

**De waarde van een flesje water? Simpel te bepalen denk je misschien. Maar is dat eigenlijk wel zo? Waarde is immers een subjectief begrip. En wat voor de een misschien niet waardevol lijkt, is voor de ander van onschatbare waarde.**

# DE SUBJECTIVITEIT VAN WAARDE...



Een flesje water kost in de supermarkt zo'n veertig cent. Maar wat gebeurt er met de prijs als iemand dreigt uit te drogen in de woestijn? Die schiet omhoog. Datzelfde flesje water wordt dan misschien wel voor duizend euro verkocht. Want ineens is dat flesje veel waardevoller. Dit voorbeeld geeft aan dat de situatie en de positie van een persoon invloed hebben op de waarde.

## VISIE VAN VERSCHILLENDE KOPERS

Deze subjectiviteit vind je ook terug in de overnamepraktijk. Stel dat we de overname van een bedrijf bekijken vanuit het perspectief van drie verschillende kopers: een management buy-in (MBI) kandidaat, een management buy-out (MBO) kandidaat en een strategische koper. De MBI-kandidaat is een koper van buiten de onderneming. Meestal kent hij de onderneming minder goed dan een MBO-kandidaat die al bij de onderneming in dienst is. Dat maakt het voor een MBI-kandidaat lastiger om de risico's van een eventuele overname in te schatten. Daardoor valt de waarde die hij toekent aan het bedrijf vaak lager uit.

## STRATEGISCH OF NIET

Een strategische koper daarentegen is op de hoogte van het product of de dienstverlening en de risico's. Bovendien kent hij de markt op z'n duimpje en kan hij door middel van een overname wellicht synergievoordelen behalen. Daardoor kent een strategische koper vaak een hogere waarde toe aan een onderneming dan de MBI-kandidaat. Ook een MBO-kandidaat is uitstekend op de hoogte van de onderneming en de markt. Hij kan echter geen synergievoordelen genereren. De waarde die hij toekent aan de onderneming zal dus tussen die van de MBI-kandidaat en de strategische koper liggen. Hoewel bovenstaand voorbeeld sterk vereenvoudigd is, geeft het wel aan hoe subjectief het begrip waarde is.

## PRIJS VERSCHILT VAN WAARDE

Belangrijk is verder je te beseffen dat waarde en prijs twee verschillende begrippen zijn. De prijs komt namelijk tot stand door te onderhandelen en hoeft dus niet gelijk te zijn aan de waarde die iemand aan een object toekent. Denk maar weer aan het flesje water. Als een koper bereid is dat flesje voor veertig cent te kopen, betekent dit dat hij er minimaal een waarde van veertig cent aan toekent. Zo niet, dan zou hij dat flesje wel laten staan.



Met dank aan Geert Slopsema  
Register Valuator bij Solid Valuation