

'Steeds dezelfde valkuilen'

Coach Annegjen Blokpoel helpt kleine ondernemers bij de groei van hun bedrijf

Arnold Tankus
Amsterdam

Van de 750.000 Nederlandse mkb-ondernemers heet 80% geen idee wat de waarde is van het eigen handen opgebouwde bedrijf. Volgens de Amsterdamse bedrijfsseconoom en financieringsexpert Annegjen Blokpoel tijd voor een boek om ondernemers uit te leggen hoe ze dit eigenhandig kunnen berekenen. In *Maak je bedrijf meer waard in zes eenvoudige stappen* vertelt ze hoe een ondernemer in verschillende fases van het bedrijf moet reageren.

V Een boek om ondernemers uit te leggen hoe een bedrijf meer waard moet worden. Is dat nodig?
'Als vier op de vijf mkb'ers niet weten wat de waarde van het eigen bedrijf is en driekwart van de bedrijven tot tien man personeel wordt opgedoekt, denk ik dat dit een nuttig boek kan zijn. Anderhalf jaar geleden kwam ik met verschillende mkb-kanten in contact die voor strategische keuzes stonden. Een aantal wilde een bedrijf overnemen, een fusie aangaan of hun bedrijf verkopen. Toen kwam ik erachter dat veel mkb'ers niet wend hoe "corporate finance" werkt, terwijl dit vakgebied de basis is voor de koop en verkoop van bedrijven. Ik dacht eerst dat het lag aan de Engelse termen, maar ook woorden als "koers-winstverhouding" of jezelf vergelijken met sectorgenoten bleken voorvelelen onbekend terrein. En voor de ondernemer die wel wil weten wat zijn bedrijf waard is of meer waard kan worden, heb ik dit boek geschreven.'

V Hebben eigenaren van kleine bedrijven iets aan het boek?
'Mijn grootste motivatie voor dit boek is het feit dat een groot deel van de ondernemers het niet redt om door te groeien naar een volgende fase. Dat punt ligt rond de

- Bedrijf met waarde
Hoe creëert u dat?**
- Doe niet alles zelf (marketing, financiering, toezicht)
 - Richt u op zaken die financiële waarde toevoegen aan uw bedrijf, niet op bijzaken
 - Houd privéleven en uw eigen zaak gescheiden



Annegjen Blokpoel, auteur van het boek 'Maak je bedrijf meer waard'

Foto: Peter Snelitski

tien man personeel. Het overgrote deel van de ondernemers komt hier niet doorheen, terwijl er zo veel kansen liggen. Het bedrijf staan in plaats van verkopen is een verspilling van geïnvesteerde tijd,

energie en potentieel pensioen.'

V Wat gebeurt er rond het kantelpunt?
'In het begin is het simpel: meer omzet is over het algemeen meer

winst en ook een hogere bedrijfs-waarde. Maar als bedrijven gaan investeren, dan gaat deze simpele logica niet meer op, dan wordt het ook belangrijk om te gaan denken in cashflow en een goede financie-

ingsstructuur. Zodra een bedrijf groter wordt dan tien man, komen er andere zaken bij kijken. Ik noem dat de schijf van vijf, het DNA van iedere onderneming: communicatie, marketing, strategie, financiering en organisatie. De meeste ondernemers hebben niet altijd verstand van al die zaken. Ze zijn ondernemer en geen bedrijfsseconoom.'

V De ondernemer is dus te veel aan het ondernemen?

'Laat ik vooropstellen dat ondernemer zijn niet meevalt. Heel vaak ben je bezig met het blussen van brandjes, zoals het tevreden houden van personeel, klanten en het oplossen van administratieve rompslomp. Daardoor is het moeilijker om je te concentreren op de zaken die financiële waardering opleveren. Er wordt energie gestopt in de verkeerde facetten van het ondernemen. Op die manier kan een bedrijf tot stilstand komen. En in een dynamische economie is stilstand achteruitgang.'

V In uw boek schrijft u dat ondernemers stevast in dezelfde valkuilen trappen, welke zijn dat?

'Ik noem het pww's: persoonlijke waardevernietigende valkuilen, en dat er zijn er nogal wat. Ondernemers willen vaak alles zelf doen, of denken het zelf beter te kunnen. Vaak vermengen ondernemers privé met zakelijk of zitten ze met verschillende petten in een bedrijf, als directeur, aandeelhouders, medewerker en als financier.'

Een andere valkuil is dat er fiscaal wordt gedacht. Men denkt eerder aan wat allemaal aftrekbaar is van de belasting in plaats van in cashflow, waardecreatie en financiële marketing. Een andere valkuil zijn de hobbyprojecten van de ondernemer. Vaak wel leuk, maar niet altijd even waardevermeerderend voor het bedrijf.'

V U geeft workshops aan mkb-ondernemers. Wat geeft u ze mee?

'Ik probeer hun richting te geven door uit te leggen hoe waardering werkt en wat de knoppen zijn waaraan een ondernemer kan draaien. Ik geef kennis en technieken, maar de ondernemer moet het zelf doen. Dat is een proces waar kleinere ondernemers hulp bij kunnen gebruiken, mensen vervallen snel weer in oude patronen. Ik ben dan een soort vriendelijke stok achter de deur. En een vangnet.'

FD 2 Juni 08