7DTV INSIGHTS #1

# Bedrijfsverkoop

Een systematische analyse van 219 gesprekken op 7DTV over het verkopen van een bedrijf. Wat ondernemers meemaakten, wat experts adviseren, en wat de patronen zijn als je ze naast elkaar legt.

## Inhoudsopgave


| | | | |
|---|---|---|---|
| Voorwoord | 0 | De patronen | 6 |
| Verantwoording | 1 | De verhalen | 7 |
| Dit rapport in 60 seconden | 2 | Wat ze achteraf anders zouden doen | 8 |
| De cijfers | 3 | Tegenstemmen en mythes | 9 |
| Antwoorden uit 219 gesprekken | 4 | De lessen | 10 |
| De emotionele realiteit | 5 | Scorecard | 11 |
| De reis van de verkoop | 6 | Alle gesprekken | 12 |

VOORWOORD



Wat als we de meer dan 1200 gesprekken op 7DTV door AI laten analyseren op een specifiek thema? Geen enquete, geen panel, geen onderzoek, maar echte gesprekken systematisch geanalyseerd door AI.

In meer dan 200 gesprekken bleek het verkopen van je bedrijf het hoofdonderwerp, of werd het expliciet besproken. En daarom is dit het eerste thema geworden van de eerste 7DTV Insight.

En wat eruit kwam verraste me.

De taalmodellen kwamen met een nieuwe term: Exit-identiteit, emotie is een belangrijker aspect dan we denken en nog een mooi inzicht: De beste voorbereiding op de verkoop is een bedrijf bouwen dat je eigenlijk niet wil verkopen.

**Ronnie Overgoor**
Oprichter en host 7DTV
ronnie@7dtv.nl

## Exit-identiteit

Na de verkoop heb je alles. Geld, vrijheid, tijd. Behalve het antwoord op de vraag die niemand stelde: wie ben je nu?

HOOFDSTUK 1

# Verantwoording

Hoe dit rapport tot stand is gekomen, wat het wel en niet is, en waarom het er is.

---

## De aanleiding

Over bedrijfsverkoop wordt veel geschreven. Door adviseurs, door advocaten, door accountants. Ze schrijven over processen, waarderingen en juridische structuren. Wat vaak ontbreekt is het perspectief van de ondernemer zelf. Wat gebeurt er werkelijk als je het bedrijf verkoopt dat je hebt opgebouwd? Niet het proces, maar de ervaring. Niet de theorie, maar de praktijk.

Er bestaan geen datasets van ondernemers die openhartig vertellen over hun verkoopervaring. Enquetes leveren sociaal wenselijke antwoorden op. Casestudies behandelen de uitzonderingen. En de meeste ondernemers praten er niet over, omdat het te persoonlijk is of omdat geheimhoudingsclausules dat verhinderen.

7DTV heeft iets wat niemand anders heeft: 1.270 uitgebreide videogesprekken met Nederlandse ondernemers. Niet geenqueteerd, niet gescript. Ondernemers die in een studio vertellen wat er werkelijk gebeurde. In 219 van die gesprekken gaat het over bedrijfsverkoop, als hoofdonderwerp of relevant zijthema. Dit rapport analyseert die gesprekken systematisch.

## Doelstelling

Dit rapport wil ondernemers die nadenken over de verkoop van hun bedrijf een eerlijk beeld geven van wat hen te wachten staat. Niet vanuit de theorie, maar vanuit de ervaringen van ondernemers die het al deden. Wat gaat er goed, wat gaat er mis, wat had iedereen willen weten voordat ze begonnen? En voor de ondernemer die er nog niet over nadenkt: wat kun je nu al doen om je bedrijf verkoopklaar te maken, zelfs als dat moment nog jaren weg is?

## Wat dit rapport is

Een systematische analyse van 219 gesprekken op 7DTV waarin bedrijfsverkoop een hoofdonderwerp of relevant zijthema is. In 100 daarvan is verkoop het centrale onderwerp. De overige 119 bevatten relevante ervaringen of adviezen over verkoop als onderdeel van een breder gesprek. Elke uitspraak is door AI gecodeerd op patronen, frequenties en contradicties. Geen selectie vooraf, geen redacteur die bepaalt wat belangrijk is.

## Wat dit rapport niet is

Dit is geen representatief marktonderzoek. Er is geen steekproef getrokken, geen responsrate berekend, geen statistische significantie getoetst. De ondernemers in dit rapport zijn gasten van 7DTV. Ze zijn niet willekeurig geselecteerd. Ze zijn ondernemers die bereid waren hun verhaal te vertellen. Dat maakt de data rijker dan een enquete, maar ook beperkter dan een wetenschappelijk onderzoek. Waar wij percentages noemen, gelden die voor deze 219 gesprekken, niet voor alle Nederlandse ondernemers.

Bedrijfsnamen en functietitels in dit rapport weerspiegelen de situatie ten tijde van de opname. Inmiddels kunnen rollen, eigenaarschap of bedrijfsnamen zijn veranderd.

## De centrale vraag

### Wat leren we als we 219 ondernemers en experts die over bedrijfsverkoop praatten naast elkaar leggen?

Deelvragen:

- Welke ervaringen en adviezen komen structureel terug, onafhankelijk van branche of bedrijfsgrootte?
- Waar spreken ondernemers en experts elkaar tegen, en wat zegt dat?
- Wat is de emotionele realiteit van een bedrijfsverkoop die niet in de vakliteratuur staat?
- Welke veelgehoorde aannames over bedrijfsverkoop worden door deze gesprekken genuanceerd?

## Methodologie

Alle 1.270 7DTV-gesprekken zijn getranscribeerd met OpenAI Whisper en vervolgens geanalyseerd door Claude Sonnet op 22 velden: van branche en bedrijfsomvang tot emotionele lading, concrete cijfers en letterlijke quotes. De 100 gesprekken waarin bedrijfsverkoop het centrale onderwerp is,

plus 119 gesprekken met relevante ervaringen of adviezen, vormen samen de 219 gesprekken die de basis zijn van dit rapport.

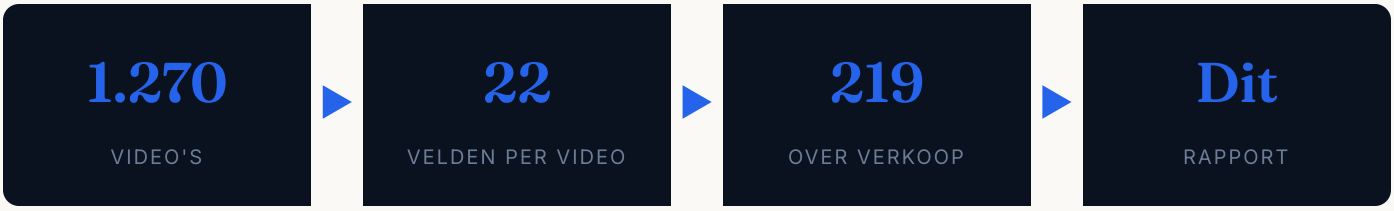
De data is mensenwerk. De analyse is AI. De redactie is van 7DTV.

### Disclaimer

Aan dit rapport kunnen geen rechten worden ontleend. De inhoud is met zorg samengesteld op basis van AI-analyse van videogesprekken, maar is geen vervanging voor professioneel advies bij een bedrijfsverkoop. 7DTV is niet aansprakelijk voor beslissingen die op basis van dit rapport worden genomen. Citaten zijn naar beste vermogen herleidbaar tot de oorspronkelijke gesprekken; mochten er onjuistheden in staan, stuur dan een berichtje naar redactie@7dtv.nl.

HOE DIT RAPPORT IS GEMAAKT

## Van 1.270 video's naar dit rapport




Whisper transcriptie → Claude Sonnet extractie (22 velden) → Haiku classificatie → Redactie 7DTV

HOOFDSTUK 2

# Dit rapport in 10 findings

De kernpunten voor wie weinig tijd heeft.

📊 **4-7x EBITDA**

Meest gangbare multiple bij bedrijfsverkoop in Nederland

😔 **39% diep emotioneel**

Verkoopproces scoort gemiddeld 3.23 / 5 op emotionele lading (1=zakelijk, 5=emotioneel)

⏰ **5 jaar is te vroeg**

De sweet spot voor verkoop ligt rond 10 jaar ondernemen

💰 **45% verkoopt aan PE**

Private equity is de meest voorkomende koper

🧠 **Exit-identiteit**

Ondernemers verliezen niet hun bedrijf maar zichzelf

✅ **De beste voorbereiding op verkoop**

Is een bedrijf bouwen dat je eigenlijk niet wilt verkopen.

🔁 **99 van 100 begint opnieuw**

Echte ondernemers stoppen niet na hun exit, ze starten weer

🤝 **Eén partij is geen partij**

Zonder concurrentie aan koperskant beweegt er niets

💔 **De klik beslist**

Persoonlijke match weegt even zwaar als financiële condities

⏳ **5-9 maanden traject**

65% van de verkopen rondt binnen die periode af

HOOFDSTUK 3

# De cijfers

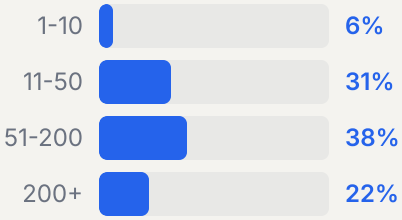
Alle cijfers die we uit 219 gesprekken hebben kunnen destilleren. Hoe groot zijn de bedrijven, hoeveel zetten ze om, hoe lang duurt het verkoopproces en wat zijn ze waard?

HET BEDRIJF

## Hoe groot zijn de bedrijven die verkocht worden?

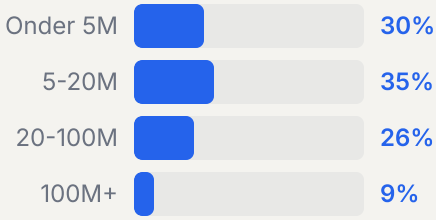
### BEDRIJFSGROOTTE (MEDEWERKERS)

44 ondernemers noemden hun aantal medewerkers bij verkoop




### OMZET BIJ VERKOOP

23 ondernemers noemden hun omzet

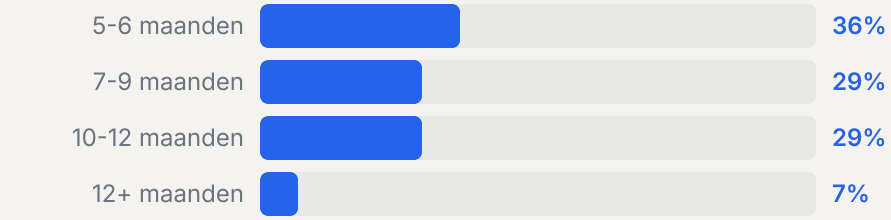



HET PROCES

## Hoe lang duurt het?

DUUR VERKOOPPROCES

14 ondernemers noemden expliciet hoe lang hun traject duurde




DE WAARDERING

## Wat is je bedrijf waard?

**4-7x**
Meest gangbare multiple (NL)

**3-10x**
Volledige range MKB-plus

**6-9x**
ERP-software sector

**+1-3x**
Extra in VS vs Europa

> *"De verkoopopbrengst is maar een klein deel van de totale vermogensopbouw van een ondernemer."*
> Tom Beltman (Marktlink)

> *"Heb realistische verwachtingen over waardering. Te hoge verwachtingen zijn de grootste valkuil."*
> Tim van der Meer (Marktlink, 500+ transacties)

**45%** van NL ondernemers
weet niet wat bedrijf waard is

**10-30%** meer waarde
door goede voorbereiding

**22%** van NL ondernemers
voelt zich ondergewaardeerd

Concrete verkoopprijzen uit onze gesprekken: Fox-IT voor 133 miljoen (Ronald Prins), NLE voor 200 miljoen (Harald Swinkels), Drukwerkdeal voor 24 miljoen (Marco Aarnink), New York Pizza voor 145 miljoen (Philippe Vorst).

WIST JE DAT

De ondernemers op 7DTV die verkochten hebben gemiddeld 60 medewerkers. Niet 10, niet 500.

WIST JE DAT

53% wordt investeerder na de exit. Ze stoppen niet, ze wisselen van stoel.

WIST JE DAT

Horeca-ondernemers zijn het meest trots na verkoop: 75%. Tech: 60%.

HOOFDSTUK 4

# Antwoorden uit 219 gesprekken

We stelden de vragen die elke ondernemer heeft en lieten AI de antwoorden zoeken in 219 gesprekken. Dit is wat eruit kwam.

VRAAG 1

## Wat weten we over de kopers?

**Wie het hoogste biedt, wint niet vanzelf.** Tim van der Meer, die bij Marktlink meer dan vijfhonderd transacties begeleidde, ziet het patroon keer op keer: de uiteindelijke koper is zelden de partij met het scherpste bod. Mark Bos, die zijn motorkledingketen verkocht, ontdekte dat strategische kopers structureel hoger bieden dan financiële investeerders, simpelweg omdat een bedrijf voor hen méér waard is dan een rendement op kapitaal. Tom van Iperen koos bij de verkoop van Stiva Metaal Groep bewust niet voor het hoogste bod, maar voor de partij die zijn medewerkers de beste toekomst kon bieden. Janneke Niessen, oprichter van Improve Digital, leerde dat de klik met de koper geen detail is maar een dealbreaker: vertrouwen weegt zwaarder dan condities. Henk Lever en Hans de Vet van EFKA bevestigen het patroon. Persoonlijk contact telt even zwaar als de cijfers. **De rode draad: geld bepaalt de prijs, niet de keuze.**

VRAAG 2

## Na hoeveel jaar verkoop je je bedrijf?

**Er is geen ideale leeftijd, alleen patronen.** In onze gesprekken varieert de bedrijfsleeftijd bij verkoop van vijf tot eenendertig jaar, met het zwaartepunt rond de twintig. Marcel van der Heijden, die zijn Facebook-bureau Plant FWD na vier jaar en acht maanden verkocht aan Waterland, vat zijn eigen spijt droog samen: "Vijf jaar is te vroeg en vijftien jaar is te laat."

Harrie Kuipers van designbureau Osage deed het anders en plande zijn exit letterlijk tien jaar vooruit. Frank Troost ziet bij Marktlink dat verkopers die op tijd beginnen consequent een betere uitkomst hebben. "Begin op tijd. En dat begint met misschien wel thuis gewoon wat vaker het gesprek aan gaan." **De sweet spot ligt rond tien jaar. Wie pas begint als het bod op tafel ligt, is al te laat.**

---

VRAAG 3

## De earn-out: doen of niet?

**De earn-out is de tweede deal.** Bij veel verkopen blijft de ondernemer nog twee tot vijf jaar verbonden aan zijn bedrijf via een prestatie-gebonden uitkering. Het klinkt logisch, in de praktijk zit het vol valkuilen. Manon van Essen van pizzamerk Magioni geeft toe dat ze achteraf naïef was, had ze het opnieuw moeten doen dan was ze de earn-out anders ingegaan. Christian van Gils van Cubic Eyes deed bewust een tweetraps-traject en koos voor risicospreiding boven maximale opbrengst. Klaas Weima van Energize ziet zijn earn-out als een tweede gok, eentje die hij hoopt te winnen om vervolgens weer in nieuwe avonturen te steken. **Wie de earn-out doorgrondt, krijgt twee kansen. Wie hem onderschat, krijgt een tweede risico.**

---

VRAAG 4

## Heb je een adviseur nodig?

**Verkopen is een vak, geen hobby.** Aan de andere kant van de tafel zit doorgaans een professional met tientallen deals op de teller, terwijl jij er hoogstwaarschijnlijk een doet. Daphne van Boxtel, M&A-jurist bij Rutgers & Posch, hoort het kostenargument vaak terug en wijst er steeds op dat een goed advies zichzelf bewezen terugverdient. Marcel Broersma van Peak Value benadrukt dat het simpelweg een vak is. Philippe Vorst van New York Pizza herinnert zich vooral de hoeveelheid: een vendor due diligence, een corporate finance adviseur, een batterij aan advocaten, allemaal dingen waar hij vooraf nog nooit van had gehoord. **Wie niet weet wat hij niet weet, mist het verschil tussen een dure les en een goede deal.**

---

VRAAG 5

## Hoe overleef je de due diligence?

**In de due diligence wordt elk blad omgedraaid.** Tim van der Meer van Marktlink vat het bondig samen: "Het is gewoon met de billen bloot, volledig. Anders gaat zo'n deal sowieso niet gebeuren." Christine Huisman, jurist bij Marktlink, waarschuwt dat alle informatie die je in de dataroom deelt vanaf dat moment bekend is bij de koper en dat er na de notaris geen discussie meer over kan ontstaan. Christian van Gils van Cubic Eyes leerde dat de tijd om de dataroom klaar te zetten niet begint als de gesprekken serieus worden, maar ruim daarvoor. **Wie vooraf opruimt, hoeft achteraf niets uit te leggen.**

---

VRAAG 6

## Hoe onderhandel je?

**Één partij is geen partij.** Harrie Kuipers van Osage formuleert daarmee de eerste regel van een succesvolle onderhandeling: zonder concurrentie aan koperskant beweegt er niets. Martijn van der Hoeden, die met No Monkey Business ondernemers door hun exit leidt, herinnert eraan dat een bedrijf maar één keer te verkopen is, dus de beste versie moet op tafel liggen. Christine Huisman benadrukt het mentale verschil tussen ruzie en onderhandeling, hoe de toon van het gesprek de uitkomst stuurt. Janneke Niessen sloot haar onderhandeling bij Improve Digital af met een externe partij, omdat ze zelf te persoonlijk in de deal zat. **Onderhandelen is geen ruzie. Het is een spel waarvoor je beter een speler kunt inhuren.**

HOOFDSTUK 5

# De emotionele realiteit

Bedrijfsverkoop is geen zakelijke transactie. Het is een van de meest emotionele gebeurtenissen in het leven van een ondernemer. Dat blijkt uit de gesprekken op 7DTV.

We scoorden de emotionele lading van alle 219 gesprekken. Het resultaat: bedrijfsverkoop is voor veel ondernemers een emotionele ervaring.

Puur zakelijk — Diep emotioneel

Gemiddelde score: **3.23 / 5**. Elk gesprek individueel gescoord door AI op een schaal van 1 (puur zakelijk) tot 5 (diep emotioneel). 39% scoort 4 of 5.

> *"Je verkoopt jezelf. Als jij als ondernemer je eigen bedrijf bent begonnen, dan ben je jezelf aan het verkopen."*
>
> Annemarie van Gaal

> *"Alles valt gewoon weg. Je bedrijf, je familie zo'n beetje, de mensen waar je mee werkt, waar je dat heel lang mee hebt gedaan."*
>
> Martijn van der Hoeden (No Monkey Business)

> *"Ik zie een onderneming als je kindje. En dat je met heel veel passie en zorg groot probeert te maken."*
>
> Marcel Broersma (Peak Value)

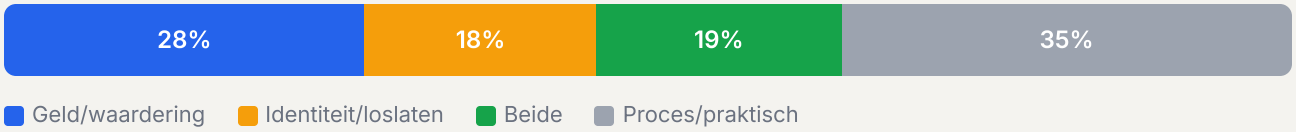
> *"Het eerste wat mij gebeurd is, is dat ik gewoon toch wel geëmotioneerd afscheid nam."*
>
> Marcel Broersma (Peak Value)

> *"Ik zou het heel mooi vinden, emotioneel gezien, als het door kan naar de vijfde generatie."*
>
> Henk-Jan van Maanen (Bakker van Maanen)

> *"Voor die exit dacht ik echt: als ik die exit heb is mijn leven klaar. En nu heb ik dat gedaan. En het is ook wel... ja."*
>
> Thijs Verheul (United Wardrobe)

### WAAR GAAT HET GESPREK OVER?

Als ondernemers over bedrijfsverkoop praten, gaat het verrassend vaak niet over geld. In 18% van de gesprekken is identiteit het hoofdthema: wie ben ik zonder mijn bedrijf?

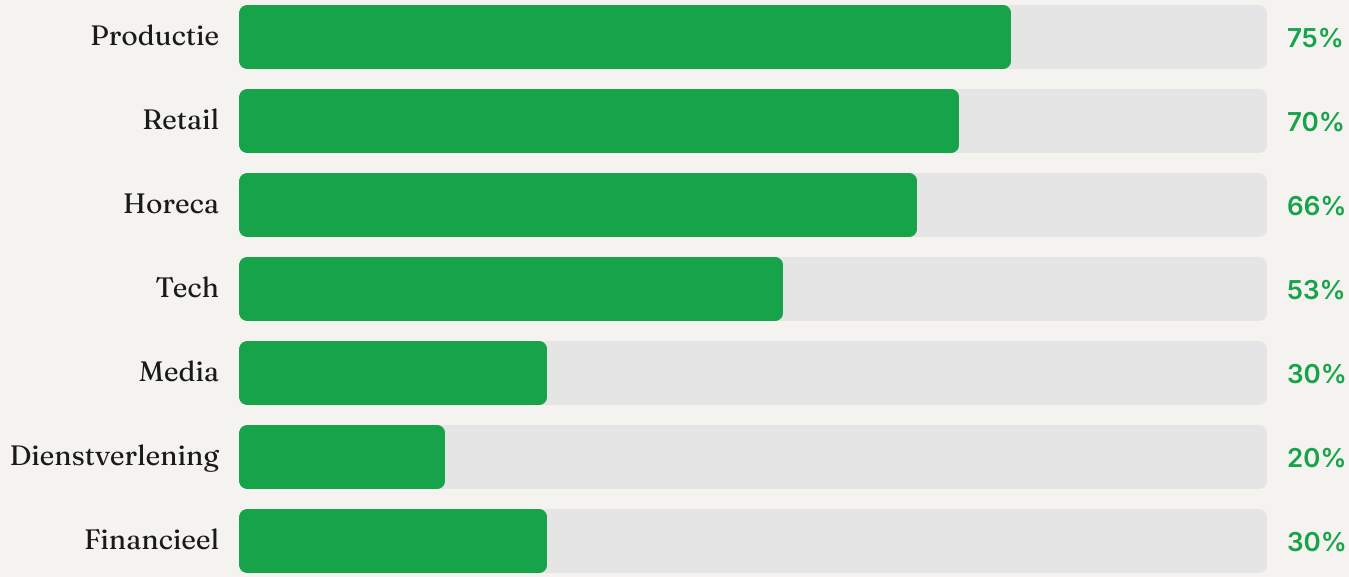


PER BRANCHE

## De emotiebarometer per sector

Klik op een emotie en zie hoe die verdeeld is over de branches.

Trots | Enthousiast | Nuchter | Nostalgisch | Onzeker | Opgelucht




Productie en retail zijn het meest trots na verkoop. Dienstverlening het minst.

# 51%

Meer dan de helft van alle ondernemers die hun bedrijf verkochten noemt achteraf iets dat ze anders zouden doen.

# 3.4

Op een schaal van 1 tot 5 scoort bedrijfsverkoop gemiddeld 3.4 op emotionele intensiteit. Dit is geen zakelijke transactie.

# 0

Het aantal ondernemers in 219 gesprekken dat zegt: ik ben gestopt met ondernemen en het bevalt prima.

HOOFDSTUK 6

# De reis van de verkoop

Van de eerste gedachte tot het leven erna. Vijf fases, verteld door de ondernemers die het meemaakten.

WAAROM ONDERNEMERS VERKOPEN

## De trigger is zelden geld. Het is moeheid, een bod dat je niet verwachtte, of het besef dat het genoeg is geweest.

Thomas Riedijk had het goed voor elkaar bij Business Forensics. Het bedrijf dat software levert voor het detecteren van financiële criminaliteit bij banken had een omzet van drie miljoen euro en 25 medewerkers. Toch besloot hij tot verkoop. "Mijn laatste medeoprichter wilde uitstappen en we stonden voor een grote technologie-migratie," legt Riedijk uit. Het was een strategische keuze op het juiste moment. Voor Jordy Kool van Infotheek lag het anders. Na een diagnose van auto-immuunziektes en een tumor moest hij erkennen dat zijn alles-of-niets mentaliteit niet meer vol te houden was. "Ik ben iemand die of aan of uit staat, er zit eigenlijk niks tussenin," vertelt Kool. "Dat aanstaan en 200% geven werd steeds lastiger." Ook Harald Swinkels van energiebedrijf NLE koos bewust voor de exit na twaalf jaar. Wat deze verhalen gemeen hebben is timing. Ondernemers verkopen niet uit nood, maar omdat ze een kans zien of een persoonlijke grens bereiken.

HET DUBBELLEVEN

## Tijdens het verkoopproces mag je niets zeggen. Niet tegen je team, niet tegen je klanten. Je draait mee alsof er niks aan de hand is.

Christian van Gils hield het verkoopproces van zijn vastgoedsoftwarebedrijf Cubic Eyes bewust klein. "Het was eigenlijk een heel compact familiebedrijf," vertelt hij. "Mijn vrouw en mijn zoon

wisten ervan, meer niet." Die geheimhouding is typerend voor bedrijfsverkopen. Manon van Essen van pizzamerk Magioni omschrijft die periode als "vreselijk". Negen maanden lang speelde zich achter de schermen een intensief proces af terwijl het bedrijf gewoon doorliep. "We waren gewoon lekker aan het bakken en hard aan het groeien, terwijl grote partijen onder ons begonnen te vechten," aldus Van Essen. Harrie Kuipers van designbureau Osage heeft spijt van de late communicatie naar zijn medewerkers. "We hebben te lang gewacht met communiceren over het verkoopproces," erkent Kuipers. Het dubbelleven dat ondernemers tijdens een verkoop leiden, vraagt een mentale tol die vaak wordt onderschat.

---

HET MOMENT VAN DE DEAL

## Maanden van voorbereiding, due diligence, onderhandeling. En dan is het zover.

"Het moment zelf is heel onwerkelijk," vertelt Thomas Riedijk van Business Forensics over de dag waarop hij zijn handtekening zette. "Je hebt er maanden naartoe geleefd en verwacht een climax, maar je bent nog gewoon met dezelfde mensen." Harald Swinkels herinnert zich vooral het gevoel de dag na de deal. "Toen ik de volgende dag naar kantoor reed, had ik een soort dubbel gevoel," zegt Swinkels, die NLE voor 200 miljoen euro verkocht. "Een beetje weemoedig, maar aan de andere kant voelde het ook goed omdat we wisten dat dit het juiste moment was." Voor Tom van Yperen van Stiva Metaal Groep was het vooral opluchting. Na spanningen tussen de vier aandeelhouders bracht de verkoop aan Think2Act rust. "De taak van de directie is continuïteit waarborgen voor de komende tien tot twintig jaar," stelt Van Yperen. "Dat was onze job." De werkelijkheid van het deal-moment valt vaak tegen bij de verwachtingen die ondernemers koesteren.

---

HET GEVOEL NA DE VERKOOP

## Vrijheid, opluchting, en dan de stilte. Wie ben je als je geen ondernemer meer bent?

Martijn van der Hoeden dacht na de verkoop van Assistance Software aan Unit4 eindelijk vrij te zijn. "Het is fantastisch als je fuck you money op de bank hebt staan," zegt Van der Hoeden. "Dan

kun je doen wat je wilt." Maar die vrijheid viel tegen. Drie jaar lang "freewheelde" hij, zoals hij het zelf noemt, maar het gemis van structuur en doel begon te knagen. "Zonder werk geen vrije tijd," ontdekte hij. Marcel Broersma vergelijkt zijn bedrijf na de verkoop met "je kindje dat je met veel passie groot hebt gebracht". De identiteitscrisis die volgt is heftig. Voor Van der Hoeden leidde het zelfs tot depressie omdat zijn hele netwerk en identiteit wegvielen. "Leuke dingen doen is voor mij echt ondernemen," erkent hij. Harald Swinkels voelde zich onwennig na de verkoop van NLE, ondanks het succes. Het wegvallen van de dagelijkse drive en verantwoordelijkheid raakt ondernemers dieper dan ze verwachten.

---

EN DAN?

## Bijna niemand stopt. De vraag is niet of ze opnieuw beginnen, maar wanneer.

Pieter Schoen wist meteen wat hij wilde na de verkoop van zijn energiebedrijf. "Geld moet zweten, geld moet geld maken," stelt hij. Via Shoe Investments belegt hij nu in meer dan vijftig scale-ups. "Investeren in andere ondernemers vind ik nog leuker dan zelf ondernemen." Mark Bos koos na de verkoop van zijn motorkledingketen voor een buy-and-build strategie in de reclamebranches. Frank Troost van Marktlink ziet dit patroon vaak. "Het zijn echte ondernemers, dat zit in hun bloed," legt hij uit. "Ze beginnen weer een nieuw bedrijf." Ruud Stelder bleef na de verkoop van SEO Shop aan bij nieuwe eigenaar Lightspeed om de Europese expansie te leiden. Voor Martijn van der Hoeden werd duidelijk dat stilzitten geen optie was. Na drie jaar "freewheelen" startte hij No Monkey Business om andere ondernemers te begeleiden bij hun exit. Het ondernemerschap blijkt een onuitroeibare eigenschap die geld en vrijheid niet kunnen vervangen.

---

HOOFDSTUK 7

# De verhalen

Achter elk cijfer zitten mensen. Dit zijn de ondernemers die het meemaakten.

---

### Victor Knaap (Monks)

Victor Knaap startte MediaMonks met vrienden in een garage als digitaal productiebedrijf voor reclamebureaus. Door internationale expansie en slimme timing groeide het uit tot een wereldwijd bedrijf. Na private equity volgde verkoop aan S4 Capital voor 300 miljoen, waarna het Monks werd: 7.000 medewerkers in 34 landen. Nu staat het bedrijf voor de grootste uitdaging tot nu toe, namelijk AI die alle eindproducten van tekst tot video disrupt. "Als je op alle onderdelen gedisrupt wordt, wat ga je dan doen? Ik heb alles weer leeggegooid en ik ben weer 100% geobsedeerd met werk."

---

### Mark Bos (Signmeesters)

Mark Bos stapte op 22-jarige leeftijd in het noodlijdende motorkledingbedrijf van zijn vader, dat al vijf jaar verlies draaide. Door YouTube-video's en productreviews trokken ze van de ene op de andere dag klanten en groeide het bedrijf uit tot acht winkels en honderd medewerkers. In 2018 verkocht hij aan een strategische partij en bleef nog twee jaar als ondernemer betrokken bij de nieuwe constructie. Nu investeert hij via een buy-and-build strategie in de signing sector. "We hoeven die taart niet in z'n eentje op te eten. Er is altijd ruimte voor goede concurrenten en die houden je ook scherp."

---

## Tom van Iperen (Stiva Metaal Groep)

Tom van Iperen begon op zijn zeventiende als monteur bij meneer Stiva en werd op zijn 24e ondernemer toen zijn mentor een opvolger zocht. Samen met compagnons bouwde hij het bedrijf uit tot 130 medewerkers en 20 miljoen omzet. Na twintig jaar ontstonden spanningen tussen de vier aandeelhouders door verschillende ontwikkelingssnelheden. Om continuïteit te waarborgen kozen ze bewust voor verkoop aan Think2Act, waarbij jonge talenten de leiding overnamen. Tom bleef actief in het bedrijf maar gaf de dagelijkse leiding over aan de nieuwe generatie. "De taak van de directie is om de continuïteit van het bedrijf de komende 10-20 jaar te waarborgen. Dat is de job die we hebben."

---

## Manon van Essen (Magioni)

Manon van Essen begon met Handwriter, een app voor digitaal handschrift, die ze kleinschalig verkocht. Daarna startte ze Magioni, een groentepizza-bedrijf dat een nieuwe markt voor groenteverwerkte producten creëerde. Na drie jaar verkocht ze aan Dr. Oetker, maar door corona werden de groeiplannen niet gehaald en ging een deel van de earn-out verloren. Het keerpunt kwam toen haar zoontje met zes maanden te vroeg werd geboren en op de intensive care lag. Terwijl haar kind tussen leven en dood zweefde, bleef ze zakelijke gesprekken voeren. Het deed haar beseffen dat geld nooit belangrijker mag zijn dan familie. "Toen heb ik de telefoon opgenomen. Toen heb ik gezegd, maakt niet uit wat het kost. Ik heb andere prio's."

---

## Arthur Dontje (Dobla)

Arthur Dontje nam op 22-jarige leeftijd het familiebedrijf Dobla over van zijn ouders, die begonnen waren als bakkers. Na het overlijden van zijn vader in 1988 en een brand in 1991 moest hij het bedrijf heropbouwen. Hij analyseerde de markt grondig en zag dat veel bakkers zouden stoppen, wat hem ertoe bracht internationale expansie na te streven. Via België en Amerika bouwde hij een chocoladedecoratiebedrijf op dat uiteindelijk in 63 landen actief werd. In 2010 begon hij voorzichtig met de verkoopvoorbereiding, in 2018 verkocht hij het bedrijf na een uitgebreid proces met 54 geïnteresseerde kopers aan Carlyle. "Ik ben er echt van mening dat mijn beste investeringen worden gemaakt door de ondernemer en niet door het plan."

---

## Marcel Van der Heijden (Plant FWD)

Marcel startte in 2010 op 27-jarige leeftijd met zijn beste vriend een Facebook-bureau. Ze groeiden van twee naar zeventig medewerkers en tien miljoen euro omzet. Na vier jaar en acht maanden verkochten ze aan private equity partij Waterland, die het bureau onderdeel maakte van Debt. Marcel werd commercieel directeur maar merkte dat zijn ondernemerschap steeds meer verdween binnen de grote organisatie. In 2019 stapte hij uit, overtuigd dat hij te vroeg had verkocht. "Verkoop niet te vroeg. Vijf jaar is te vroeg en vijftien jaar is te laat. Het optimum zal wel ergens rond de tien jaar liggen."

---

## Ruud Stelder (Lightspeed)

Ruud Stelder startte rond 2007 SEOshop vanuit zijn eigen ervaring met internationale webwinkels voor elektronische sigaretten. Hij ontwikkelde een software-as-a-service platform waarmee retailers eenvoudig internationale webwinkels konden openen. Na groei door Europa en interesse van investeerders verkocht hij het bedrijf in 2015 aan het Canadese Lightspeed. Nu leidt hij als directeur e-commerce de Europese operaties van Lightspeed, dat wereldwijd 50.000 bedrijven bedient met een omnichannel platform dat online en offline retail combineert. "Een ondernemer zou zich eigenlijk niet druk moeten maken over de software. Als de experience goed is, gaat het goed."

DRIE ARCHETYPES

# Welk type verkoper ben jij?

Uit 219 gesprekken destilleren we drie herkenbare profielen. Geen ondernemer past perfect in een hokje, maar iedereen herkent er een.

🎯

## De Planner

32 van 100 ondernemers

Begint jaren van tevoren. Maakt het bedrijf systematisch onafhankelijk. Kiest de koper op cultuurmatch, niet op prijs. Heeft een plan voor de dag erna.

*'Op 1 januari 2024 willen we stoppen met z'n drieen. En dat is letterlijk wat gebeurde.' - Harrie Kuipers*

⚡

## De Springer

17 van 100 ondernemers

Ziet een kans en springt. Verkoopt omdat er een koper klaarstaat, niet omdat het plan af is. Snel, intuïtief, soms briljant, soms te vroeg.

*'Er gaat iets groots gebeuren in je leven en dit is het.' - Manon van Essen*

🤔

## De Twijfelaar

4 van 100 ondernemers

Verkoopt en heeft er spijt van. Had nog energie, had nog ambitie. Het geld compenseert niet wat ze kwijtraakten: hun identiteit.

*'Vijf jaar is te vroeg. Ik heb het te vroeg verkocht, zakelijk en prive.' - Marcel van der Heijden*

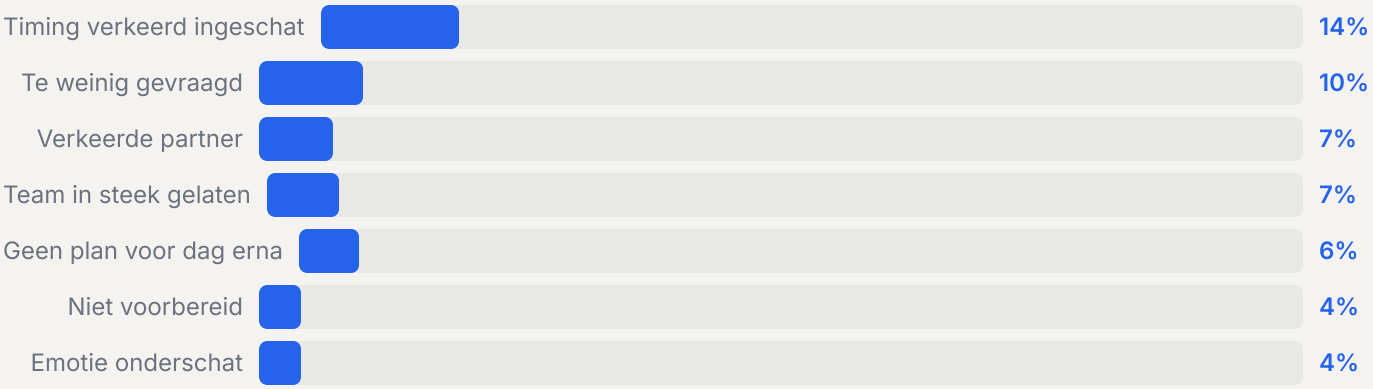
HOOFDSTUK 8

# Wat ze achteraf anders zouden doen

51% van de ondernemers noemt achteraf iets dat ze anders zouden aanpakken. Dit is wat ze zeggen.

ALS ZE TERUGKIJKEN

## De zeven meest genoemde verbeterpunten



IN HUN EIGEN WOORDEN

## 'Had ik maar...'

De vijf meest gehoorde zinnen die beginnen met spijt. Niet uit een enquete, maar spontaan verteld in de studio.

*'Had ik maar later verkocht. Ik snapte niet hoeveel waarde er nog in zat.'*

14 van 100 ondernemers noemt timing als grootste spijt

*'Had ik maar beter onderhandeld. We hebben te weinig gevraagd.'*

10% noemt 'waarde onderschat' als spijt

*'Had ik maar eerlijk kunnen zijn naar mijn team.'*

7% noemt de geheimhouding als zwaarste deel van het proces

*'Had ik maar beter gekozen. De koper paste niet bij ons.'*

7% noemt de verkeerde koper als spijt

*'Had ik maar geweten wat ik na de verkoop zou gaan doen.'*

6% had geen plan voor de dag erna

HOOFDSTUK 9

# Tegenstemmen en mythes

Niet iedereen vertelt hetzelfde verhaal. En niet alles wat je denkt te weten klopt.

---

~~Je bedrijf verkopen maakt je gelukkig~~

Het is maar één dag leuk, daarna heb je vaak een identiteitscrisis. De echte voldoening zat in het ondernemerschap zelf, niet in de uitbetaling. Janneke Niessen, Arthur Dontje en Martijn van der Hoeden beschrijven allemaal de leegte na verkoop ondanks financieel succes.

~~Ondernemers stoppen na hun exit~~

99 van de 100 ondernemers gaan weer ondernemen omdat het in hun DNA zit. Stilzitten is geen optie voor echte ondernemers. Tim van der Meer en Harald Swinkels bevestigen dat echte ondernemers gewoon niet kunnen stoppen met ondernemen.

~~Je hebt een perfect businessplan nodig voor succes~~

Investeerders kijken naar de ondernemer, niet naar het plan. Plannen veranderen, ondernemers maken het verschil. Pieter Schoen en Arthur Dontje stellen: 'De beste investeringen worden gemaakt door de ondernemer, niet door het plan'.

~~Grote bedrijven hebben altijd voordeel~~

Snelheid verslaat grootte in de moderne economie. Snelle vissen eten langzame vissen op, ongeacht de grootte. Chris Hall en Michiel Muller tonen aan dat startups grote spelers kunnen verslaan door snelheid van beslissen en uitvoeren.

TEGENSTEMMEN

# Waar ze het oneens zijn

### Timing van bedrijfsverkoop

*Philippe Vorst en Marco Aarnink pleiten voor vroege verkoop vanwege zekerheid en risico-aversie.*

vs

*Marcel van der Heijden en Arthur Dontje adviseren wachten tot je 10+ jaar bezig bent voor maximale waardecreatie.*

### Private equity als partner

*Tim van der Meer en Henk van Koeveringe zien PE als onterecht slecht beoordeeld - ze brengen expertise en kapitaal.*

vs

*Jan Baan en Victor Knaap beweren dat PE het ondernemerschap doodt door bureaucratie en korte termijn focus.*

### Nederlandse bescheidenheid

*Tom van Iperen verdedigt bescheidenheid als authentiek Nederlands en deel van onze bedrijfscultuur.*

vs

*Chris Hall en Janneke Niessen zien bescheidenheid als funest voor internationale zaken en waardering.*

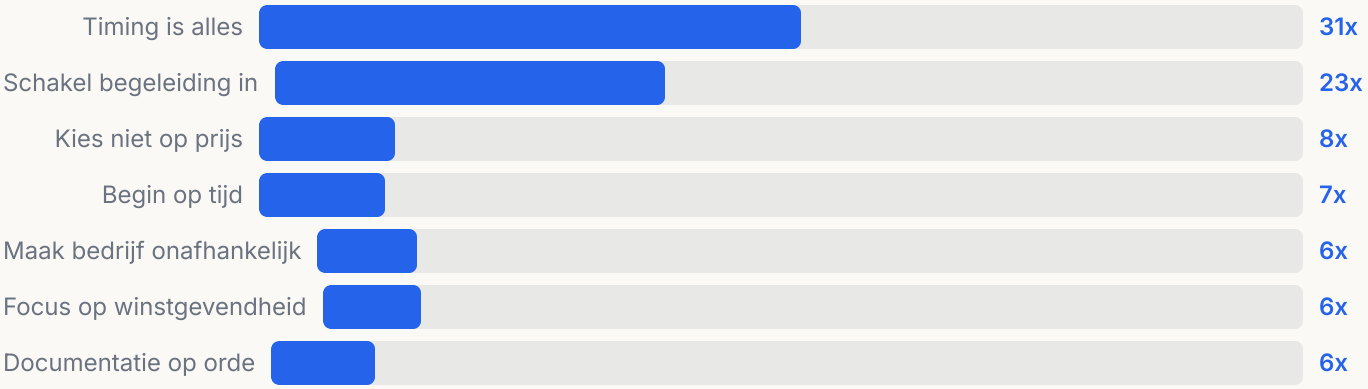
HOOFDSTUK 10

# De lessen

Wat adviseren ondernemers en experts die het meemaakten? Gedestilleerd uit 595 lessen in 219 gesprekken.

TOP ADVIEZEN

## De 7 meest gegeven adviezen, gerankt op frequentie



DE CHECKLIST

# De beste voorbereiding op verkoop is een bedrijf bouwen dat je eigenlijk niet wilt verkopen.

Geen theorie, alleen wat ondernemers en experts vanuit hun ervaring aanbevelen. Elk punt komt bij meerdere gasten terug.

### Bouw aan je team

01

Het vaakst genoemde advies. Niet omdat het voor de hand ligt, maar omdat het de meeste ondernemers te laat doorhebben.

### Ken je cijfers

02

Ken je cijfers tot in detail. Niet alleen je omzet en winst, maar àlle cijfers. Van personeelskosten tot IT, van de hoogte van je werkkapitaal tot je marge op inkoop.

### Diversifieer je klanten

03

Als 40% van je omzet van een klant komt, ben je niet aantrekkelijk voor een koper. En kwetsbaar zonder verkoop.

### Zoek begeleiding, ook zonder verkoopplan

04

De experts zijn unaniem: laat iemand van buiten naar je bedrijf kijken. Niet om te verkopen, maar om te zien wat een buitenstaander ziet.

### Praat er thuis over

05

Een bedrijfsverkoop raakt niet alleen jou, maar ook je partner, je gezin, je dagelijks leven. Begin dat gesprek jaren van tevoren, niet wanneer de LOI op tafel ligt.

### Regel je juridische basis

06

Contracten met klanten, medewerkers, leveranciers. IP-rechten. Aandeelhoudersovereenkomsten. Dingen die je nu kunt regelen en die straks maanden schelen.

HET BELANGRIJKSTE ADVIES

07

### Maak jezelf overbodig

Het advies dat het minst vaak wordt gegeven maar het zwaarst weegt. Als jij het bedrijf bent, is het bedrijf niets waard zonder jou. Bouw systemen, delegeer, documenteer. Niet voor de koper, maar voor jezelf.

*'Zorg dat je bedrijf kan draaien zonder jou voordat je gaat verkopen.'*

Emile Peels (ABC E-Business)

*'Maak systemen foolproof voordat je verkoopt. Niet na afloop.'*

Annemarie van Gaal

DE PARADOX

## Alles wat je bedrijf verkoopklaar maakt, maakt het ook een beter bedrijf om te houden.

De beste voorbereiding op verkoop is een bedrijf bouwen dat je eigenlijk niet wilt verkopen.

HOOFDSTUK 12

# Scorecard

## Hoe verkoopklaar is jouw bedrijf?

7 vragen gebaseerd op de meest genoemde adviezen uit 219 gesprekken. Geen score, geen oordeel. Alleen eerlijke vragen die de ondernemers in dit rapport zich ook stelden.

1 Kan jouw bedrijf twee weken draaien zonder dat jij iets doet?

2 Weet je wat je EBITDA is en welke multiple in jouw branche gangbaar is?

3 Is je omzet gespreid over minimaal 10 klanten (geen klant > 20%)?

4 Heb je ooit met een M&A-adviseur gesproken, ook zonder verkoopintentie?

5 Heb je thuis het gesprek gevoerd over wat een verkoop zou betekenen?

6 Zijn je contracten, IP-rechten en aandeelhoudersovereenkomst op orde?

7 Weet je wat je gaat doen op de maandag na de verkoop?

Meer dan 3x 'Nee'? Dan ben jij als ondernemer nog niet klaar voor de verkoop van jouw bedrijf.

## Vier dingen die je deze week kunt doen

- Schrijf deze week op waar je over 5 jaar wilt staan met je bedrijf en hoe je leven eruit moet komen te zien na de verkoop. Dit helpt je strategische keuzes maken die je dichter bij je exit brengen in plaats van alleen aan de dagelijkse operatie te denken.
- Maak een lijstje van alle taken die alleen jij kunt doen in je bedrijf. Kies er deze week één uit en train iemand anders om het over te nemen. Elke taak die je delegeert verhoogt de waarde van je bedrijf omdat het minder afhankelijk wordt van jou persoonlijk.
- Stuur deze week een berichtje naar een aantal ondernemers die hun bedrijf hebben verkocht en vraag ze naar hun ervaringen. Hun verhaal geeft je inzicht in valkuilen die je kunt vermijden en helpen je beter voorbereid te zijn op je eigen exit-moment. Je vindt ze op 7DTV.
- Maak een afspraak met een goede M&A adviseur en ga een kop koffie drinken. Niet om te verkopen, maar om te horen hoe zij naar je bedrijf kijken.

HOOFDSTUK 13

# Alle gesprekken

De gesprekken over bedrijfsverkoop die de basis vormen van dit rapport.




**Christine Huisman (Marktlink)**

[Bedrijf Verkocht] 5 juridische tips voor ondernemers van Marktlink Expert Chris




**Harrie Kuipers (Osage)**

[Bedrijf Verkocht] Je bedrijf VERKOPEN om harder te GROEIEN? | Marktlink | 7DTV




**Mark Bos (Signmeesters)**

[Bedrijf Verkocht] Mark Bos, van Politieagent naar Miljonair




**Tim van der Meer (Marktlink)**

[Bedrijf Verkocht] Tim van der Meer (Marktlink): 'Je verkoopt je belangrijkste p




**Philip Hillege (Skins Cosmetics)**

[Bedrijf Verkocht] Skins Cosmetics: van 1 winkel naar 20 + private equity aan bo




**Frank Troost (Marktlink)**

[Bedrijf Verkocht] Marktlink | Welke exit strategie past bij jou?




**Tom van Iperen (Stiva Metaal Groep)**

[Bedrijf Verkocht #5] Tom van Iperen, van een Puch Maxi naar €20 miljoen omzet




**Henk-Jan van Maanen (Bakker van Maanen)**

[Bedrijf Verkocht] Henk-Jan van Maanen: 'Groei is makkelijk, maar beheers het ma




**Ronnie Overgoor (7DTV)**

[Bedrijf verkocht #10] Wat is jouw bedrijf waard? Simpele Formule Uitleg!




**Henk Lever / Hans de Vet (EFKA)**

[Bedrijf Verkocht] Waarom ze niet voor de hoogste bieder kozen, Hans de Vet & He




**Ronnie Overgoor (7DTV)**

[Bedrijf verkocht #12] De beste TIPS om je BEDRIJF succesvol te VERKOPEN




**Bouke Marsman (Marktlink Capital)**

[Bedrijf Verkocht #13] Via Marktlink Capital vanaf €250.000 instappen in TOP PRI












### Ronnie Overgoor (7DTV)

[Bedrijf verkocht #11] Je BEDRIJF VERKOPEN? Wat is jouw bedrijf dan WAARD? 💶

### Tames Riedijk (BusinessForensics)

ONDERNEMER Tames Rietdijk over VERKOPEN BEDRIJF | 7DTV

### Manouk de Vries (Supercilium)

HEFTIGE JEUGD, depressies en nu SUCCESVOL ONDERNEMER | Manouk de Vries (Supercil

### Bas van der Horst (Appronto)

Bas van der Horst (Appronto) over VERKOPEN BEDRIJF, GELD, en STRATEGIE




### Ronald Prins (Fox-IT)

Waarom is Ronald Prins (Oprichter Fox-IT) de levende nachtmerrie van spionnen, a




### Martijn van der Hoeden (No Monkey Business)

CEO Martijn van der Hoeden (No Monkey Business): 'Je kan je bedrijf maar één kee



### Jan Riemens (Zoomin)

Jan Riemens (Zoomin): 'Youtube was tot afgelopen jaar de grootste fraudebak ter




### Gijs Huisman (G2O)

Succesvolle fusies en merken: waar moet je op letten? | Gijs Huisman (G2O) | 7DT



### Rob Heilbron (Ondernemer)

Rob Heilbron: "Sexy lingerie is een primaire levensbehoefte"




### Janneke Niessen (Improve Digital)

Janneke Niessen: 'De rust vond ik leuk, omdat ik wist dat het tijdelijk was'




### Devin W. Loeve (BARFmenu)

Familiebedrijf BARFmenu 🐾 Vanuit De Schuur Naar 10 Miljoen Omzet In Dierenvoedin




### June Sier (BTY CLB)

Mantelpak was 'de hel' en toen begon June Sier Bootyclub in een nachtclub




### Marcel Broersma (Peak Value)

Marcel Broersma (Oprichter Peak Value): 'Als ondernemer ben je altijd aan het we




### Christian van Gils (Cubiceyes)

Hoe VERKOOP je een BEDRIJF? ONDERNEMER Christian van Gils deed het




### Dries Wajer (Wajer Yachts)

Dries Wajer (Wajer Yachts) over ONDERNEMEN, de COTE D'AZUR en KLANTEN | 7DTV




### Wiet de Bruijn (Ondernemer)

Wiet de Bruijn (ondernemer): 'Ik wil een bijdrage leveren aan een betere wereld'




### Martijn van der Hoeden (No Monkey Business)

Ondernemer Martijn van der Hoeden (Founder No Monkey Business) bouwde een miljoe



### Marco Aarnink (Drukwerkdeal)

Profile Marco Aarnink




### Philippe Vorst (New York Pizza)

Philippe Vorst (New York Pizza) over VERKOOP bedrijf, ONDERNEMERSLESSEN en TOEKO




### Pieter Schoen (Ondernemer)

Pieter Schoen (Dragon's Den): 'Start met ondernemen in je studietijd' | 7DTV



### Ineke Koele (Advocaat)

Ineke Koele: 'Familiebedrijven vergen een bredere dan de traditionele juridische




### Siete Hamminga (Robin Radar Systems)

[Tech Ondernemers] '150 Mio Omzet? We Lopen Voor Op Schema' | Siete Hamminga (Ro




### Jorg Wiedijk (Freelancer)

[De Freelancer #6] Als FREELANCER aansluiten bij een NETWERK, wat levert dat op?




### Marcel Van der Heijden (Plant FWD)

Hoe VERKOOP je je BEDRIJF? Ga je om met CRISIS? En hoe onderneem je in FOOD? LEE




### Arthur Herpel (Bureau Heldergroen)

Arthur Herpel (Bureau Heldergroen) op duurzame missie in reclamewereld




### Ruud Stelder (Lightspeed)

Jong & zeer succesvol: Ruud Stelder (Director of eCommerce Lightspeed) deelt zij




### Pablo van den Berg (Yune)

Pablo van den Berg (Managing Director Yune): 'Met positieve jaloezie kijk ik naa




### Arthur Dontje (Dobla)

ONDERNEMER Arthur Dontje (Dobla) VERKOCHT zijn BEDRIJF voor MILJOENEN: Hoe? | 7D



### Taco Zimmerman (Mediaondernemer)

taco zimmerman




### Chris Hall (Bynder)

Chris Hall (Bynder): 'Onze organisatie moet volwassener worden'




### Annemarie van Gaal (Ondernemer)

'Het was mijn droom om hypotheekvrij te leven' – ondernemer Annemarie van Gaal v




### Emile Peels (ABC E-Business)

Ondernemer Emile Peels over VERKOPEN BEDRIJF: alles over DEAL en WAARDERING!




### Harald Swinkels (Filmmaker)

Harald Swinkels verdiende een FORTUIN als ONDERNEMER, nu is hij FILMMAKER




### Pieter Schoen (Ondernemer)

PIETER SCHOEN uit DRAGONS DEN: 'Begin zo snel mogelijk met ONDERNEMEN' | 7DTV




### Tim van der Meer (Marktlink)

[Samenvatting] Tim van der Meer (Marktlink): 'Uiteindelijke koper is niet altijd



### Brian Hirman (Mediaondernemer)

Webpower, Energize en RB2 starten bureaunetwerk Agency China



### Janneke Niessen (Improve Digital)




### Arthur Dontje (Ondernemer)




### Thijs Verheul (Ondernemer)

Thijs Verheul over MILJOENEN cashen, harde



### Daphne Bens (DLA Piper)

Daphne Bens van DLA Piper en de trends in M&A: technologie

Janneke Niessen Improve Digital: 'Het was helemaal niet de bedoeling om het bedr

Ondernemer Arthur Dontje vertelt zijn verhaal | Ondernemen | 7DTV 7DTV SAMENVATT

ONDERNEMERSLESSEN en VERKOPEN bedrijf

rukt op!



### Janneke Niessen (Improve Digital)

Janneke Niessen (Improve Digital): 'Onderhandelen bij overname is een spel'




### Arthur Clement (Globitas)

Arthur Clement (Globitas): 'Wij richten ons op bedrijven met een krasje'




### Nicol Tadema

Het GEHEIM van EFFECTIEVE TEKSTEN onthuld door Nicol Tadema




### June Sier (BTY CLB)

Van FITNESS vanuit NACHTCLUB naar verkoop aan Urban Gym Group (PART 2)




### Tom Beltman (Marktlink)

Tom Beltman (Marktlink): 'In coronatijd melden legio kopers zich'




### Manon van Essen (Magioni)

Manon van Essen (Magioni): 'Nummer één pizzamerk in Nederland. Dat wil ik ook in




### Erjon Tuenter (Blauw Gras)

Erjon Tuenter (Blauw Gras) VERKOCHT bedrijf en helpt nu ONDERNEMERS met GROEI




### Manon van Essen (Ondernemer)

Manon van Essen (DRAGONS DEN) over ups ⬆️ en downs ⬇️ ONDERNEMERSCHAP




### Paul Veugen (Detail)

[Tech Ondernemers] LEER van ONDERNEMERSREIS Paul Veugen (Usabilla, Detail) die V




### Herman Kui (Escrow4all)

[Tech Ondernemers] Herman Kui (Escrow4all) vertelt over de VERKOPEN van zijn BED




### Marcel Broersma (Peak Value)

[Samenvatting] Marcel Broersma (Oprichter Peak Value): 'Als ondernemer ben je al




### Janneke Niessen (Improve Digital)

Janneke Niessen: 'De rust vond ik leuk, omdat ik wist dat het tijdelijk was'



### Willem Sijthoff (Mediaondernemer)

Willem Sijthoff: "In Scandinavië zie je de toekomst van media"




### Harald Swinkels (NLE)

Bedrijf verkopen voor ±200 miljoen? Harald Swinkels (mede-oprichter energielever




### Daphne van Boxtel (Rutgers & Posch)

JURIDISCHE zaken bij VERKOPEN BEDRIJF | 7DTV



### Teun de Jong (ABN AMRO MeesPierson)

Interview Teun de Jong




### Richard van Kray (Trainer, spreker, auteur)

Sales vanuit je hart: Ronnie Overgoor in gesprek met Richard van Kray (eigenaar,




### Patrick Kerssemakers (Fonq)

“E-commerce is eigenlijk een heel dom model” | Patrick Kerssemakers (Fonq) | 7DT



### Koos Hendriks (SnowWorld)

Koos Hendriks (SnowWorld): ‘De overname van SnowPlanet? Het zou best kunnen dat



### Pieter Schoen (NLE)

Pieter Schoen (NLE): 'We nemen onszelf niet te serieus'




### Giels Brouwer (SciSports)

Ondernemer Giels Brouwer (SciSports): ‘We verzamelen én analyseren voetbaldata’




### Mervyn ten Dam (ACHTUNG!)

Mervyn ten Dam (ACHTUNG! mcgarrybowen): ‘Als je een mening hebt moet je daar ook




### Jeroen Veldkamp (Ondernemer)

Ondernemer Jeroen Veldkamp: ‘Ik laat mijn bedrijf niet uit mijn handen glippen’




### Compilatie (Compilatie)

Compilatie video's maart 2013 - 7 Ditches TV




### June Sier (BTY CLB)

'BTY CLB moet een wereldwijd bekend merk worden' - June Sier (PART 3)




### André Haardt (Squla)

André Haardt (oprichter Squla): ‘Het is een toekomstdroom die werkelijkheid word




### Kim Tchai (Chai International)

ONDERNEMER Kim Tchai: Waarom koos ze toch voor het FAMILIEBEDRIJF? | 7DTV




### Martijn van der Hoeden (No Monkey Business)

[SAMENVATTING] Martijn van der Hoeden (No Monkey Business): 'vrije tijd heb je a




### Brian Hirman (iO)

iO GROEIT KEIHARD door OVERNAMES, hoe doen ze dat?




### Jochanan Bax (Bax Music)

Hij verloor alles, maar weigerde op te geven, het bizarre verhaal van Jochanan B




### Pieter Schoen en Arthur Dontje (Ondernemers)

Pieter Schoen (Dragons Den) & Arthur Dontje over ONDERNEMEN, GROEI en GELD | 7DT




### Jordy Kool (Infotheek)

Ondernemer Jordy Kool (CEO Infotheek) over GROEI, zijn ZIEKTE en STRATEGIE




### Jan Baan (Ondernemer)

IT-ONDERNEMER Jan Baan | Hoe verkoop je een




### Klaas Weima (Energize)

De ondernemersreis van Klaas Weima | Energize (Happy




### Henri Bosman (Cohesion)

Henri Bosman (Directeur Cohesion): 'Banken denken




### Jordy Kool (Urban Gym Group)

MILJOENEN bedrijf? | 7DTV

Horizon)

niet mee in crisistijd'

Hoe Jordy Kool (Urban Gym Group) zijn ziekte overwon en een fitnessimperium bouw




### Brian Hirman (GUC Agency)

Brian Hirman (Founder GUC Agency): 'Corona is de derde crisis die ik meemaak'




### Michiel Muller (Picnic)

CEO Michiel Muller deelt 5 UNIEKE VERHALEN over online supermarkt PICNIC




### René Kock (everywhereIM)

Oprichter everywhereIM René Kock: 'Wij willen we de zorg meetbaar én beter maken




### Marjan, Rijk, Giels en Danielle (Ondernemers)

Ben je JONG en wil je ONDERNEMEN? Zo doen Marjan, Rijk, Giels en Danielle dat! |




### Gijs Huisman (G2O)

Wat zijn de 5 meest voorkomende misvattingen over branding? Gijs Huisman (G2O) a




### Youri Lieberton (Loyals Groep)

Loyals Groep, bureaugroep voor ONDERNEMEND Nederland, wil hard GROEIEN 📈




### Jeffrey Muller (Teamhive)

Hoe Jeffrey zijn eerste bedrijf succesvol verkocht




### Jan Baan (Ondernemer)

Ondernemer Jan Baan kijkt terug op zijn IPO | Ondernemen | 7DTV SHORT




### Henk van Koeveringe (Roompot)

Henk van Koeveringe - Investeerder en voormalig CEO Roompot




### Victor Knaap (Monks)

Monks-oprichter Victor Knaap: 'AI maakt 80% van reclamebureaus overbodig'



### Michiel Muller (Ondernemer)

Michiel Muller over nieuwe toetreders: 'Straks komt Google met Finance initiatie




### Yves Gijrath (Luxury Media Group)

Ondernemer Yves Gijrath: 'Blij dat hij van mijn voetstuk viel' | 7DTV



### Sandy Wenderhold (Sansyl)

Sandy Wenderhold (Sansyl): 'Mijn vader zat in de cel, maar nu is het geaccepteer




### Christian Luyten (Avant Arte)

Hij verkocht 110 KUNSTWERKEN in 32 SEC, via INSTA! | JONGE ONDERNEMERS | 7DTV 7D