



Broer en zus Wijnands dragen familiebedrijf over met visie en vertrouwen

Twintig jaar lang stonden Miranda en Harold Wijnands samen aan het roer van Wijnands Bulk Care. Wat ooit begon als een klein familiebedrijf in de achtertuin groeide uit tot een internationale speler in bulktransport met vestigingen in België, Nederland en Luxemburg. De verkoop van het bedrijf was geen standaarddeal, maar een proces vol keuzes, emoties, strategisch denken en vertrouwen. In Adcorporate vonden ze de juiste partner om dat traject professioneel én persoonlijk te begeleiden.

***“We wilden het goed doen. Voor onszelf,
voor de mensen, voor het bedrijf.”***

Het eerste contact met de markt.

Geen van beiden droomde als kind van een leven tussen kippers en koeltrailers. Miranda studeerde rechten, Harold ging naar de hogere hotelschool. Toch belandden ze in het bedrijf van hun vader. “Niet om de transportsector, maar om het ondernemen,” zegt Miranda. “En dat bleek in ons allebei te zitten.” Harold lacht: “Als onze ouders een sokkenfabriek hadden gehad, waren we daar waarschijnlijk ook ingestapt.”

Bewuste koerswijziging.

Toen zij instapten, had het bedrijf vijftien medewerkers. Woning boven het kantoor, korte lijnen, alles hands-on. Miranda en Harold kozen voor een duidelijke herpositionering. Ze verhuisden het bedrijf naar Lanaken, net over de grens – “slechts zeven kilometer, maar een wereld van verschil” – en specialiseerden zich in bulktransport met kippertrailers, onder meer voor de gelatine-industrie.

Die focus wierp zijn vruchten af. Wijnands Bulk Care groeide naar zestig medewerkers en drie vestigingen (België, Nederland en Luxemburg). “We kozen bewust voor een segment waar weinig anderen actief waren. Daar lag onze kracht,” zegt Miranda.

Cultureel schakelen.

De verhuizing naar België bracht ook uitdagingen met zich mee. “Cultureel was het verschil op zeven kilometer al enorm,” vertelt Miranda. “We waren onbekend, Nederlands, en vrij direct in onze communicatie.” Het opbouwen van een Belgisch team kostte tijd en vertrouwen, maar het lukte. “Bij ons wist je waar je aan toe was. We betaalden altijd netjes. En we stonden naast de mensen, niet erboven.” Dat bleef niet onopgemerkt, en mond-tot-mondreclame deed de rest.

Twee kapiteins, één koers.

De samenwerking tussen broer en zus was sterk, juist omdat hun rollen verschilden. Miranda richtte zich op processen, mensen en structuur. Harold was het gezicht van de firma bij klanten en chauffeurs. “We waren de renner en de remmer,” zegt Harold. “En dat werkte.” “We hoefden het niet altijd met elkaar eens te zijn,” vult Miranda aan. “Maar we wilden allebei het beste voor de zaak.”

Verkoop in twee fases.

Na ruim twintig jaar voelde Miranda dat het tijd was om los te laten. “De energie was op. Ik wilde het goed afsluiten. Geen haast, geen ondoordachte stappen.” Harold besloot nog even door te gaan. Samen gingen ze op zoek naar een manier om het bedrijf zorgvuldig over te dragen.

Tijdens een masterclass kwamen ze in contact met Adcorporate. “We hadden met meerdere partijen gesproken, maar bij Adcorporate klopt het gevoel gewoon,” zegt Miranda. De samenwerking werd gekenmerkt door laagdrempelig contact, een solide waardebeoordeling en gezamenlijke zoektocht naar kopers. “We hebben het echt samen gedaan. Niet uitbesteed, maar samengewerkt.”

De verkoop verliep in twee rondes: 80% van de aandelen in 2021, de resterende 20% vier jaar later. “Het proces was intensief,” zegt Miranda. “Je krijgt te maken met waardering, garanties, internationale structuren... zonder goede begeleiding red je dat niet.”

Mensen eerst.

De medewerkers werden zorgvuldig meegenomen in het proces. “We hebben duidelijk gemaakt dat er op korte termijn weinig zou veranderen. Dat was ook zo afgesproken met de koper. En Harold bleef aan als directeur. Die continuïteit was belangrijk.”

Langzaam veranderde er gaandeweg wel wat – logisch bij aansluiting bij een groter concern. “Er kwamen meer structuren, meer rapportages. Dat vraagt aanpassing. Maar zolang de kern van onze cultuur – persoonlijk contact, waardering, korte lijnen – blijft bestaan, is dat te overzien,” zegt Harold.

Met trots terugkijken.

Miranda inmiddels volledig uit het bedrijf gestapt – zowel als aandeelhouder als in haar rol. Ze zoekt nu haar nieuwe ritme buiten Wijnands Bulk Care. Harold verkocht zijn aandelen ook, maar is op het moment nog werkzaam als directeur. Hij werkt een paar dagen per week in de zaak.

Beiden kijken met trots terug. “We hebben iets opgebouwd dat blijft,” zegt Harold. “En we hebben het overgedragen op een manier die bij ons past. Met zorg, met aandacht, en met een goed gevoel.”



Tip voor andere (familie)bedrijven
“Begin op tijd,” zegt Miranda.
“En zorg dat je mensen om je heen hebt die weten wat ze doen. Het gaat niet alleen om de prijs. Denk aan het juridische stuk, de risico's, de garantstellingen, de onderhandelingen. Dat is echt een vak.” En: “Laat je goed begeleiden. Zeker bij internationale structuren kun je je geen fouten veroorloven.”



“Dus jij deelt met Adcorporate Blueprint letterlijk je geheimen met de concurrentie?”

“Ja, eigenlijk wel,” lacht Berrie Abelen. Met Adcorporate Blueprint doen Abelen en zijn team iets wat in de overnamebranche weinig voorkomt. Ze delen álle kennis, tools en ervaring die ze in twintig jaar hebben opgebouwd. Niet alleen met partners en klanten, maar ook met andere adviseurs en accountants. Niet om marktaandeel weg te geven, maar om de kwaliteit van advies in de hele branche naar een hoger niveau te tillen.

“Wij geloven dat elke ondernemer recht heeft op goed advies,” zegt hij. “En als wij die kennis in huis hebben, waarom zouden we die dan niet delen? Uiteindelijk profiteert iedereen daarvan: de adviseur, de accountant én de ondernemer.”

Gewoon eerlijk advies voor elke ondernemer.

Blueprint is ontstaan uit een overtuiging die verder gaat dan commercie. Adcorporate zag hoeveel adviseurs en accountants ondernemers met volle inzet begeleiden bij een verkoop- of aankooptraject, maar vaak zonder een duidelijke structuur of houvast. “Iedereen wil het goed doen voor zijn klant,” vertelt Berrie. “Maar bedrijfsovernames zijn complex. Niet elke adviseur heeft daar dagelijks mee te maken. En dan ligt een verkeerde waardering of een belangenverstrengeling al snel op de loer.” De aanpak van Blueprint is gestructureerd, transparant en verantwoord. Het fundament?

De manier waarop Adcorporate zelf al jaren werkt: praktisch, zorgvuldig, en met oog voor alle belangen. “Het gaat er niet om dat wij het beter weten,” benadrukt hij. “Het gaat erom dat we sámen het niveau van advies in de hele markt verhogen.”

Theorie, praktijk en gereedschap in één.

Waar veel opleidingen blijven hangen in theorie, voegt Adcorporate daar met Blueprint iets concreets aan toe. “Bij een opleider leer je wát je moet doen. Wij laten ook zien hóe je het doet, én we geven je de tools om het meteen toe te passen.”

Blueprint combineert trainingen en theorie met concrete hulpmiddelen zoals modellen, sjablonen, rekenvoorbeelden, processtappen, formats, voorbeeldbrieven én een CRM-systeem dat elke stap in het overnametraject ondersteunt. Er is zelfs een helpdesk voor inhoudelijke vragen. “Alles wat wij intern gebruiken, stellen we beschikbaar,” legt hij uit. “Zodat anderen daar hun eigen kwaliteit mee kunnen versterken.”

De doelgroep is breed. Accountants die hun klant beter willen begeleiden bij een bedrijfsoverdracht, en overnameadviseurs die hun aanpak willen professionaliseren. “De een is sterk in waarderen, de ander juist in onderhandelen. Blueprint helpt om het hele traject gestructureerd en professioneel aan te pakken.”

Blauwdruk voor de overnamemarkt.

De introductie van Blueprint komt niet uit de lucht vallen. In de markt klinkt steeds vaker de roep om betere ondersteuning. “Dat is ook niet zo gek, want er zijn nauwelijks praktische tools beschikbaar. En in de overnamebranche werkt iedereen nog op z’n eigen manier. Kennis delen is eerder uitzondering dan regel.”

Adcorporate herkende waar het vaak misgaat, en vooral wat er ontbreekt: een duidelijke, volledige aanpak van waardering en kopers zoeken tot onderhandelen en afronding. En precies die aanpak, die intern al twintig jaar werkt, wordt nu beschikbaar voor anderen. “Dummy proof, maar wél professioneel.”

De wijze bondgenoot.

Na ruim twintig jaar in het vak weet Abelen hoe waardevol ervaring is – vooral als je die deelt. Hij gaf les aan Avans+, schreef boeken en begeleidde honderden trajecten. “Er zijn genoeg mensen die weten hoe het moet, maar het niet delen,” zegt hij. “Terwijl dat precies is wat de markt nodig heeft.”

Met Blueprint laat Adcorporate zien wie ze willen zijn: geen gesloten club, maar een partner. Een bondgenoot die z’n kennis deelt om anderen sterker te maken. “Niet concurreren op geheimen, maar groeien door vakmanschap te delen.”

Getoetst in de praktijk.

Hoewel de officiële lancering pas Q2 2026 gepland staat, draait Blueprint nu al op kleine schaal met een selecte groep adviseurs en accountants. “We kunnen alles wel uitdenken, maar het moet ook werken voor de mensen die ermee aan de slag gaan. Daarom toetsen we nu in de praktijk of het aansluit bij het dagelijkse werk. Begrijpen ze het? Kunnen ze het gebruiken? Dáár leren we nu van.”

Wie straks start met Blueprint, begint altijd met een persoonlijke intake. Geen online formulier, maar een gesprek op locatie. “We nemen samen de uitgangspunten door, stemmen verwachtingen af en beantwoorden vragen. Zo zorgen we voor een goede start.”

Even voorstellen.

Cindy de Gruyter

Commercieel medewerker Adcorporate Nederland

Het eerste contact met de markt.

Met haar sociale karakter en enthousiasme vond Cindy de Gruyter (35) al snel haar draai bij Adcorporate. Sinds september werkt ze op kantoor in Boekel als commercieel medewerker. Ze is niet bang om de telefoon te pakken voor lauwe en koude acquisitie, stelt scherpe vragen en blijft altijd vriendelijk en benaderbaar. In haar rol brengt ze vraag en aanbod bij elkaar in de eerste fase van aan- en verkooptrajecten. “Ik doe online research naar mogelijke matches, neem contact op met bedrijven en koppel dat terug aan onze opdrachtgevers,” vertelt ze. “Dat vraagt soms wat lef, maar vooral ook inlevingsvermogen. Geen dag is hetzelfde: ik werk aan meerdere dossiers tegelijk, verwerk reacties, voer gesprekken – dat snelle schakelen past bij me.”

Goede communicatie.

Open en betrokken – dat is Cindy. “Ik hou ervan om contact te maken en echt te begrijpen wat iemand bedoelt. Dat helpt om snel te schakelen en het gesprek goed te sturen.” Daarbij werkt ze gestructureerd en zorgvuldig. “Het helpt om de profielen bij de hand te hebben (een tip van een collega); zo weet ik precies wat ik wel en niet mag delen en wanneer er een geheimhoudingsovereenkomst nodig is.” Met ruim tien jaar ervaring in binnendienstfuncties in verschillende branches en een achtergrond in Communicatie en Multimedia Design brengt Cindy een stevige dosis commerciële en communicatieve ervaring mee.

Vertrouwen en betrokkenheid als basis.

Wat haar direct opviel bij Adcorporate, is de combinatie van professionaliteit en betrokkenheid. “Zowel onderling als richting klanten is er vertrouwen, openheid en ruimte om te leren,” zegt ze. “Ik stond ervan te kijken hoeveel er komt kijken bij een overnametraject. Het gaat niet alleen om cijfers, maar vooral om mensen, afspraken en strategie. Dat maakt het interessant.” De komende tijd richt ze zich op verdieping.

Geen hogere lat, wel meer houvast.

“Het doel is niet om een lat op te leggen, maar om elkaar te helpen beter werk te leveren. Door kennis te delen en structuur te bieden, zorgen we ervoor dat iedereen die ondernemers begeleidt sterker in zijn schoenen staat. Dáár doen we het voor.”



“Ik wil het hele traject leren kennen — van het eerste contact tot de afronding — zodat ik onze adviseurs volledig kan ondersteunen en zelfstandig dossiers kan oppakken.” Vertrouwen, eerlijkheid en gezelligheid zijn voor haar belangrijk in het werk. “Hard werken maar ook hard kunnen ontspannen. En tussendoor samen kunnen lachen, dat maakt het teamgevoel sterk.”

Buiten het werk.

Ook in haar vrije tijd zoekt Cindy graag afwisseling. Ze woont in De Mortel, “lekker rustig en groen” zoals ze het zelf noemt. “De stad is leuk voor een middagje, maar daarna rijd ik graag weer naar huis.” Ze is gediplomeerd masseur en geeft parttime massages in haar eigen praktijk. Daarnaast is ze zangeres in rockband ‘Smokin’ Bones’, met covers van onder andere AC/DC, Guano Apes, Muse en Green Day. “Het is heerlijk om te zingen en op te treden. Soms staan we op een privéfeestje en blijven we nog even hangen met de hele band en een biertje — dat hoort erbij.”

Tip van Cindy: “Blijf nieuwsgierig. Stel vragen, luister goed en probeer te begrijpen waarom een bedrijf is geworden wat het nu is”



AI in MKB-overnames: versneller, geen vervanger

Kunstmatige intelligentie (AI) is een hot topic. En hoewel het misschien nog vooral klinkt als iets voor grote bedrijven, begint het ook in de MKB-overnamemarkt écht verschil te maken. De technologie wordt toegankelijker, betaalbaarder en praktischer.

AI kan waarde toevoegen in vrijwel elke fase van het overnameproces. Zo versnellen slimme tools het vinden van kopers of kandidaten, scannen historische cijfers en signaleren trends of afwijkingen, zoals teruglopende marges, stijgende personeelskosten of seizoensinvloeden. Standaarddocumenten zoals intentieverklaringen, NDA's, waarderingsrapporten en informatiememoranda kunnen grotendeels automatisch gegenereerd worden. Ook tijdens de due diligence is het van waarde: AI ordent contracten, jaarrekeningen en andere stukken, en markeert automatisch aflopende verplichtingen, risico's of inconsistenties.

Toch is AI zeker geen heilige graal. De technologie weet veel, maar voelt niets. Het herkent geen twijfel in een gesprek, geen mismatch in bedrijfscultuur en geen verborgen agenda aan de onderhandelingstafel. Bovendien is AI slechts zo betrouwbaar als de data waarop het is gebaseerd. Onvolledige of verouderde informatie kan leiden tot verkeerde aannames of gemiste signalen. Wie zich blind verlaat op algoritmes, verliest de context en nuance. Juist bij MKB-transacties draait het vaak om vertrouwen, motivatie en gevoel – en dat laat zich niet vangen in data.

De kracht zit in de combinatie. AI maakt het proces sneller en scherper. Maar de echte waarde van een deal ontstaat nog altijd tussen mensen.

Neem vrijblijvend contact op.

Adcorporate.

Nederland

📍 Boekel
☎ 0492 37 0080
🌐 adcorporate.nl

Adcorporate.

Noord-Nederland

📍 Assen
☎ 088 050 2200
🌐 adcorporate.nl



Partner van Adcorporate.

📍 Breskens
☎ 06 5464 5849
🌐 www.dealmkrs.nl



Partner van Adcorporate.

📍 Waalwijk
☎ 041 667 5150
🌐 finccorporatefinance.nl



Partner van Adcorporate.

📍 Rotterdam
☎ 0858427700
🌐 fusiQ.eu



Partner van Adcorporate.

📍 Assendelft
☎ 023 205 2013
🌐 www.cf-nh.nl



Partner van Adcorporate.

📍 Amsterdam
☎ 023 205 2013
🌐 www.cf-nh.nl



Partner van Adcorporate.

📍 Breda
☎ 06 5145 8443
🌐 deoverdrachtadviseur.nl



Partner van Adcorporate.

📍 Schagen
☎ 06 1502 2000
🌐 deoverdrachtadviseur.nl

Kom op de koffie.

Kom eens langs voor een vrijblijvend adviesgesprek onder het genot van gewoon een kopje versgemalen (h)eerlijke Usawa Specialty koffie en kijk wat uw mogelijkheden zijn.



Partner van Adcorporate.

📍 Nijmegen
☎ 024 663 6974
🌐 tmcf.nl

Adcorporate.

info@adcorporate.nl

088 – 2326780