Bernard Stornebrink

"Het komt voor dat iemand zich bij ons meldt met de mededeling 'Ik wil dát bedrijf kopen. Kunnen jullie dat regelen?'

"De echte 'parels' staan niet te koop maar worden wel verkocht"

Hoewel de deskundigen bakkeleien over het aantal, staat vast dat de komende jaren een fors aantal 'babyboombedrijven' op de markt komt. Daartussen zitten ongetwijfeld 'pareltjes' die uw langere termijn plannen een forse zet in de goede richting kunnen geven. Omzet, expertise, marktaandeel, ervaren mensen en middelen - het ligt allemaal voor het grijpen. Bovendien is er 'geld zat' in de markt, zit de economie in de lift en is de rente historisch gezien nog steeds laag. Waar wacht u eigenlijk nog op...?

Hoewel de deskundigen ook daarover bakkeleien, was het waarschijnlijk de Rabobank die halverwege de jaren negentig de kat op het spek bond. De voormalige boerenleenbank voorspelde dat er rond de eeuwwisseling een ware tsunami aan MKB bedrijven op de markt zou komen. Stuk voor stuk van DGA's uit de babyboomgeneratie. Ze hebben Abraham op bezoek gehad, 20 of 30 jaar lang keihard gewerkt en willen de tropenjaren uitgedrukt zien in cash terwijl ze nog gezond en vitaal genoeg zijn om daar van te genieten.

De Rabobank kreeg niet helemaal gelijk – daarover zijn de deskundigen het voor de verandering wel eens. Die babyboombedrijven kómen op de markt, maar later dan de Rabo voorspelde. En bovendien op een andere manier dan menigeen zich voorstelde. Ze worden niet te koop gezet, maar zijn wel degelijk te koop. Je moet het alleen netjes vragen.

In dat laatste, vertelt Bernard Stornebrink van Corporate Match, zit 'm de kneep. Corporate Match helpt beide partijen. Ondernemers die willen verkopen en (potentiële) ondernemers die willen kopen. Met vijf vestigingen, weet Stornebrink als geen ander wat er speelt. Om te beginnen: er zijn voorlopig nog steeds meer kopers dan verkopers. Stornebrink: "Als je weet wat je wilt kopen, is het meestal ook wel te koop. Maar je moet niet gaan zitten wachten tot het bedrijf van je keuze te koop wordt aangeboden. Dan ben je te laat. We kopen zelden een bedrijf dat te koop staat".

'Big Boys'

De (kopende) opdrachtgevers van Corporate Match zijn opvallend genoeg lang niet altijd ondernemers die op zoek zijn naar groei. Sterker nog: vaak zijn het geen ondernemers. Het zijn kopers die uit loondienstverband komen. Directeuren van grote bedrijven, multinationals die nét de absolute top niet halen en na jaren 'veel centjes verdienen voor de baas' besluiten het voor eigen rekening te gaan doen.

Voor MKB'ers die groei zoeken door middel van overnames, zijn die 'nieuwkomers' geduchte concurrenten. Ze hebben over het algemeen een prima opleiding, ervaring, kennis van de markt en weten waar de kansen liggen. Bovendien: ze hebben vaak een gouden handdruk op de bank. Startkapitaal is zodoende geen probleem. Banken en investeerders zijn dol op ze. Ze hebben het goede netwerk, kennis van wat de 'big boys' in de markt van plan zijn en ervaring.

"Het enige wat ze missen," aldus Stornebrink, "is ervaring als ondernemer. Dat verklaart dat ze vaak in eerste instantie op zoek zijn naar bedrijven met 250 man personeel. Dat is een logische gedachtegang omdat ze in loondienst vaak veel meer mensen aanstuurden. Maar in de praktijk klopt het niet. Bedrijven van 250 man zijn voor een nieuwkomer meestal niet te betalen. Voor de meesten is een bedrijf van maximaal 50 á 60 M/V nog net betaalbaar".

Intermediair

Als u zich als ondernemer, op zoek naar groei en uitbreiding, niet laat ontmoedigen door de concurrentie van de nieuwkomers, liggen er voldoende kansen voor het grijpen. Maar zoals al eerder gezegd: ga niet (alleen) af op advertenties in vakbladen, kranten en websites die bemiddelen bij de koop en verkoop van bedrijven. Bepaal wat je wilt. Zet op papier wat je zoekt en aan welke voorwaarde het bedrijf moet voldoen, omvang, omzet, regio, assortiment, imago, prijs en noem maar op. Schakel vervolgens een intermediair in en laat die het vuile werk opknappen.

Geloofwaardigheid

Stornebrink: "Het komt voor dat iemand zich bij ons meldt met de mededeling 'Ik wil dát bedrijf kopen. Kunnen jullie dat regelen?' En soms lukt dat ook nog. Maar meestal is de opdracht breder. Men zoekt een bedrijf in een bepaalde branche, van een bepaalde omvang et cetera. Soms zit er een lijstje potentiële overnamekandidaten bij. Hoe dan ook, we gaan eerst uitgebreid met die ondernemer om de tafel. Voordat we ook maar iets doen, wil ik de betreffende man of vrouw goed kennen. Ik voer gemiddeld vier á vijf van dit soort gesprekken per week. Het aantal opdrachten dat we aannemen, ligt aanzienlijk lager."

"Waarom? Ten eerste moet ik met die man of vrouw werken. Vrij intensief bovendien, dus ik hou het graag een beetje plezierig. Maar belangrijker is dat ik vertrouwen moet hebben in de ondernemerskwaliteiten van de man of vrouw. Anders verdoe ik mijn tijd. Voor een slechte ondernemer vind ik namelijk domweg geen bedrijf. Waarom niet? Omdat niemand zijn levenswerk aan een slechte ondernemer wil overdragen. Bovendien zijn we in negen van de tien gevallen betrokken bij de financiering van de aankoop. Ik verspeel mijn geloofwaardigheid als ik een investeerder voorstel te investeren in een bedrijf met aan het hoofd een ondernemer waar ik geen geloof of vertrouwen in heb".

Brief

De werkwijze die een intermediair als Corporate Match vervolgens hanteert is relatief simpel. Aan de hand van gesprekken met de aspirant koper, wordt een lijstje opgesteld met mogelijke 'prooien'. De basis voor die shortlist is uiteraard de wens van de kopende ondernemer, aangevuld met criteria waarvan een intermediair als Corporate Match weet dat ze belangrijk zijn. Sprekend voorbeeld, de leeftijd van de ondernemer. Stornebrink: "Het heeft weinig zin om een dertiger of vroege veertiger te benaderen met de vraag of zijn bedrijf te koop is. Die zit in de kracht van zijn leven en heeft nog allerlei plannen die hij of zij wil verwezenlijken. Dat kan ook gelden voor een vijftiger. Zelfs voor een zestiger. Maar gezien de leeftijd mask je een veel grotere kans".

Vervolgens is het simpel: de intermediair zoekt contact met de ondernemer. Zit hij of zij toevallig in het netwerk van de intermediair, dan kan dat rechtstreeks. Maar meestal worden er omwegen bewandeld. Bijvoorbeeld via een commissaris of een accountant. Lopen alle sporen dood, dan stuurt Stornebrink een brief met de vraag of er valt te praten.

Aftasten

Stornebrink: "Vijf jaar geleden werd je er uitgeschopt als je voorzichtig informeerde of het bedrijf te koop is. Tegenwoordig ziet iedereen het als een normaal onderdeel van het zakendoen. Het is zelfs een beetje 'hot' en spannend. Ik heb het niet nagerekend, maar ik schat dat 30% á 40% van de ondernemers die we concreet benaderen in elk geval bereid is om te praten over verkoop van zijn bedrijf. Of het dan ook daadwerkelijk een deal wordt, hangt natuurlijk af van tal van andere factoren".

Het eerste gesprek met de beoogde overnamekandidaat voert Stornebrink zonder de potentiele koper. Stornebrink: "Kijken wat voor vlees we in de kuip hebben – meer is het vaak niet. Overigens zowel wat betreft het bedrijf als wat betreft de onderneming. Het is ook een beetje een check of we ons huiswerk goed gedaan hebben. En ook voor de verkopende ondernemer is het vaak aftasten geblazen. Hij wil uiteraard weten wat de plannen zijn met 'zijn' onderneming".

Financiering

Verloopt dat eerste gesprek goed, dan worden er kort daarop directe besprekingen gestart. "Zo concreet mogelijk," benadrukt Stornebrink. "De kopende ondernemer is daarbij uiteraard aanwezig. Maar als intermediair houden wij wel de regie. We zijn bovendien de buffer. Met name bij de verkopende partij komt er op een goed moment emotie bij kijken. Dát is bijna onvermijdelijk. Wij vangen dan de klappen op."

Verloopt ook dat proces goed, dan komt het aan op de financiering van de aankoop. Ook daarbij is een intermediair als Corporate Match betrokken. Stornebrink en de zijnen weten de weg, kennen investeerders, informal investors en andere bronnen. Stornebrink: "Ook daarbij is het van belang dat we de kopende ondernemer goed kennen. Vaak is er naast eigen geld en bancair geld vreemd vermogen nodig. Dan moet het qua karakter en mentaliteit klikken tussen investeerder en ondernemer. Die moeten intensief met elkaar aan de slag."

"Er zijn," besluit Stornebrink, "voor ondernemers momenteel enorm veel mogelijkheden om groei te 'kopen'. En het is zo langzamerhand een erkend en geaccepteerd fenomeen. Maar nogmaals: ga niet zitten wachten tot het bedrijf dat je zoek: te koop wordt aangeboden. Daarom is het inhuren van een intermediair bijna onvermijdelijk. Die weet waar hij moet zoeken. De echte 'parels' staan niet te koop maar worden wel verkocht".