## **Standaardopzet van een verkoopmemorandum**

In deze standaardopzet komen de belangrijkste aspecten voor die interessant zijn voor een potentiële koper van een webshop. Deze opzet kan aangehouden worden als hoofdstukindeling voor je eigen verkoopmemorandum, maar je kunt er zelf nog onderwerpen die je ook relevant vindt aan toevoegen. Download deze en andere voorbeelddocumenten op www.WebshopOvername.nl/handboek.

**1. Inleiding tot de webshop/onderneming en de ontstaansgeschiedenis**

Deel je persoonlijke blik op het ontstaan van de webshop en de ontwikkelingen tot heden (in vogelvlucht). Daar mag je best aan toevoegen wat je zelf aanspreekt in de business en waarom. Een koper kan zich hierdoor ook beter identificeren met de business.

**2. Omschrijving van de markt waar de shop zich bevindt**

Denk aan de omvang van de markt, de ontwikkelingen, eventuele wetgeving, mate van concurrentie, en de kansen die je ziet voor een koper. Indien er marktcijfers beschikbaar zijn van het CBS: voeg ze vooral toe. Ze maken je omschrijving nog geloofwaardiger.

**3. Omschrijving van de webshops**

Geef aan op welk platform de shop draait, hoe het assortiment is opgebouwd, hoe orders worden afgehandeld, welke typen klanten je vooral bedient, wat de orderwaarde is, of de shop voldoet aan bepaalde keurmerken en wat klantbeoordelingen zijn. Geef hier ook een samenvatting van de bezoekersstatistieken en de posities in Google.

**4. Omschrijving van de onderneming**

Is er personeel, is er opslagruimte en hoe is de huisvesting geregeld?

**5. Partners**

Beschrijf de bedrijven waarmee wordt samengewerkt en wat de afhankelijkheden van deze partijen zijn. Hier kun je ook toevoegen hoe eenvoudig deze samenwerkingen kunnen worden opgezegd of juist niet.

**6. Financiën**

Geef een samenvatting van de prestaties van de afgelopen drie jaren, per boekjaar, met een toelichting op de situatie in die periode. Neem minimaal de omzet en nettowinst op. Vergeet je eigen uren niet als kostenpost te verrekenen.

Er staan weleens niet-relevante kosten van een ondernemer in de boekhouding. Dat kunnen onder meer kosten zijn voor een nieuw project, of in sommige gevallen kosten die eigenlijk als privé aan te merken zijn (ondernemers proberen de belasting over het algemeen op diverse manieren te drukken). Voor dit type kosten mag je ons inziens normaliseren. Dat betekent dat de nettowinst hoger uitvalt: je rekent deze kosten dan niet mee, omdat ze niet relevant zijn voor de over te dragen business. Vermeld dit echter wel altijd in het memorandum. Doe je dat niet, dan heb je tijdens de due diligence wat uit te leggen en dat kan het vertrouwen van de koper nog weleens schaden.

**7. Bezittingen en schulden**

Denk aan merkrechten, overige domeinnamen, voorraad en leningen aan jouw holding of de bank. De meeste webshops worden cash and debt free (dus zonder schulden en zonder geld op de bankrekening) overgedragen. Werk uit hoe je dat wilt doen.

**8. Strategie en potentieel**

Werk uit welke strategie je zelf hebt gevolgd en welke strategie volgens jou het zinnigst is om in de jaren na de overname te volgen. De kansen die onder hoofdstuk 2 in je memorandum zijn benoemd, kun je uitwerken in een omzet- en winstprognose voor de drie jaren volgende op de verkoop. Let wel op dat dit geloofwaardig blijft en zorg voor een gedegen onderbouwing. Als je uitgaat van een overdreven groeiscenario, leggen de meeste kopers het direct naast zich neer. Dat gaat ook ten koste van de geloofwaardigheid van de overige data in je document.

**9. Juridisch**

Lopen er juridische geschillen of zie je die aankomen?

**10. Reden verkoop en eventuele voorwaarden**

Geef aan wat de reden van verkoop is en onder welke voorwaarden je wenst te verkopen, bijvoorbeeld met betrekking tot de voorraad. Wordt de webshop via een aandelentransactie of een activa-passivatransactie overgedragen?

**11. Overnamesom en verkoopprocedure**

Denk goed na over de vraagprijs. Die zal het startpunt van een onderhandeling vormen; de onderbouwing is wel van belang, maar hoef je hier niet te delen.

Qua verkoopprocedure is het verstandig om met een tijdslijn te werken, zodat alle betrokkenen weten waar ze aan toe zijn. Je kunt hier vaste data noemen, maar als je geen storm van reacties verwacht is het waarschijnlijk slimmer om met termijnen te werken. Bijvoorbeeld: vraag niet om een indicatief bod voor 12 mei, maar om een indicatief bod binnen twee weken na ontvangst van het memorandum.

**12. Bijlagen**

Voeg de recente jaarverslagen/resultatenrekeningen en een uittreksel van de Kamer van Koophandel toe. Je kunt ook een gedetailleerde lijst toevoegen van alle zaken die worden overgedragen aan een koper (vooral van belang bij een activatransactie).

**Aandachtspunten**

Bedenk tijdens het schrijven van het memorandum dat een koper de plicht heeft om goed onderzoek te plegen voordat hij een overname doet, maar dat je als verkoper een mededelingsplicht hebt. Zorg dus dat eventuele problemen niet onder het tapijt worden geveegd.

In vrijwel alle gevallen vindt er tijdens de overname een due diligence plaats (een boekenonderzoek). Het heeft dus weinig zin om de cijfers mooier voor te stellen dan ze zijn. Sterker nog: het werkt negatief wanneer een koper in een later stadium moet vaststellen dat de omzet toch lager is dan in eerste instantie gemeld.

En afsluitend: vergeet niet dat het oog ook wat wil. Maak het document dus netjes op of laat het netjes opmaken door een designer. Dat hoeft niet veel te kosten en bepaalt ten dele de eerste indruk die kopers van jouw webshop hebben.

Op WebshopOvername.nl/handboek vind je een downloadbare template als basis voor je eigen memorandum.