerder en zorg verder voor strakke pre-incasso en incassoprocedures. Verzeker debiteuren, maak gebruik van een eigenaarsvoorbehoud of limiteer de limiet per debiteur waar mogelijk. Denk ook aan overige mogelijkheden als factoring om uw debiteuren eerder te ontvangen.</p> <p>Voorraad</p> <p>Voorraad boven hetgeen nodig om aan de vraag te voldoen is een onnodige verhoging van uw werkkapitaal. Bovendien wordt verouderde voorraad zelden meer waard. Voorkom het moeten voorzien van uw voorraad en verkoop eerder, eventueel voor minder marge. Houd ook hier de waardecreatieformule in het achterhoofd. Opbrengst kan bijvoorbeeld weer geïnvesteerd worden in nieuwe voorraad die wel snel en met goede marge afzet.</p> <p>Liquide middelen</p> <p>Hoeveel liquide middelen heeft u nodig om aan uw verplichtingen te voldoen? Geld dat op de bank staat wordt door inflatie minder waard. Poog efficiënt met uw cash om te gaan en investeer daar waar maximale waarde gecreëerd kan worden. Geen waardecreërende investeringsmogelijkheden meer en toch overtollige liquide middelen? Stort agio terug, koop aandelen in (voor een prijs maximaal gelijk aan de waarde) of keer dividend uit om de balans te verlichten;</p> <p>Crediteuren</p> <p>Niet-rentedragende schulden als crediteuren vallen in het negatieve deel van uw werkkapitaal. Feitelijk is negatief werkkapitaal gratis financiering voor uw bedrijf. Voor de waardemaximalisatie is het relevant uw niet-rentedragende schulden niet eerder dan de vervaldatum te betalen. Onderhandel ook over het verlengen van de betaaltermijn. Wat u inkoopt is voor de tegenpartij omzet. Vaak is er veel mogelijk, aangezien uw leveranciers deze omzet belangrijk vinden.</p>	

BALANS

Check	Actiepunt	Indicator
.07	Stille reserves Houd in uw waardering en bij het maken van waardecreërende beslissingen rekening met de stille reserves. Voorbeeld: U heeft jaren geleden vastgoed gekocht en gewaardeerd tegen historische kostprijs en afschrijvingen. De huidige taxatiewaarde van het vastgoed ligt op ongeveer het dubbele van de boekwaarde. Beoordeel het rendement ten opzichte van de werkelijke waarde en maak op basis hiervan beslissingen.	
.08	Rentedragende schulden Uw rentedragende schulden resulteren samen met het eigen vermogen in de vermogenskostenvoet (de noemer in de discounted cash flow-formule). Financier met een optimale financieringsstructuur om uw vermogenskostenvoet zo laag mogelijk te houden. <ul style="list-style-type: none">– Herfinancieren tegen betere voorwaarden of anders financieren kan een lagere vermogenskostenvoet opleveren, o.a. doordat rente op schuld onder voorwaarden aftrekbaar is.– Andersom kan het zijn dat u te veel rentedragende schulden en als gevolg hiervan een (te) hoge Beta heeft, met een te hoge vermogenskostenvoet als gevolg. Aflossen (of omzetten in aandelen), als gevolg hiervan Beta reduceren en de vermogenskostenvoet verlagen levert dan een waardecreatiemogelijkheid op.	
.09	Flexibiliteit in de financieringsstructuur Een economie is niet stabiel. Fluctuaties van laag- naar hoogconjunctuur en vice versa zijn normaal. Financier uw onderneming op zo'n manier dat flexibiliteit in de financieringsstructuur ontstaat, zodat u ook genoeg financiering in een laagconjunctuur behoudt. Niets zo duur om als het slecht gaat financiering op te halen.	
.10	Aantrekken nieuwe rentedragende schulden Als ambitieuze onderneming gaat groeien vanuit de operationele kasstroom u niet snel genoeg. Echt groeien met uw bedrijf betekent ook serieus kapitaal aantrekken. De bedoeling van het toevoegen van vreemd vermogen aan de financieringsstructuur van een bedrijf is dat het vreemd vermogen een positieve hefboomwerking biedt dat ten goede komt aan het rendement op het eigen vermogen. De kosten en het risico van het toevoegen van vreemd vermogen dienen lager te zijn dan het rendement dat de onderneming met het vreemde vermogen genereert. De onderneming moet er door het gebruik van vreemd vermogen immers op vooruitgaan.	

WINST- EN VERLIESREKENING

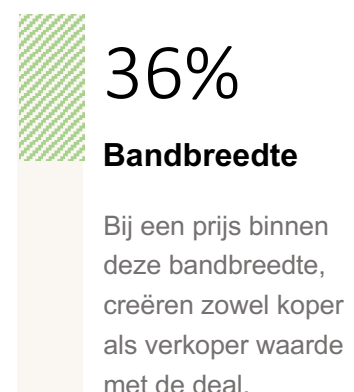
Check	Actiepunt	Indicator
.11	<p>Stabiele omzet</p> <p>Een stabiele omzet is door het lagere risico waardevoller dan een omzet die sterk fluctueert. Recurring omzet is meer waard dan reguliere omzet (doordat o.a. niet opnieuw kosten gemaakt moeten worden voor acquisitie van klanten). Meerdere omzetstromen resulteren in een lager risico dan één omzetstroom. Beoordeel de staat van uw omzet en focus op de meest waardevolle omzetstromen. Weet wat de waardedrijvers in uw onderneming zijn en maximaliseer deze.</p>	
.12	<p>Verhogen omzet uit bestaande activiteiten</p> <p>Omzetgroei die resulteert in een rendement op geïnvesteerd vermogen hoger dan de vermogenskostenvoet resulteert in waardecreatie. Beoordeel welke factoren geoptimaliseerd kunnen worden om omzetgroei uit bestaande activiteiten te realiseren. Uiteraard begrijpt u dat een lagere kwaliteit van uw producten of diensten uw reputatie schaadt en dat dit niet eenvoudig te herstellen is.</p> <p>Voorbeelden van optimalisatiemogelijkheden: Meer on- en offlineverkeer, hogere conversie, andere tarieven, hogere aantallen per bestelling, werken met handelsagenten, werken volgens een affiliatesysteem & betreden van geografisch nieuwe markten.</p>	
.13	<p>Omzet uit toekomstige activiteiten</p> <p>Heeft u nieuwe manieren om omzet te genereren? Capaciteit verkopen die nu onbenut blijft bijvoorbeeld? Andere verdienmodellen? Mogelijkheden om meer om te zetten als u samenwerkt met andere bedrijven?</p>	
.14	<p>Bonussen</p> <p>Voorals uw rendement op geïnvesteerd vermogen hoog is, introduceert u een woest aantrekkelijk bonusregeling voor verkooppersoneel, die volledig in lijn is met uw doelstellingen om de omzet te verhogen. Realiseer doelcongruentie door de doelen van uw salesmedewerkers in lijn te brengen met de doelen van de organisatie.</p>	
.15	<p>Subsidies</p> <p>Voor één bedrijf is er al volop subsidiekeuze, bij samenwerkingen met andere bedrijven in een consortium zijn er nog meer mogelijkheden. Subsidie kan doorslaggevend zijn om een project waardecreërend te maken.</p>	
.16	<p>Indexatiebepalingen</p> <p>Neem indexatiebepalingen in uw langlopende contracten op, zodat u de prijzen jaarlijks met de indexatie mag verhogen.</p>	
.17	<p>Vooruitbetaling</p> <p>Poog voor iedere transactie minimaal het gedeelte dat u anders zou moeten financieren als vooruitbetaling overeen te komen, om te voorkomen dat u verkopen zelf moet gaan financieren. Dit voorkomt een tekort aan liquide middelen bij snelle groei.</p>	

WINST- EN VERLIESREKENING

Check	Actiepunt	Indicator
.18	<p>Schaalbaar</p> <p>Zorg (waar mogelijk) voor een schaalbaar verdienmodel. Een schaalbaar verdienmodel resulteert in een situatie dat omzetgroei niet gepaard gaat met eenzelfde of hogere procentuele stijging van de kosten. Soms betekent dit bepaalde diensten niet te verlenen, bijvoorbeeld omdat u niet het personeel heeft om de belofte bij omzetgroei waar te maken.</p> <p>Financieel schaalbaar betekent dat u kunt groeien zonder aanvullende financiering nodig te hebben.</p> <p>Operationeel schaalbaar betekent dat u uw omzet kunt laten groeien, zonder dat de kosten met eenzelfde percentage toenemen.</p>	
.19	<p>Elimineer kosten</p> <p>Het is prima om kosten te maken, zolang deze kosten bijdragen aan waardecreatie. Elimineer alle kosten die niet bijdragen aan waardecreatie. Werk efficiënt (meten = weten), centraliseer inkoop, werk met strakke inkoopvoorwaarden en autorisaties, betrek het personeel voor ideeën over besparingsmogelijkheden, beoordeel maandelijks alle inkoopkosten en alle betalingen en grijp in waar mogelijk. U verbaast uzelf over de mogelijkheden.</p>	
.20	<p>Outsourcing</p> <p>Moeten uw medewerkers echt alles zelf doen? Of zet u uw kostbaar menselijk kapitaal vooral voor waardecreatie in? Outsourcing is zeer kostenefficiënt. Bovendien is het werk dat u outsourcet vaak saai werk, wat het werkgeluk van uw vaste medewerkers doet toenemen. Beoordeel wat uw core business is, focus daarop en besteed al het overige uit.</p>	
.21	<p>Tenderen / offreren / inkoopbonussen</p> <p>Vraag bij uw bestaande leveranciers periodiek nieuwe offertes op en nodig ook concurrerende leveranciers uit. Vergelijk de mogelijkheden en bespaar. Het zijn dezelfde producten en diensten die u dan voor een lager bedrag krijgt. Kom eventueel inkoopbonussen overeen, die aantrekkelijk zijn vanaf de verwachte inkopen die u bij deze partijen gaat doen.</p>	
.22	<p>Minimaliseer fiscale en juridische risico's</p> <p>Niets zo vervelend bij een waardering als een fiscale of juridische kwestie waarbij onduidelijk is wat de totale kosten gaan zijn. Minimaliseer dit risico (vooraf, gedurende transacties en eventueel achteraf).</p>	

OVERIGE

Check	Actiepunt	Indicator
.23	<p>Focus</p> <p>Op alle paarden wedden is zelden de meest waardecreërende strategie. Focus op de belangrijkste waardedrijvers. Beoordeel of het verkopen of stoppen met wat niet tot de core behoort of bijzonder kapitaalintensief is uiteindelijk resulteert in meer waarde. Geef alle aandacht aan de onderdelen die maximale waardepotentie hebben.</p>	
.24	<p>Afhankelijkheid van u</p> <p>Hoe afhankelijk is uw bedrijf van u? Verminder de afhankelijk van het bedrijf van u door een degelijk en divers managementteam te creëren. Een managementteam met uitgebreide kennis en kunde dat elkaar versterkt en waardecreërende groeiplannen initieert en uitvoert. En u kan vervangen wanneer dit nodig is.</p>	
.25	<p>Afhankelijkheid van uw leveranciers, klanten en technologie</p> <p>Hoe afhankelijk is uw bedrijf van uw belangrijkste leveranciers, uw belangrijkste klanten en bepaalde technologie? Een hoge afhankelijkheid (>20%) van enkele leveranciers of klanten resulteert in een hoger risico en hiermee een lagere waarde. Hetzelfde geldt voor een afhankelijkheid van de technologie van een derde. Wat als een belangrijke klant wegvalt, uw belangrijkste leverancier de prijzen fors verhoogt of de provider van de technologie de dienst beëindigt?</p>	
.26	<p>KPI's</p> <p>Ontwikkel key performance indicators (KPI's) die relevant zijn voor uw waardecreatie, monitor deze en stuur hierop. De relevante KPI's zijn afhankelijk van het soort bedrijf dat u hebt. Denk aan de omzetgroei (per salesmedewerker), aantal nieuwe klanten (per salesmedewerker), marge (per salesmedewerker), werkkapitaal, omloopsnelheid voorraad, debiteuren & crediteuren, ouderdom voorraad, % voorziening incurant of dubieus, quick ratio & solvabiliteitsratio. Neem actie wanneer een KPI een verkeerde ontwikkeling doormaakt.</p>	
.27	<p>Acquisities</p> <p>Nu u weet hoe een bedrijf gewaardeerd wordt, wordt het interessant om naar acquisities te kijken. U poogt hierbij een bedrijf te kopen voor een prijs onder de waarde die het bedrijf voor u heeft. Het verschil tussen de prijs die u betaalt en de hogere waarde die het bedrijf voor u heeft, is waardecreatie.</p>	



OVERIGE

Check	Actiepunt	Indicator
.28	<p>Synergievoordelen</p> <p>Synergievoordelen zorgen ervoor dat het samengaan van bijvoorbeeld twee delen meer oplevert dan de som der delen. Synergievoordelen liggen bij het combineren van bedrijven bijvoorbeeld in kostenbesparingen (kostensynergie), groeimogelijkheden (omzetsynergie) en/of verlagingen van risico (kostenvoetsynergie). Het samenbrengen van de krachten van twee bedrijven zorgt er dan bijvoorbeeld voor dat de omzet hoger wordt dan hetgeen de twee bedrijven afzonderlijk zouden kunnen bewerkstelligen.</p>	
.29	<p>Betere eigenaar</p> <p>In het verlengde van acquisities en synergievoordelen is het beoordelen of u de juiste eigenaar voor het bedrijf bent relevant. Wat als het bedrijf(sonderdeel) in handen van een derde een veel betere samenstelling van omzetgroei, rendement op geïnvesteerd vermogen en de vermogenskostenvoet heeft? In dit geval kunt u bij het verkopen van uw bedrijf een premium onderhandelen en verkopen voor een prijs boven de waarde die het bedrijf voor u heeft. Het verschil is waardecreatie.</p>	
.30	<p>Medewerkersparticipatie</p> <p>Uw menselijk kapitaal is doorslaggevend voor het succes van uw organisatie. Overweeg het oprichten van bijvoorbeeld een STAK voor medewerkersparticipatie om sleutelfiguren binnen uw organisatie langer aan de organisatie te binden en ze nog beter te laten presteren.</p>	
.31	<p>Omzetgroei of rendement op geïnvesteerd vermogen</p> <p>Afhankelijk van het type bedrijf liggen waardecreatiemogelijkheden bij (een combinatie van) omzetgroei, rendement op geïnvesteerd vermogen of de vermogenskostenvoet.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Bedrijven met een laag rendement op geïnvesteerd vermogen (bijvoorbeeld retailbedrijven) creëren eerder additionele waarde door het rendement op geïnvesteerd vermogen te verhogen dan door omzetgroei te bewerkstelligen. – Bedrijven met een hoog rendement op geïnvesteerd vermogen (bijvoorbeeld softwarebedrijven) creëren eerder additionele waarde door omzetgroei te bewerkstelligen dan door het rendement op geïnvesteerd vermogen verder te verhogen. 	
.32	<p>Structuur / herstructurering</p> <p>Een degelijke juridische structuur stelt u in staat om bijvoorbeeld overtollige cash, voorraad en intellectueel eigendom te scheiden van de risicoactiviteiten van een werkmaatschappij. Heeft u meerdere activiteiten, dan kan het gebruik van tussenholdings additionele flexibiliteit opleveren. U gebruikt de tussenholding dan voor het plaatsen van het intellectueel eigendom van de activiteit en de holding voor de overtollige cash. Door qua structuur voorbereid te zijn op een verkoop of een aandelenuitgifte, houdt u flexibiliteit in de mogelijkheid zowel een (deel van een) bedrijfsactiviteit als het gehele bedrijf te verkopen en hierbij het fiscale bonnetje zo laag mogelijk te houden. Gaat het toch fout met een werkmaatschappij, dan komen het intellectueel eigendom, de voorraad of de overtollige liquide middelen niet in gevaar.</p>	

OVERIGE

Check	Actiepunt	Indicator
.33	AO / Procesbeschrijving Een degelijke administratieve organisatie inclusief procesbeschrijvingen (die ook in de praktijk gevolgd worden) verhoogt de kwaliteit van uw administratie, waardoor een oordeel gevormd kan worden over de juistheid en de volledigheid van de cijfers. Wat zijn de inherente risico's? Welke interne beheersingsmaatregelen heeft u hierop genomen? Wat zijn dan nog de restrisico's? Is dit acceptabel? Procesbeschrijvingen helpen ook bij vervanging gedurende verloop of ziekte van personeel, het voorkomen van fraude en het genereren van data waarmee inzicht verkregen wordt in optimalisatiemogelijkheden van uw processen.	
.34	Contractenregister Een contractenregister is een register waaruit alle contractuele verplichtingen van de organisatie blijken. Welke contracten relevant zijn, is afhankelijk van uw activiteiten. Idem voor welke bijbehorende algemene voorwaarden en overige voorwaarden per contract van toepassing zijn. Zaak om het contractenregister up-to-date te houden en contracten degelijk vast te leggen, zodat altijd helder is wat de contractuele positie van de onderneming is.	
.35	Verplaats uzelf in de schoenen van potentiële kopers Wat voor u belangrijk is, hoeft dat voor een potentiële koper niet te zijn. En vice versa. Verplaats uzelf bij het maken van beslissingen ook in de schoenen van potentiële kopers. Denk aan het stopzetten van een patent dat voor u geen waarde heeft, maar voor een potentiële koper de kern van een overnametransactie kan zijn.	

CONCLUSIE

Check	Actiepunt	Indicator
.36	Schakel tijdig een adviseur in CNOOP is een onafhankelijke corporate finance boutique met een sterke focus op het MKB. Wij helpen ondernemers met het creëren van waarde via fusies, overnames, strategisch advies en het aantrekken van kapitaal. Wij zijn te bereiken via 076-3690174 en contact@cnoop.nl .	

CONCLUSIE – HOE KAN IK DE WAARDE VAN MIJN BEDRIJF VERHOGEN?

Om de waarde van uw bedrijf te verhogen, verbetert u de samenstelling tussen toekomstige vrije kasstromen en de bijbehorende vermogenskostenvoet.

Het kan in deze zowel optimalisaties van huidige investeringen als het doen van nieuwe investeringen betreffen. Ben zuinig met kapitaal en alloceer daar waar de bandbreedte rendement op geïnvesteerd vermogen en de vermogenskostenvoet maximaal is.

- Bereken eerst de huidige waarde (download onze Whitepaper Bedrijfswaardering);
- Beoordeel de groeiperspectieven, het rendement op geïnvesteerd vermogen, de hieruit volgende vrije kasstromen en de vermogenskostenvoet per bedrijf(sactiviteit) en optimaliseer;
- Beoordeel voor iedere nieuwe investering in bestaande of nieuwe activiteiten de groeiperspectieven, rendement op geïnvesteerd vermogen en de vermogenskostenvoet en alloceer enkel kapitaal aan activiteiten waar de bandbreedte rendement op geïnvesteerd vermogen en de vermogenskostenvoet optimaal is;
- Houd rekening met de kenmerken van uw bedrijf. Bedrijven met een laag rendement op geïnvesteerd vermogen doen er goed aan eerst het rendement op geïnvesteerd vermogen te verhogen voordat aan omzetgroei gedacht wordt. Bedrijven met een hoog rendement op geïnvesteerd vermogen doen er goed aan de focus op de omzetgroei te leggen in plaats van de focus te leggen op het verder verhogen van het rendement op geïnvesteerd vermogen;
- Geen waardecreërende investeringsmogelijkheden meer en toch overtollige liquide middelen? Stort agio terug, koop aandelen in (voor een prijs maximaal gelijk aan de waarde) of keer dividend uit om de balans te verlichten;
- Acquisities voegen waarde toe wanneer u kunt kopen voor een prijs onder uw waarde;
- Benut synergievoordelen door ervoor te zorgen dat het bedrijf in handen komt bij de partij die hier het meest waarde mee kan genereren. De verkopende partij genereert hiermee een premium boven zijn waarde en in een ideale deal koopt de koper voor een prijs onder zijn waarde;
- Schakel CNOOP Corporate Finance in om u bij uw waardemaximalisatie te begeleiden. Wij zijn te bereiken via [076-3690174](tel:076-3690174) en contact@cnoop.nl.

CONTACT



Sander Schetters MSc

Partner CNOOP Corporate Finance

CNOOP CORPORATE FINANCE

CNOOP is een onafhankelijke corporate finance boutique met een sterke focus op het MKB.

Wij helpen ondernemers met het creëren van waarde via fusies, overnames, strategisch advies en het aantrekken van kapitaal.

CONTACTGEGEVENS

Heeft u vragen over onze organisatie of wilt u meer weten over waardecreatie voor uw bedrijf?

T 076-3690174

E Sander@cnoop.nl

W www.cnoop.nl

Kijk op www.cnoop.nl/whitepaper/ voor een overzicht van onze whitepapers

Het is niet toegestaan dit document te distribueren, te verveelvoudigen, er afgeleide werken van te maken, over te dragen of te verkopen. De inhoud van dit document is met de grootste zorg samengesteld. Ondanks de betrouwbare zorgvuldigheid kan het voorkomen dat informatie is verouderd of onjuistheden bevat. U kunt ons daarop attenderen via contact@cnoop.nl. Aan dit document kunt u geen rechten ontleen.