

In de praktijk

RECHTUIT FAMILIEBEDRIJF

JOZEF LIEVENS



Onrealistische waardering vormt struikelblok bij verkoop

In deze rubriek bespreekt een expert actuele juridische thema's. Vandaag is dat Jozef Lievens, partner bij het advocatenkantoor Eubelius en voorzitter van het Instituut voor het Familiebedrijf.

Over de verkoop van familiebedrijven bestaat weinig betrouwbaar empirisch materiaal. Daar is nu verandering in gekomen door onderzoek dat door Martijn Coucke aan de Universiteit Gent werd uitgevoerd onder leiding van professor Hans Crijns.

Martijn Coucke is als het ware met de verkoop van familiebedrijven opgegroeid. Zijn vader Johan Coucke leidt het ovenilebureau OBA in Kortrijk. Voor zijn onder-

zoek mocht zoon Martijn in de archieven van OBA duiken. Hij boog zich over de vraag waarom bepaalde verkopen slagen en andere niet.

De belangrijkste conclusie van Coucke luidt dat een familiebedrijf duurder en gemakkelijker verkocht wordt naarmate de cijfers beter zijn. Dat lijkt voor de hand liggend. Maar Coucke voegt er een belangrijke voorwaarde aan toe: de prijsverwachting van de verkoper moet realistisch zijn. Volgens zijn onderzoek vormen onrealistische prijsverwachtingen van de verkopers het grootste struikelblok bij de verkoop.

Dat fenomeen heeft volgens Coucke verschillende oorzaken. Bedrijfsleiders die een verkoop plannen, laten de waarde soms schatten door de huisaccountant. Die laatste neemt vaak onvoldoende afstand van de onderneming om tot een correcte waardering te komen. Een andere oorzaak is anchoring, het feit dat men zich in het brein onbewust aan

een bepaalde verkoopprijs blijft vastklampen. Om beide euvels te verhelpen, pleit Coucke ervoor de onderneming op regelmatige basis te laten waarderen door onafhankelijke en ervaren specialisten die de sector kennen.

PROFIEL

Coucke deed nog interessante vaststellingen. De kans op verkoop van het familiebedrijf werd in belangrijke mate vergroot wanneer de verkoper een uitgesproken profiel nodig achtte voor de overnemer. De kansen werden nog groter wanneer dat profiel technische kennis vereiste.

Familiebedrijven die al geruime tijd in handen waren van dezelfde familie, werden gemakkelijker verkocht dan zelf opgestarte of overgenomen ondernemingen. Daarbij verkochten tweedegeneratiefamiliebedrijven evenwel gemakkelijker dan derdegeneratie-ondernemingen. Business-to-businessondernemingen maken een grotere kans

op verkoop dan business-to-consumerbedrijven. Die laatste groep bedrijven vond zelfs in 67 procent van de gevallen geen overnemer. Wat de sector betreft, maken zowel installatie-, constructie- als dienstenbedrijven het meest kans gemakkelijk een koper te vinden.

Een andere interessante conclusie van Coucke is dat het verkochte familiebedrijf een gemiddelde leeftijd heeft van 29 jaar en acht maanden. De verkoper is gemiddeld 51 jaar en 7 maanden, wat toch vrij jong is.

Ten slotte stipt Coucke aan dat de opdracht om het bedrijf te verkopen gemiddeld tien maanden en zes dagen duurde. Wel moet de verkoop grondig worden voorbereid voor men met het familiebedrijf de boer opgaat. De voorbereiding kan gemakkelijk één tot twee jaar duren. Erg belangrijk is dat men in die periode het hoofd koel houdt en geen onrealistische verwachtingen gaat koesteren. Want die worden genadeloos afgestraft.