

# Kijk op Waarde: Waardemanagement met De Hooge Waerder

2 december 2015 / in AHA! / door De Hooge Waerder

Het laten maken van een waardering geeft de ondernemer meer inzicht in het bedrijf en daarmee krijgt hij onder andere een gedegen beeld bij de effectieve waarde ervan. Echter, het Kijk op Waarde-model geeft de ondernemer ook inzicht in de bedrijfsvoering en antwoord op de vraag waar de verbeterpunten liggen. Een waardevol rapport voor iedere ondernemer die streeft naar een optimaal resultaat.



De meest voorkomende reden voor het opstellen van een waardering is eigendomsoverdracht van aandelen in een onderneming. Een waarderingsrapport, waarvoor een diepgaand onderzoek in de onderneming moet plaatsvinden, geeft u inzicht in de waarde van de onderneming. Aan de hand daarvan kan een koopprijs afgeleid worden. Echter, geeft het waarderingsrapport ook inzicht in *hoe* de waarde tot stand komt. En nog interessanter: hoe deze waarde kan worden geoptimaliseerd. Dit wordt ook wel waarde-management genoemd. De factoren die van invloed zijn op de waarde en waarmee de waarde geoptimaliseerd kunnen worden, heten ook wel de *waarde-creërende factoren of value drivers*.

## Value driver model

Het maken van een waardering vergt een diepgaand onderzoek naar de onderneming. Deze trajecten zijn tijdrovend, waarmee ook aanzienlijke kosten gepaard gaan. Om ondernemers hierin tegemoet te komen, heeft De Hooge Waerder een model gemaakt: Kijk op Waarde. Met dit model wordt een onderneming op hoofdlijnen geanalyseerd en kunnen value drivers geïdentificeerd worden. Daarnaast kan men middels een basisscenario en een alternatief scenario zien, wat de invloed van bepaalde value drivers is op de waarde van de onderneming. Het model geeft de ondernemer inzicht in zijn onderneming, waarmee hij of zij aan de slag kan om de bedrijfsvoering en dus het rendement te verbeteren.

De standaard value drivers die De Hooge Waerder hanteert binnen het Kijk op Waarde-model:

1. **Groei omzet:** meer omzet zorgt, logischerwijs, voor meer rendement.
2. **Brutowinst:** als deze verbetert (omhoog), dan haalt uw onderneming meer rendement uit de omzet.
3. **Personeelskosten:** vaak een belangrijk deel van de kosten. Wanneer deze omlaag kunnen, bijvoorbeeld door productiviteitsverbeteringen, blijft er meer rendement over voor de onderneming.
4. **Overige bedrijfskosten:** denk aan verbeteringen door lagere huisvestingskosten en transpostkosten. Wanneer dit soort kostenposten verlaagd kunnen worden, betekent dit meer rendement voor de onderneming.
5. **Voorraadtermijn:** een lagere termijn en daarmee een lagere stand van de voorraad, zorgt dat er minder investeringen nodig zijn in werkkapitaal.
6. **Debiteurentermijn:** zie effect voorraad. Vaak te beïnvloeden door klanten sneller te laten betalen; dus betaaltermijnen verkorten door betere debiteurenbeheer.
7. **Crediteurentermijn:** dit effect is tegenovergesteld aan de voorraad en de debiteuren. Sommige bedrijven betalen snel en eerder dan nodig is. Door de termijnen van de crediteuren op te rekken, houdt een onderneming meer werkkapitaal in huis.
8. **Investerings:** Indien het onroerend goed en/of de materiële vaste activa (inventaris) op orde zijn, dan zijn de investeringen de komende jaren beperkt. Bij achterstallig onderhoud of het moeten vervangen van oude machines, zal de onderneming aanzienlijke investeringen moeten doen.

## Waarde meten en creëren

Iedere onderneming beschikt over deze value drivers. Door de focus te leggen op de value drivers in de onderneming en deze te verbeteren, kan de waarde van de onderneming verhoogd worden. Indien u de value drivers optimaliseert, dan is de kans het grootst dat u de hoogste koopprijs genereert bij de verkoop van uw onderneming. Een waardering voorziet in twee behoeften: het geeft inzicht in de huidige waarde en het geeft richting aan naar optimalisatie van de waarde in de toekomst. En dát is goud waard.



Bart Gijsbers – Divisieleader Corporate Finance

[LinkedIn](#)