

De kunst van een efficiënte verkoop

‘Te koop? Weg met dat bordje!’

U stuurt aan op de verkoop van uw horecazaak? Weg met het bordje ‘Te koop’, adviseert Luc Van Laere van Unizo. Er zijn veel betere manieren om je zaak verkocht te krijgen. Tekst: Jeroen Maris, beeld: Luc Collet

Waarom laat een mens zijn horecazaak over? De redenen zijn divers, weet Luc Van Laere, bij Unizo verantwoordelijk voor www.overnamemarkt.be, de website waar overnemers en overlaters elkaar vinden. “Een te klein rendement is maar een van de vele redenen waarom horeca-uitbaters hun zaak overlaten. Vaak zijn de mensen in kwestie ook gewoon toe aan hun pensioen, en willen ze van het leven gaan genieten. Maar ook medische en familiale gebeurtenissen kunnen aanleiding geven tot een overname.”

Weg met het bordje

Wanneer de definitieve beslissing genomen is, dient uiteraard gezocht te worden naar een geschikte manier om een koper te vinden. Een bordje met daarop ‘Te koop’ aan de deur, is dat niet de simpelste handelswijze? “De simpelste wel, maar meteen ook de minst efficiënte”, waarschuwt Van Laere. “Mensen die zo’n bord hangen hebben, raad ik meteen aan om het weg te halen. Het jaagt immers klanten weg. Stel: je bent onderweg, en je krijgt honger of dorst. Als je dan een gelegenheid vindt en vervolgens



‘Eigenaars weten vaak zelf niet wat hun zaak precies waard is. Op zo’n moment is het heel comfortabel als je kan terugvallen op een goede accountant’

merkt dat er zo’n bordje aan de deur hangt, dan ben je niet geneigd om te stoppen. ‘Het staat over te nemen, dus zal het wel niet goed zijn’ is dan, hoe onterecht ook, je natuurlijke reflex. Dus: weg met dat bordje. Er zijn veel betere manieren om je zaak verkocht te krijgen.”

Grosso modo kan een verkoper op twee manieren te werk gaan. Hij kan ervoor kiezen om alles zelf te doen, maar hij kan ook een tussenpersoon inschakelen. “Ik raad persoonlijk het tweede scenario aan”, zegt Van Laere. “Zo’n verkoop is iets bijzonder complex. Je kan gerust alles zelf doen, maar dan loop je wel het risico dat een aantal dingen je boven het hoofd groeit.”



Luc Van Laere: "Wie iets verkoopt, moet zijn waar aanprijzen."

"Let op: ook werken met een tussenpersoon is geen garantie op succes. Niet elke verkoop slaagt. Maar het verhoogt toch je kansen, denk ik. Een voorbeeldje? De waardebepaling. Elke verkoper moet nu eenmaal een vraagprijs becijferen. Dat is heus geen evidente klus. Eigenaars weten vaak zelf niet wat hun zaak precies waard is. Op zo'n moment is het heel comfortabel als je kan terugvallen op - bijvoorbeeld - een goede accountant die zijn vak kent."

"Ook op de website werken we met geschikte tussenpersonen. Mensen die er alleen voor staan, raden we altijd aan om door de contactgegevens op de website te scrollen. Het is altijd een goed idee om dan twee tussenpersonen te selecteren, contact met hen te nemen en vervolgens een keuze te maken."

In profiel

Alles begint evenwel bij een gedegen profielbeschrijving. "Wie iets verkoopt, moet zijn waar aanprijzen. Dat is een simpele economische gedachte die ook hier perfect van toepassing is. Als je ergens een profiel achterlaat, zoals bijvoorbeeld op onze site, dan kan je daar beter eerst grondig over nadenken. Wat geef je prijs in dat profiel? Hoe accentueer je de sterke punten van je zaak? Hoe verwoord je het?"

Unizo is altijd bereid om te helpen bij het opstellen van zo'n profiel. Via vormingssessies wordt potentiële verkopers geleerd hoe ze hun zaak het best beschrijven. "Vaak is het immers de eerste keer dat ze zoiets op papier moeten zetten", weet Van Laere. "En sowieso kan je nu eenmaal niet van iedereen verwachten dat hij een briljant schrijver is."

Zaken in de problemen, faillissementen, mensen die er genoeg van hebben: de berichtgeving in de pers met betrekking tot horecazaken klinkt niet altijd even positief. "Op onze website staat de horeca aan de top qua aanbod", ziet Van Laere. "En ik vrees inderdaad dat we dat in een algemene tendens



Op het net



Luc Van Laere is de man achter www.overnamemarkt.be, een initiatief van Unizo om vraag en aanbod van bedrijfsovernames samen te brengen op het internet. "We zijn nu drie jaar operationeel, en in die periode mochten we al 5.900 bedrijven en handelszaken registreren ter overname. Ongeveer een derde van de bedrijfjes zijn horecazaken. Liefst 39% van de geslaagde transacties gaat over horecazaken - toch een interessant statistiekje."



kunnen kaderen. Maar wat ik nergens lees, en toch minstens even belangrijk is, is dat de horeca de niche is waarin de graad van verkoop het hoogst ligt. Het is met andere woorden heus geen mission impossible om je zaak over te laten: de sector leeft nog steeds. Dat is toch een vaststelling om blij mee

Tips voor een aantrekkelijk profiel

Wie een aantrekkelijk profiel wil opstellen om potentiële kopers te overtuigen, houdt het best rekening met een aantal belangrijke punten.

- Maak werk van een duidelijke beschrijving van uw activiteit, productgamma, assortiment en concurrentiële situatie.
- Geef de potentiële koper een welomlijnd idee van het cliënteel. Jong of oud? Voornamelijk professionals, of eerder particulieren? Lokaal dan wel regionaal?
- Omschrijf de ligging van de zaak. In het centrum? Langs een drukke baan, met veel passanten? In een bloeiende industriezone? In de nabijheid van een winkelcentrum? Speel de troeven van je locatie actief uit.
- Vergeet de faciliteiten voor het cliënteel niet te vermelden. Is er een (verharde) parking? Hoe zit het met de verlichting?
- Laat ook weten hoe lang je in de zaak actief geweest bent, en over welke certificaten je beschikt.
- Pluspunten als 'instapklaar', 'recent gerenoveerd' en voorzien van alle moderne apparatuur kan je het best prominent uitspelen. Laat ook weten of je gedurende een bepaalde periode begeleiding kan of wil voorzien.
- Vermeld de reden van verkoop.
- Een profiel opmaken is een delicate evenwichtsoefening. Je moet zoveel mogelijk informatie geven zonder jezelf evenwel bloot te geven. Het is aangeraden om zo anoniem mogelijk te blijven. Geef je naam en adres niet prijs, maar vermeld bijvoorbeeld wel dat het om 'een middelgroot, gezellig café in de periferie van Kortrijk' gaat.

te zijn. En is dat uiteindelijk niet de bedoeling: de continuïteit in het horecawezen verzekeren?"

Bedrijfsadviseur Chris Nauwynck over het belang van de tussenpersoon: 'Wij zorgen voor de objectieve blik'

Alleen of met behulp van een tussenpersoon: het is het eeuwige dilemma voor een zaakvoerder die wil verkopen. En dus buigen we ons over de vraag welke meerwaarde zo'n **tussenpersoon** kan hebben. "Wij kunnen duidelijkheid scheppen in het complexe kluwen van een overname", zegt zelfstandig bedrijfsadviseur Chris Nauwynck, die gespecialiseerd is in overnames. Tekst: Jeroen Maris



"Wie beslist om zijn zaak over te laten, weet vaak niet wat er allemaal op hem zal afkomen", vertelt Nauwynck. "Je moet zeer veel beslissingen nemen, op economisch, juridisch én fiscaal vlak. Daarbij moet je ervoor uitkijken dat alles correct gebeurt en dat je jezelf niet vastrijdt in dat complexe kluwen. Tussenpersonen kunnen in die zin een concrete meerwaarde genereren. Wie iemand onder de arm neemt, verlicht dat hele proces een beetje en kiest voor meer zekerheid: je weet dat alles correct zal gebeuren."

Vier stappen ondernemen Nauwynck en co telkens wanneer iemand bij hen aanklopt voor een overname. "Allereerst kijken we naar de waardering van het dossier. Wat zou een goed geïnformeerde koper moeten betalen om de zaak van onze klant te kunnen overnemen? De overlater een accuraat beeld geven van zijn dossier is vaak mijn eerste werk. Niet zelden overschat zo iemand de waarde

van zijn zaak. Dat is geheel logisch, natuurlijk: zo'n eigenaar is emotioneel betrokken bij zijn zaak. Wij zorgen dan voor de objectieve blik. Via klassieke formules berekenen we de waarde van een zaak, op een heel doorzichtige manier. Daarbij stellen we altijd de concrete termijn voorop waarbinnen de zaak overgelaten zou moeten worden."

Onderhandelen

De tweede fase is die van de onderhandelingen. "Daarbij stoot je natuurlijk op het typische spanningsveld van koper en verkoper.

een jaar in beslag.

Als je er te laat aan begint, heb je te maken met een vervelende tijdsdruk. En, nog belangrijker: de kans dat je zaak in waarde daalt, is reëel. We moeten de zaken niet verbloemen: de horecasector wordt geconfronteerd met een aantal problemen. Door de financiële crisis is het consumentenvertrouwen gedaald, wat in een lagere omzet resulteert. Daar komt nog bij dat banken almaar strenger worden als het over financiering gaat. Als je er dus aan denkt om je zaak te verkopen, doe je dat dus beter tijdig. En met een grondig onderbouwd dossier: wie nauwkeurigheid hoog in het vaandel draagt, zal daar altijd de vruchten van oogsten."

Persoonlijk contact

"Het belang van een goede profielbeschrijving valt niet te onderschatten", zegt ook Nauwynck. "Je kan daar als verkoper maar beter werk van maken. Tegelijk druk ik ook op de waarde van persoonlijk contact. Je kan niet alles via het internet regelen. Daarom vind ik het belangrijk om klanten persoonlijk te ontvangen. Confidentiële gegevens over de verkopers en hun zaak krijg ik liever persoonlijk toevertrouwd, en ik pols ook graag in levenden lijve naar de motivatie van mensen. Tenslotte is een zaak kopen of verkopen een heel belangrijke stap in een mensenleven."

PRAKTISCH

Het kantoor Chris Nauwynck, gespecialiseerd in overnames van handelszaken, is gevestigd in de Scheepsdalelaan in Brugge. Meer informatie op www.kmo-overname.be.

'Wij zorgen voor de objectieve blik'

Vandaar dat de eerste stap zo belangrijk is. Wie een onderbouwd dossier kan presenteren, kan een glasheldere argumentatie voorleggen aan de potentiële koper. Op die manier laat de overlater zich zeker niet ringeloren. In de derde fase volgt dan de financiering, om ten slotte alle formaliteiten in orde te brengen: contracten, attesten, administratieve regelingen. Een hele klus."

Nauwynck benadrukt - net als Luc Van Laere overigens - dat mensen beter tijdig met de procedure beginnen. "Beter te vroeg dan te laat: dat is een belangrijk adagium. Mensen denken soms dat je een verkoop snelsnel kan regelen. Maar zo werkt het nu eenmaal niet: vaak neemt zo'n procedure



Chris Nauwynck