



FOTO MARCO BAKKER

Pre-exit: verkopen en toch betrokken blijven

Een pre-exit kan voor ondernemers een interessante optie zijn. Ze verkopen een meerderheidsbelang aan een investeerder en blijven actief voor het bedrijf. Bij Primex, leverancier van promotioneel textiel, pakt dat goed uit. „Ik heb nu meer tijd voor leuke dingen en nieuwe business.” Door Marlies Ruijter

Piet Kemper en Bart Peereboom bouwden sinds 1998 aan hun onderneming Primex Textiles. Het begon met eigen import en er kwamen steeds meer merken bij, zoals Fruit of the Loom, B&C en Helly Hansen. Het bedrijf is met een omzet van 16 miljoen euro een grote speler in promotioneel textiel (T-shirts, tassen, handdoeken en accessoires). „Een supergezond bedrijf, maar we wilden wat anders”, aldus Kemper. „Ik zit al sinds mijn schooltijd in de textiel en wil niet doodgaan als de textielkoning van Volendam.”

Vermogen

Een extra reden voor de verkoop: door de groei waren de oprichters vooral bezig met dagelijkse operationele zaken en niet met nieuwe activiteiten en de concurrentie. Na een mislukte overnamepoging ging Primex in de etalage. „Pre-exit sluit het beste aan op de wensen van deze ondernemers”, zegt Tim

van der Meer van Marktlink, dat Primex in het overnameproces begeleidde. „Ze stellen een deel van hun vermogen veilig en krijgen de kans hun bedrijf,

‘Het voelt als een nieuwe baan in hetzelfde bedrijf’

dat dankzij de nieuwe investeerder extra kan groeien, later een tweede keer te verkopen.” Het aanschrijven van ruim veertig overnamekandidaten leverde zes biedingsvoorstellen op. MKB Fonds trok aan het langste eind. Kemper: „De hoogste bieder bood 40 procent meer, maar die was alleen geïnteresseerd in onze klanten en de voorraad.” MKB Fonds, dat 600 beleggers telt, kiest vaak voor het pre-exitmodel, zegt bestuurder Thomas Wals. „We willen dat oud-eigenaren met hun knowhow

een rol houden in onze buy-and-build-strategie. Een volledig vertrek heeft een te grote impact op de organisatie.” Kemper is blij met de constructie. „Ik ga minder werken en krijg meer tijd om te kijken naar nieuwe commerciële activiteiten voor Primex buiten Europa. Het voelt als een nieuwe baan binnen hetzelfde bedrijf. Mijn compagnon Bart werkt op projectbasis aan digitalisering. We willen daarin vooroplopen.”

Wat steek je hiervan op?

- Pre-exit geeft de ondernemer armslag, zonder dat kennis verdwijnt
- Een nieuwe investeerder biedt nieuwe groeimogelijkheden

i Dit artikel is gemaakt in samenwerking met Marktlink. Wilt u weten wat er komt kijken bij een bedrijfsverkoop? Schrijf u in voor de workshop bij Marktlink Amsterdam op 11 juli via deondernemer.nl/amsterdam.

Dit is een wekelijkse uitgave van De Ondernemer

De artikelen worden geschreven door de redactie van De Ondernemer, deels in samenwerking met betalende partners.



MKB-FUSIES ZIJN BETER

We krijgen deze dagen weer heel wat fusies om de oren. Het is triest dat al dat gefuseerde geen economische meerwaarde oplevert. Door hun omvang hebben mislukkende fusies in het verleden recessies en depressies veroorzaakt. Gelukkig staan de zaken er in het mkb anders voor. Daar is het aantal mislukkende fusies veel kleiner dan onder beursgenoteerde giganten. Dat heeft twee oorzaken. In de eerste plaats zijn beursgenoteerde bedrijven vaak groter dan gerechtvaardigd kan worden op basis van de schaalvoordeeltheorie. Nóg groter worden levert dan niets op en leidt vaak tot waardeverlies. In de tweede plaats fuseren beursgenoteerde bedrijven, omdat andere beursgenoteerde bedrijven aan het fuseren zijn geslagen.

Niets van aantrekken

Het is maar goed dat kleinere bedrijven niet tegen hun zin in geslachtofferd kunnen worden. Daardoor kunnen ze bezinnen voor ze beginnen en kunnen ze goed nadenken over alle factoren die een rol spelen in het bouwen van succesvolle bedrijven. Tegen het mkb moeten we daarom zeggen: trek u niets aan van al dat geweld. Tegen de aandeelhouders van fuserende grootbedrijven en hun toezichthouders moeten we zeggen: stop met speculeren, u speelt balletje-balletje met onze economie!

HANS SCHENK
HOGLERAAR ECONOMIE
UNIVERSITEIT UTRECHT



Meer praktische tips en inspirerende verhalen?
Ga naar deondernemer.nl



Zo verkoop je je bedrijf



TIM VAN DER MEER
OVER BEDRIJFSVERNAME

Ik wil mijn bedrijf verkopen. Waar moet ik op letten?

Een op de vijf ondernemers denkt na over de verkoop van zijn bedrijf. Toch verandert slechts 1 procent van de bedrijven jaarlijks van eigenaar, want de verkoop van een bedrijf is een zorgvuldig en discreet proces. Je wilt als eigenaar liever niet dat medewerkers en klanten op de hoogte zijn van een mogelijke overname. Anderzijds helpt het als je meerdere geïnteresseerde partijen weet te vinden.

Dit dilemma zorgt ervoor dat het verkooptraject vaak in een vroeg stadium strandt. Een andere factor is de prijsverwachting: die ligt gemiddeld 30 tot 40 procent hoger dan de marktwaarde. Dat heeft vooral te maken met de vermogensplanning van de eigenaar.

Zes tips

De volgende tips helpen je om wél tot een succesvolle verkoop te komen.

1. Bereid je bedrijf én jezelf goed voor. Zet de belangrijkste zaken op een rij: de organisatorische, commer-

ciële, juridische en financiële aspecten.

2. Schakel een adviseur in. Je hebt onder andere een gespecialiseerde overnameadviseur en een goede jurist nodig. Met professionele deskundigen kun je de rollen beter scheiden. Jij moet als ondernemer vooral een charmeoffensief inzetten en vertrouwen wekken bij de geïnteresseerde koper. De adviseur is er voor het zakelijke deel. De gemiddelde bedrijfsvername kost 500 tot 1.000 uur. Tijd die je nodig hebt om de focus te houden op de prestaties

van de onderneming. Die liggen immers tijdens de verkoopperiode onder een vergrootglas.

3. Bereid het proces voor. Zorg bijvoorbeeld dat alle relevante gegevens over het bedrijf in een informatiememorandum staan. **4.** Creëer schaarste. Voor een gezond bedrijf zijn gemiddeld 50 potentiële kopers te vinden. Het is slim meerdere partijen te benaderen. Dat is goed voor de prijs, maar voorkomt ook dat je na het eventuele afhaken van een partij het hele proces opnieuw moet beginnen.

5. Zorg ervoor dat de transactie voor beide partijen gunstig is. Als je het onderste uit de kan haalt, is de kans groot dat het in een later stadium alsnog niet goed uitpakt.

6. Tot slot: geniet van het proces. Het verkopen van je bedrijf gebeurt meestal één keer in je leven. Het is positief en brengt je naar een volgende fase.



Tim van der Meer is partner bij Marktlink Fusies & Overnames.