

# 'Blinde vlek hindert on

Uit onderzoek blijkt dat vier op de vijf ondernemers geen idee hebben van de waarde van de eigen onderneming. Maar ook accountants en administrateurs begrijpen vaak onvoldoende hoe waarden werken. Bedrijfseconome Annegien Blokpoel, auteur van de bestseller 'Maak je bedrijf meer waard', wil daar verandering in brengen.

---

Door: Hans Pieters

---

De grootste uitdaging bij het schrijven van het boek 'Maak je bedrijf meer waard' vat Annegien Blokpoel als volgt samen: "Hoe kan ik een ondernemer die geen MBA heeft behaald toch een bedrijfseconomische manier van denken bijbrengen?" De bestseller vertaalt MBA-kennis voor de MKB-ondernemer in een taal die hij begrijpt. Het boek is in de eerste plaats een praktische handleiding. Blokpoel tracht in zes stappen een antwoord te geven op de vraag hoe ondernemers het rendement kunnen vergroten van het geld, de tijd, energie en liefde die ze in hun bedrijf stoppen. Speciaal voor het MKB heeft ze het 'Maak je Bedrijf meer Waard'-programma (MB-

WTM) ontwikkeld. "In vijf à zes maanden helpen we de ondernemer bij het ontdekken en realiseren van de waardering van zijn bedrijf."

In haar boek vat ze de vaardigheden die de ondernemer geacht wordt te beheersen, samen als de 'Schijf van 5': organisatie, marketing, strategie, financiën en communicatie. "Je moet accepteren dat je niet alles kunt. Zeker als je groter wordt."

## Bewust van valkuil

Het grote verschil tussen het grootbedrijf en het MKB is de ondernemer. Persoonlijke waarden en eigenschappen spelen een belangrijkere rol. "De belangrijkste drijfveer voor het schrijven van het boek zijn de blinde vlekken die elke ondernemer heeft. Deze staan een verdere groei en waardestijging van de onderneming in de weg", verklaart Blokpoel. "Zelfkennis is de eerste belangrijke stap voor waardecreatie. Ik probeer mensen uit hun *comfort zone* te halen. Pas als je op een nieuwe manier naar dingen kijkt, kun je grote slagen maken. Ben je bewust van je eigen valkuil, dan kun je systemen inbouwen om op het rechte spoor te blijven."

Ze vat haar methodiek in één zin samen: "Ik bied kennis, zelfkennis en hulp onderweg. We stellen samen vast waar je naar toe wilt en waar je nu bent. Dan gaan we aan de slag om er voor te zorgen dat je zo veilig en snel mogelijk van A naar B komt. Het is toch doodzonde dat mensen heel veel energie in hun bedrijf stoppen om met niks te eindigen, bijvoorbeeld omdat ze hun liquiditeit niet in de gaten hebben gehouden. Als je focust op waardering dan is de kans straks een stuk groter dat je ook meer waard ben, voor jezelf en een koper"

## Andere kijk

Blokpoel breekt in haar boek een lans voor een andere

## Dezelfde jaarcijfers, twee blikpunten

Het jaar door de ogen van de accountant:

Een accountant of boekhouder kijkt bij het opstellen van de winst- en verliesrekening altijd naar het verleden.

Het jaar in cijfers:

I: omzet – (kosten + overhead + salarissen) = brutowinst

II: brutowinst – (afschrijvingen + financieringslasten + belastingen) = nettowinst

Het jaar door de ogen van de potentiële koper:

De koper zal de afschrijvingen slechts met een half oog bekijken. Interessant voor de nettowinst, het drukt per slot van rekening de winst voor belastingen, maar tegelijkertijd zijn de kosten al gemaakt. Het geld is dus beschikbaar als cashflow. Tegelijkertijd moet er geïnvesteerd worden om de verwachtingen waar te maken. Deze uitgaven drukken de cashflow die hij nodig heeft om de overnamesom terug te verdienen.

cashflow = nettowinst + afschrijvingen – investeringen

(bron: Annegien Blokpoel – 'Maak je bedrijf meer waard')

# ondernemer bij groei'

kijk op de bedrijfsvoering. Een van de belangrijkste zaken die niet op de balans staan, is de ondernemer zelf. Alleen de kosten op je vreemd vermogen zie je terug. Met heldere voorbeelden maakt ze duidelijk dat ondernemers het risico dat ze lopen door de energie en het eigen vermogen in de onderneming te steken, vanaf het begin een plek moeten geven in hun bedrijfsvoering en cashflowprognoses.

"Bij kleinere MKB-ers ziet een balans er omzetmatig nog goed uit, en is er op het oog een kleine winst. Tot je met de ondernemer gaat praten en blijkt dat het eigen salaris er niet inzit", is haar ervaring. "Bij grotere MKB-ers met 2 miljoen omzet zat de blinde vlek in het debiteurenbeheer. Zo bleek dat de papieren winst van twee jaar vast zat in de toename van het debiteurensaldo. Wat je als partner of aandeelhouder aan kapitaal in het bedrijf hebt

gestopt, vind je nergens terug. Die pijn voel je niet." Daar zit een belangrijke taak voor de administrateur. "Vanuit boekhouden denken is het eigen vermogen de sluitpost van de boekhouding. Niet meer dan dat. Bij bedrijfseconomie is waardering van het eigen vermogen het doel. Het zijn twee wezenlijk andere manieren van denken."

## 'Zelfkennis is de eerste belangrijke stap voor waardecreatie'

### Getrouw beeld

"Ondernemers die niet intrinsiek worden gemotiveerd door geld, hebben hulp nodig gefocust te blijven. Het



ondernemerschap moet iets opleveren. De administrateur mag daarin wel wat meer feedback geven." Iets dat niet elke accountant of administrateur even goed af gaat, meent Blokpoel. "Ze zien wel dat de klant tegen een bottleneck aanloopt, maar hun rol is gericht op vastleggen, niet op het meedromen met de ondernemer."

## 'Het is doodzonde dat mensen heel veel energie in hun bedrijf stoppen om met niks te eindigen'

Ze benadrukt dat de rol van de accountant of administrateur niet is te onderschatten. "Zonder een goede administratie en een goed systeem kun je niet me-

ten en weten. Wanneer je groeit, loop je risico's. De financiële inrichting van je huishouding is een manier om de groei te managen en te kijken of je het goed doet. Ze zijn getraind in een bepaalde manier van denken." De belangrijkste rol is het waarheidsgetrouw verslagleggen van de administratie, een getrouw beeld geven van het heden en het verleden.

### Kantelpunten

Bedrijven hebben net als mensen een levenscyclus, of beter nog, levenspad. Om synchroon te lopen met de groei, moet je de inrichting van de administratie eigenlijk elke twee tot drie jaar tegen het licht houden, is haar mening "Als je beter begrijpt wat je doel is, kun je de boekhouding daar beter op afstemmen. Administrateurs zouden de klant moeten helpen die transitie in de eigen boekhouding te maken." Volgens Blokpoel moet een administratiekantoor in een groei- en veranderingsproces het belang van de klant centraal stellen. "Je moet als kantoor bij je leest blijven. Het is heel goed als een administrateur bij het verkoopproces of op een ander punt durft te zeggen 'je hebt iemand anders nodig.'"

Blokpoel bepleit een duidelijke focus. "Net als ondernemers moet een administratiekantoor durven te kiezen. De kantelpunten waarmee een ondernemer te maken krijgt, zijn dezelfde kantelpunten waarmee administratiekantoren zelf te maken hebben. Je kunt niet overal goed in zijn. Als je beter weet waarin je erg goed bent, dan kun je die klant helpen waaraan jij de meeste toegevoegde waarde kunt leveren." ■

## De KvK-'Verkoopklaartest'

Voor ondernemers die erover nadenken om te stoppen met hun onderneming heeft de Kamer van Koophandel een oriënterende test ontwikkeld: 'Is uw bedrijf al verkoopklaar?' De online vragenlijst bestaat uit zeven onderdelen. "Een hiervan is de vraag of de ondernemer als persoon klaar is voor de overdracht", vertelt Sevkan Cevirgen, productmanager Bedrijfs-overdracht KvK Nederland. Een andere vraag betreft de voortzetting van het bedrijf. "Dat zijn lastige vragen voor veel ondernemers. Je ziet vaak dat ze die vragen liever voor zich uitschuiven."

Het is niet zo dat je bij een positieve beoordeling klaar bent voor de verkoop, waarschuwt Cevirgen. "Het gaat om een bewustwordingsproces. Het is bedoeld om de ondernemer te triggeren om zichzelf bepaalde vragen te stellen en op tijd na te denken over de overdracht."

## 'Net als ondernemers moet een administratiekantoor durven te kiezen'