

Brookz

groei, financiering & bedrijfsovername



WAARDEGROEI

Wat u kunt leren
van Facebook

SECTORMONITOR

Capaciteitsovernames
in de bouw

GOEDE DOELEN

Delen is het
nieuwe geven

THEMA

BEDRIJFSFINANCIERING

Hoe vindt u snel en efficiënt financiering voor uw bedrijf?

Ruben Timmerman (Springest)

Heeft met HAL Investments aan boord een
sterke partner voor internationale expansie



voor professionele ondernemers

2 november 2017

Nationale Overname Dag

Hotel Houten, Utrecht

Alles over het (ver)kopen
van een bedrijf in één dag!



www.nationaleovernamedag.nl

Al ruim 1.500 grote en kleine transacties in 2017

Alle seinen staan op groen!

De rente is laag, de economische vooruitzichten zijn goed en er is volop kapitaal beschikbaar. Honderden kopers en verkopers zijn zich op dit moment actief aan het oriënteren op een fusie, verkoop of bedrijfsovername. Daarbij is een goede voorbereiding cruciaal.

Nationale Overname Dag 2017

Kom daarom donderdag 2 november naar de Nationale Overname Dag en ontmoet ondernemers, investeerders en adviseurs. In spraakmakende keynotes en 8 verschillende workshops krijgt u antwoord op de volgende vragen:

- ✓ Waar vindt u een geschikt bedrijf?
- ✓ Hoe waardeert en beoordeelt u een bedrijf?
- ✓ Welke regelingen biedt de overheid?
- ✓ Wat zijn belangrijke juridische en fiscale aspecten?
- ✓ Op welke manier kan een participatiemaatschappij u helpen?

Informatie & inschrijven

De Nationale Overname Dag vindt plaats op donderdag 2 november in Hotel Houten in Utrecht. Kijk voor meer informatie over het programma, workshops en sprekers op www.nationaleovernamedag.nl

Deze ondernemers vertellen over hun ervaringen



Ruber Timmerman
Oprichter Springest.com



Arno van Klinken
Directeur De Breed & Partners



Elles Grootherder
Directeur Triple A Cosmetics



George van Houtem
Onderhandelingspecialist

INVESTEER IN JE TOEKOMST

BUSINESS VALUATION

Sinds 1995 dé opleiding voor bedrijfswaardering in Nederland. Gedurende 14 intensieve maanden wordt je tijdens theorie- en praktijkmodules opgeleid tot zelfstandig waarderingsdeskundige.

RSM.NL/BV

120 

ESSENTIALS OF BUSINESS VALUATION

Ontdek de verschillende waarderingsmodellen en de belangrijkste bouwstenen. Deze tweedaagse praktische cursus biedt je de juiste basiskennis en vaardigheden van bedrijfswaardering.

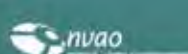
RSM.NL/EBV

12 

Executive Education programma's van Rotterdam School of Management, Erasmus University (RSM) hebben impact. Op jezelf, je werkzaamheden en je organisatie. Verhoog je waarde en kies het programma dat bij jouw carrière past. RSM wordt consequent gerekend tot de top business schools in Europa.

RSM.NL/OPEN

Accredited by



ROTTERDAM SCHOOL OF MANAGEMENT
ERASMUS UNIVERSITY





47 Jubileum 10 jaar Brookz
Deze maand bestaat Brookz 10 jaar. Een terugblik aan de hand van onze spraakmakende interviews met bekende ondernemers en investeerders.

12 Strategie **Lessen van Facebook**
Facebook heeft vanaf het begin een acquisitiestrategie gehad. Daarom kunt u veel leren over strategisch groei, fusies en overnames door het bedrijf zelf goed te bestuderen.

24 Q&A **Ruben Timmerman**
De oprichter van Springest, een marktplaats voor opleidingen, over internationaal groeien en het onderhandelen met grote investeerders? "We gaan wel effe normaal doen hè!"

20 Sectormonitor **Bouw & Installatie**
De bouw is één van de sterkste groeisectoren in de Nederlandse economie. Het toenemende tekort aan vakmensen zorgt voor een stijging van het aantal bedrijfsovernames.

29 Thema **Bedrijfsfinanciering**
Online platforms spelen een steeds grotere rol bij het ophalen van (alternatieve) financiering. Wat zijn de voordelen, wat zijn de valkuilen en welke partijen kunnen u daarbij helpen? + **Business Finance 50**

Brookz

is een uitgave van
C365 Business Media
Science Park 400
1098 XH Amsterdam

Directie

Peter Rikhof
Floyd Plettenberg

Uitgever/hoofdredacteur

Peter Rikhof

Eindredactie

Thomas Bekker, Niels van Tol

Vormgeving

Wonderworks, Haarlem

Medewerkers

Peter Bak, Marcel Bakker,
Thomas Bekker, Rob Hartgers,
Wilbert Geijtenbeek, Dennis
Mensink, Koos Plegt, Sietske
Raaijmakers, Mark Slagter,
Jan-Hein Strop, Bram van Veelen

Marketing

Alex Turkawski

Adverteren

info@brookz.nl

Online

Floris Hoedjes

Abonneren

Een lidmaatschap op Brookz
kost €199 (ex btw), inclusief
toegang tot de online-database.
Abonnementen lopen tot
wederopzegging tenzij u uiterlijk
6 weken voor het aflopen van
het abonnement hier schriftelijk
van afziet. Voor vragen over
abonnementen kunt bellen met
020 - 303 87 30

©2017 C365 Business Media.

Niets uit deze uitgave mag op welke
wijze dan ook worden gekopieerd of
verveelvuldigd zonder schriftelijke
toestemming van de uitgever.



select

09 Nieuws

Verkooprijzen in de lift

Uit de Brookz Overname Barometer
blijkt dat de markt met 5 procent is
gegroeid. En MKB-bedrijven wor-
den gemiddeld voor 2,5 miljoen euro
verkocht.

11 Expertpanel

De meeste managers zijn niet geschikt
om een bedrijf over te nemen.

14 Uitzenden

Uitzendkrachten bieden flexibiliteit,
maar zijn in de perceptie van veel
ondernemers nogal duur.

deals

16 Deal 01

Elles Grootherder
Triple A Cosmetics

18 Deal 02

Ruud Harmsen, Ben van der Vegt
Fairbanks

special

59 Special Goede Doelen

Delen is het nieuwe geven
+ **Top50 Goede Doelen**

vraag & aanbod

78 Vraag & aanbod

Actuele verkoopprofielen
uit de Brookz database

elk nummer

06 Colofon

07 Voorwoord



Droom realiseren

‘FUNDA VOOR BEDRIJVEN’ STOND SEPTEMBER 2007 BOVEN EEN INTERVIEW IN ZAKENBLAD QUOTE waarin ik mocht

vertellen over de lancering van Brookz. Balkenende IV was net aangetreden, Alberto Contador had de Tour gewonnen en de Nederlandse economie naderde zijn kookpunt. Een maand later werd ABN AMRO voor 70 miljard euro verkocht aan een consortium van Fortis, de Royal Bank of Scotland en de Spaanse Banco Santander. Achteraf het prille begin van een economische crisis die ruim 5 jaar zou duren. Maar daar hebben we ons niet door laten weerhouden: wat tien jaar geleden nog een ambitieus plan was, is anno 2017 nagenoeg gerealiseerd. Wat begon als een eenvoudige website is inmiddels het grootste overnameplatform van Nederland geworden. Met 1.000 nieuwe registraties per maand en ruim 15.000 actieve ondernemers, investeerders en adviseurs als klant. Een niet meer weg te denken netwerk in het Nederlandse MKB. In deze ontwikkeling heeft ook Brookz magazine een belangrijke rol gespeeld. Want wie had er 10 jaar geleden nou gehoord van *management buy-in*, *pre-exit* of *buy & build strategie*? Door vanaf het eerste nummer hierover te schrijven heeft Brookz er mede voor gezorgd dat fusies, overnames en bedrijfsverkoop vaste agendapunten zijn geworden in de jaarplanning van veel MKB-ondernemers. Daarnaast is het vooral mooi om te zien dat wat we destijds hadden bedacht, in de praktijk ook echt werkt. Dat we de overnamemarkt voor MKB-bedrijven een stuk transparanter en efficiënter hebben gemaakt. Dat we wekelijks mailtjes krijgen van ondernemers die ons bedanken omdat ze via Brookz hun bedrijf hebben verkocht. Waarbij we sommige van die ondernemers binnen een maand al weer op ons platform terugzien, op zoek naar een nieuw bedrijf om over te nemen of in te investeren. Daar doen we het uiteindelijk allemaal voor. Ondernemers helpen hun droom te realiseren en te verzilveren. Ook de komende tien jaar.

Peter Rikhof



uitgever/hoofdredacteur
peter@brookz.nl

FOTO: SIETSKA RAALMAKERS

BEDRIJF (VER)KOPEN?





Verkoopprijzen in de lift

DE GEMIDDELDE VERKOOPPRIJS van een MKB-bedrijf lag het afgelopen half jaar rond de 2,5 miljoen euro. Bijna een op de vijf bedrijven werd zelfs voor meer dan 10 miljoen euro verkocht. En in alle sectoren zijn de verkoopprijzen in de eerste 6 maanden van dit jaar licht gestegen.

Dit zijn enkele uitkomsten van de *Brookz Overname Barometer*, ons eigen periodieke onderzoek naar cijfers en trends in de overname-markt. Het onderzoek heeft betrekking op de eerste 6 maanden van 2017 en vond plaats onder 214 fusie- en overname-advieskantoren die samen meer dan

90 procent van de MKB-overnamemarkt vertegenwoordigen (bedrijven met een omzet tussen de 0,5 en 25 miljoen euro). In dit onderzoek zijn 369 verkooptransacties uit de afgelopen 6 maanden vastgelegd. Daarvan had iets meer dan de helft een dealwaarde (verkoopprijs) van 2,5 miljoen euro of meer: 21% had een deal-

waarde tussen de 2,5 en 5 miljoen euro, 10% tussen de 5 en 7,5 miljoen euro en 7% tussen de 7,5 en 10 miljoen euro. Bijna één op de vijf MKB-bedrijven (17%) werd voor meer dan 10 miljoen euro verkocht. Uit het rapport blijkt ook dat de verkoopprijzen in alle sectoren, uitgezonderd de detailhandel, in het afgelopen half jaar zijn gestegen. Bedrijven in IT & Online werden het hoogst gewaardeerd, namelijk op ruim 6 x EBITDA.

Bouw & Installatie sector

De waarde van bedrijven in de sector Bouw & Installatietechniek steeg relatief gezien het meest en noteert nu bijna 4 x EBITDA. Volgens *Floyd Plettenberg*, partner bij Brookz en verantwoordelijk voor de Overname Barometer, is die

‘Van de gevallen waarin sprake is van een earn-out regeling bedraagt de earn-out som meestal tussen de 10 en 30 procent van de dealwaarde’

waardestijging van bedrijven in de bouwsector niet verrassend: ‘De bouwsector zit al enige tijd in de lift, dat heeft nu ook zijn effect op de prijzen die betaald worden voor bedrijven in die sector. Bouwondernemingen die de crisis ternauwennood hebben overleefd, kiezen voor verkoop nu de waarde van hun bedrijf weer iets is gestegen. Dat blijkt ook duidelijk uit de sterke toename van het aantal transacties in deze sector; namelijk 60% meer transacties dan in de periode hiervoor.’

Type kopers

Dit keer hebben we in ons onderzoek voor het eerst gekeken naar het type kopers aan wie de bedrijven zijn verkocht. In ruim de helft van de gevallen (51%) werden de bedrijven aan een strategische koper verkocht, meestal een ander bedrijf (concurrent) dat hiermee kostenvoordelen of versnelde groei weet te re-

aliseren. In 18% van de gevallen was de koper een MBI kandidaat, waarvan in 1 op de 3 gevallen de MBI kandidaat zich inkocht in samenwerking met een investeringsmaatschappij. In het geval van een management buy-out (MBO) is in bijna de helft van de gevallen een investeringsmaatschappij betrokken. In totaal is in bijna 30 procent van de transacties in het MKB een investeringsmaatschappij betrokken aan de koopzijde.

Earn out-regeling

Daarnaast hebben we dit keer ook gekeken naar de structuur van de overnametransacties: in bijna de helft van alle transacties (44%) is sprake van een earn out-regeling. Daarbij wordt een gedeelte van de verkoopprijs afhankelijk gesteld van de toekomstige omzet- en/of winstcijfers van het bedrijf. Gemiddeld duurt een earn out-regeling, zoals opgenomen

in het verkoopcontract, 25 maanden, gemeten vanaf het moment van de closing tot het moment waarop de earn out-regeling volgens het verkoopcontract eindigt. Daarbij wordt dus geen rekening gehouden met het om enige reden eerder beëindigen van de earn out, bijvoorbeeld door contractbreuk van de verkoper. In de meeste gevallen waar sprake was van een earn out-regeling bedraagt de earn-out som tussen de 10 en 30% van de dealwaarde.

Vooruitzichten

Het aantal transacties in de eerste 6 maanden van 2017 is met 5% gestegen ten opzichte van de laatste 6 maanden van 2016. En de vooruitzichten voor de tweede helft van 2017 zijn overwegend positief. Negentig procent van de overnameadvieskantoren verwacht dat de MKB-overnamemarkt de komende 6 maanden stabiel zal blijven, of verder aan zal trekken. Een minderheid van 10% verwacht dat de markt gaat verslechteren, 6 maanden geleden was dat nog 12 procent. Uitgedrukt in een rapportcijfer geven de overnameadvieskantoren een 7,8 voor het verwachte overnameklimaat in de tweede helft van 2017, tegen een 7,6 voor de eerste zes maanden van 2017.

Verschiedende type kopers

Strategische koper	51%	
Investeringsmaatschappij (zonder MBI of MBO)	16%	
MBI kandidaat (zonder investeringsmaatschappij)	12%	
Investeringsmaatschappij met MBI kandidaat	6%	
Investeringsmaatschappij met MBO kandidaat	6%	
MBO kandidaat (zonder investeringsmaatschappij)	5%	
Overig	4%	
	100%	

BRON: BROOKZ OVERNAME BAROMETER

Gemiddelde EBITDA multiple per sector (Enterprise Value)

	H1-2016	Correctie	H1-2017
IT & Online	5,9	0,15	6,05
Gezondheidszorg & Farmacie	5,95	0,05	6,0
Groothandel	5,6	0,05	5,65
Agri & Food	5,4	0,05	5,45
Industrie & Productie	5,1	0,1	5,2
Zakelijke dienstverlening	4,85	0,05	4,9
Media, Reclame & Communicatie	4,6	0,05	4,65
Horeca, Toerisme & Recreatie	3,95	0,05	4,0
Bouw & Installatietechniek	3,8	0,15	3,95
Automotive, Transport & Logistiek	3,65	0,05	3,7
Detailhandel	3,65	0	3,65

Opiniepanel MET MEDEWERKING VAN HET EXPERTPANEL VAN DE DUTCH CORPORATE FINANCE ASSOCIATION (DCFA)

ER HEBBEN ZICH DIT JAAR een recordaantal MBI-kandidaten gemeld bij de verschillende overnameadviseurs. Maar ondanks hun ambitie, eigen inbreng en indrukwekkende CV gaat het regelmatig mis nadat ze een bedrijf hebben overgenomen. Daarom deze keer de stelling:

‘De meeste managers zijn niet geschikt om een bedrijf over te nemen’



Zelfkritisch vermogen

Deze stelling is te kort door de bocht. Natuurlijk zijn er voldoende managers die capabel genoeg zijn om de stap naar het ondernemerschap te maken. Zeker die managers die de intrinsieke motivatie hebben om deze stap te maken. Waar het vaak fout gaat, is de situatie waar een manager uit noodzaak een bedrijf koopt omdat zijn arbeidsovereenkomst wordt beëindigd. Daarnaast blijkt de overstap van een corporate omgeving naar een typisch MKB-bedrijf vaak onderschat te worden. Het is vooral het aanwezige zelfkritische vermogen van de ondernemers in spé dat bepaalt of het ondernemerschap een lang leven beschoren is. Is er bijvoorbeeld in het over te nemen bedrijf voldoende kennis aanwezig waar de MBI'er niet in uitblinkt? Een ervaren overnameadviseur heeft doorgaans snel genoeg in de gaten of zijn cliënt ook ondernemerschap in zich heeft. Het komt er dan wel op aan dat dit ook eerlijk uitgesproken wordt.

Alexander den Boer
Van Oers Corporate Finance



Cultuur belangrijk

Daar ben ik het mee eens. Allereerst is manager zijn iets heel anders dan ondernemer. Ondernemer zijn betekent initiatief nemen en marktkansen najagen. Ervaring in een managementpositie bij bijvoorbeeld een grote corporate wil niet zeggen dat een MBI'er over deze vaardigheden beschikt. Integendeel. Een ander risico ligt in het MBI proces zelf: de MBI manager komt van buitenaf. Vaak wordt voor de overname veel onderzoek gedaan naar feiten en cijfers. Het culturele aspect, praten met belangrijke functionarissen, het begrijpen van klanten en leveranciers wordt last minute georganiseerd of vindt helemaal niet plaats. De MBI'er, die dus het bedrijf gaat voeren moet passen binnen de cultuur van het bedrijf. De cultuur moet behouden blijven om de medewerkers een prettige en productieve werkomgeving te blijven geven. Kortom: stel uzelf als u een MBI overweegt de vraag of u ondernemer bent én denk goed na of het bedrijf dat u overneemt ook echt – dus ook cultureel – bij u past.

Aron de Jong
Ten Kate Huizinga Corporate Finance



Regelmatig mis

Helemaal mee eens. MBI kandidaten richten zich veelal op MKB-bedrijven. In MKB-bedrijven heeft de directeur altijd ook operationele taken. Een uitgebreid en professioneel MT en/of staf ontbreekt vaak. Dit is voor een MKB-bedrijf te duur of de uitdaging voor een professional ontbreekt. Daarnaast is ondernemerschap een vereiste. Het voorgaand maakt dat MBI-kandidaten met een corporate achtergrond in de regel niet geschikt zijn voor de positie van algemeen directeur van een MKB-bedrijf en het regelmatig mis gaat. Ondanks hun indrukwekkende CV's. Zij beheersen maar een deel van het spectrum en zijn gewend zaken te kunnen delegeren. Hetgeen in MKB-bedrijven maar beperkt kan. Managers met een MKB achtergrond, missen veelal het ondernemerschap om een bedrijf echt verder te brengen. Onze voorkeur gaat dan ook uit naar ondernemers met bewezen track record die een bedrijf willen kopen, de zogenaamde OBI's. Daarbij is ervaring in de sector waarin de target opereert een absolute pré.

Jurgen van Olphen
TransEquity Network

De M&A lessen van Facebook

VOOR VEEL MENSEN STAAT FACEBOOK gelijk aan huisdierfoto's, status updates en verjaardagfelicities. Maar wist u dat u veel kunt leren over strategisch groei en fusies en overnames door het bedrijf zelf goed te bestuderen?

Sinds haar oprichting in 2004 heeft Facebook meer dan 60 bedrijven overgenomen. De bekendste hiervan zijn Instagram voor het delen van beelden (1 miljard dollar in 2012) en WhatsApp messaging service (19 miljard dollar in 2014). Met zoveel acquisities op het CV mag je gerust stellen dat M&A zich in het DNA van het bedrijf bevindt en dat er veel is te leren van de fusie- en overnamestrategie van de CEO van Facebook, *Mark Zuckerberg*. Dit zijn de vijf belangrijkste M&A-lessen van Facebook.

#1 Cultuur is belangrijk

Facebook's fusie & overname activiteiten worden gekenmerkt door het adagium 'cultuur eet strategie voor ontbijt'. Dit betekent zeker niet dat Zuckerberg en zijn staf geen duidelijke strategie hebben achter hun acquisities. Maar het Facebook-management beseft heel goed dat de bedrijfscultuur niet onderschat moet worden. Facebook richt zich daarom ook vooral op het vinden van bedrijven die de cultuur van Facebook kunnen versterken. Daarnaast worden bij de overgenomen

bedrijven al in een vroeg stadium de Facebook waarden en normen ingebracht. Facebook is opgericht in februari 2004, waardoor het een relatief jong bedrijf is. Bijna alle bedrijven die ze hebben overgenomen in de afgelopen 13 jaar waren zelfs jonger. De platte structuren, de capaciteit voor snelle verandering en de innovatie-mentaliteit die je vaak ziet bij startups, hebben een gemeenschappelijk platform gecreëerd voor de Facebook-cultuur en de bedrijven in haar groeiende portfolio. Een culturele mismatch is vaak een belangrijke oorzaak van een mislukte overnamedeal. Vandaar dat Facebook zoveel aandacht schenkt aan de bedrijfscultuur van het over te nemen bedrijf.

#2 Meer dan één type overname

In de meeste gevallen wordt bij een acquisitie het overgenomen bedrijf volledig geïntegreerd ('opgeslokt') door het moederbedrijf. Maar er zijn meerdere smaken. De target kan ook verder groeien onder eigen naam en merk. Deze tweede optie is vooral relevant bij het verwerven van een sterk merk met een grote klan-

ten- of gebruikersbasis. Na hun overname door Facebook zijn zowel Instagram als WhatsApp voortgezet onder hun eigen namen. Wat de aankoop van Instagram betreft, zegt Zuckerberg: 'We moeten rekening houden met het behouden en opbouwen van Instagram's sterke punten en eigenschappen, in plaats van te proberen om alles in Facebook te integreren. Miljoenen mensen over de hele wereld houden van de Instagram-app en het bijbehorende merk, en ons doel is om deze app en het merk te verspreiden naar nog meer mensen.'

#3 Vasthouden aan je kernactiviteit

Alle overnames en alles wat Facebook doet staat ten dienste van de algemene strategie en visie van het bedrijf en die luidt: 'Een bijdrage leveren aan het bouwen van een sociale infrastructuur die de mensen de mogelijkheid geeft een wereldwijde gemeenschap te bouwen die voor iedereen werkt.' Zuckerberg heeft ook duidelijke ideeën over hoe Facebook deze visie koppelt aan het doen van strategische overnames: 'Je kunt heel veel



Mark Zuckerberg

zaadjes planten en vervolgens afwachten wat eruit gaat komen. Maar dat is niet hoe wij M&A benaderen. Onze missie en strategie staan voorop en vervolgens kijken we welke producten en diensten we daarbij nodig hebben. Dat is voor ons de ultieme leidraad voor de bedrijven die we overnemen'. Dit laatste blijkt ook uit de overname van Instagram. Zuckerberg: 'We proberen te leren van de ervaring van Instagram om soortgelijke kenmerken te bouwen in onze andere producten: het leveren van de beste foto-sharing ervaring is één van de redenen waarom zoveel mensen van Facebook houden. Daarom was het de moeite waard om deze twee bedrijven samen te brengen.' Een soortgelijke motivatie zat ook achter de aan-

koop van virtual reality-bedrijf Oculus VR (2 miljard dollar in 2014). Zuckerberg: 'Oculus is voor ons een lange termijn weddenschap op de toekomst van computing. Elke 10 tot 15 jaar komt er een nieuwe grote computertrend en we denken dat virtual en augmented reality belangrijke onderdelen zijn van ons toekomstige platform.'

#4 Disruptie is overal

Geen enkel bedrijf is immuun voor verandering, ook Facebook niet. En niemand weet dat beter dan Facebook zelf. Het bedrijf heeft herhaaldelijk bedrijven gekocht die als concurrenten beschouwd konden worden, of die het zouden kunnen worden. Daarbij heeft Facebook ge-

constateerd dat strategische aankopen een snelle en effectieve manier zijn om nieuwe, innovatieve technologie aan te schaffen. Toen Facebook realiseerde dat ze moeite hadden om een positie op de mobiele markt te veroveren, was de overname van Instagram daarom een logisch onderdeel van de oplossing. De goed gevestigde 'mobile first' mentaliteit die Facebook en vele anderen nu uitdraagt, maakt het moeilijk om te voorstellen hoe Facebook, met zijn webbased platform, ooit met mobiel heeft geworsteld. Omgekeerd lag Instagram, dat begon als een mobiele app, lichtjaren voor op het gebied van gebruikerservaring en trok het veel Facebookgebruikers weg om foto's te delen. Facebook heeft in de loop der jaren herhaaldelijk aangetoond dat het bedrijf in staat is om te herkennen waar ze tekort schiet. Om vervolgens met behulp van een strategische overname zich weer te herpakken en als het moet opnieuw uit te vinden.

#5 Je kunt niet alles winnen

We hebben het nu een paar keer gehad over Instagram en WhatsApp maar Facebook 's bekendste acquisitieverhaal gaat over de deal die er nooit is gekomen: hun herhaalde pogingen om Snapchat over te nemen. Nadat Facebook in eerste instantie al 1 miljard dollar had geboden, ging Snapchat in 2013 – na verschillende onderhandelingsrondes – zelfs niet akkoord met een bod van 3 miljard dollar. Daarmee was voor Zuckerberg de zaak af en lijkt hij geaccepteerd te hebben dat Snapchat niet in zijn portefeuille zal belanden. Inmiddels is hij ook van strategie veranderd en is Facebook druk bezig om zelf deze diensten te gaan ontwikkelen en bedrijven met soortgelijke producten te kopen. Bijvoorbeeld in 2016 met de overname van MSQRD, een app waarmee je, zoals bij Snapchat, maskeren, filters, etc. real time kunt toepassen op foto's en video's.

Dit artikel wordt u aangeboden door
Admincontrol, leverancier van Virtuele
Data Rooms voor veilig en efficiënt delen
van informatie.
Meer info www.admincontrol.com/nl

‘Uitzendwerk levert flexibiliteit’

DE GROEIENDE ECONOMIE zorgt inmiddels weer voor schaarste op de arbeidsmarkt. Uitzendkrachten bieden een oplossing, maar zijn in de perceptie van veel ondernemers nogal duur. Onzin, meent Jurriën Koops van de ABU: ‘Slimme ondernemers begrijpen dat ze niet alles zelf moeten willen doen’.

De Nederlandse economie draait medio 2017 weer op volle toeren. En daarmee neemt ook de vraag naar nieuw personeel evenredig toe. In sectoren als de bouw, industrie en logistiek is zelfs al weer sprake van een nijpend tekort. Volgens *Jurriën Koops*, directeur van de Algemene Bond Uitzendondernemingen (ABU), merkten de uitzendbureaus al vanaf 2014 dat de arbeidsmarkt het dieptepunt had bereikt. Koops: ‘De uitzendbranche ligt qua ontwikkeling een jaar voor op de rest van de arbeidsmarkt en is daarmee een belangrijke leading indicator. Wij zagen drie jaar geleden al een kentering van de markt. Daarbij werden de eerste groeischeuten grotendeels opgevangen door de uitzendbureaus: in 2015 werd 70 procent van de banengroei ingevuld door uitzendkrachten, in 2016 was dat de helft en dit jaar zal dat zo rond de 40 procent zijn.’

Voor al kleinere MKB-bedrijven (1-49 medewerkers) is volgens Koops het aandeel uitzendbanen de laatste jaren sterk toegenomen. Op dit moment maakt ongeveer 40 procent van deze bedrijven

gebruik van een of meerdere uitzendkrachten, dat was tien jaar geleden nog maar 30 procent. Koops: ‘Veel ondernemers hebben de crisis nog vers in het achterhoofd en durven de stap naar een vast contract nog niet aan.’

Geen werkgeversrisico

Uitzendkrachten maken onderdeel uit van de zogenaamde ‘flexibel schil’, een groep die inmiddels bijna vijfendertig procent van de arbeidsmarkt uitmaakt. Deze schil bestaat – als je het relateert aan de totale beroepsbevolking – uit uitzendwerk en payroll (3%), ZZP’ers (12,3%), tijdelijke contracten (7,6%) en oproep- en o-urencontracten (11%). Door de flexibele schil zijn bedrijven beter in staat om te kunnen mee-ademen met seizoenschommelingen en economische fluctuaties.

Naast het feit dat uitzendwerk flexibiliteit levert, zijn er volgens Koops nog een aantal voordelen. Omdat de werknemer in dienst is van het uitzendbureau, kunnen ondernemers werving, selectie en administratieve zaken uit handen geven. Daarnaast krijgt een ondernemer – zeker

als het gaat om sectoren waar arbeid schaars is – een goede en gemotiveerde medewerker in huis en heeft hij tijdens de inhuurperiode alle gelegenheid om een uitzendkracht beter te leren kennen.

Maar misschien nog wel het grootste voordeel van het inhuren van uitzendkrachten is dat het werkgeversrisico van ziekte en ontslag bij de uitzendorganisatie ligt. Koops: ‘Vooral bij kleinere bedrijven is langdurige doorbetaling van zieke werknemers of het moeten betalen van een forse ontslagvergoeding de nachtmerrie van elke ondernemer. Het zal niet de eerste keer zijn dat door de stress en de financiële gevolgen van zo’n gebeurtenis een bedrijf in de problemen raakt.’

Toegevoegde waarde

Ondanks de genoemde voordelen zijn veel ondernemers in de praktijk nog steeds terughoudend om uitzendkrachten in te huren. Zo is er allereerst het nadeel dat de flexibiliteit niet alleen geldt voor de werkgever maar ook voor de uitzendkracht. Vooral als een functie enige inwerktijd vraagt kan het erg vervelend



Jurriën Koops

zijn als een tijdelijke kracht er opeens mee ophoudt. Bijvoorbeeld omdat hij of zij elders meer kan verdienen of een leukere baan kan krijgen.

Daarnaast hikken veel ondernemers tegen het kostenplaatje aan. Uitzendkrachten zijn relatief duur, zo is de gedachte. Feit is dat, afhankelijk van kennis en ervaring, de totale kosten van een uitzendkracht kunnen oplopen tot meer dan twee keer het brutoloon. Dat is toch niet gering? Koops: 'Je moet verder kijken dan alleen het brutoloon, denk ook aan kosten voor werving en selectie, eventuele training en doorbetaling bij ziekte. Als je dit allemaal meeneemt en bedenkt dat je alleen voor productieve uren betaalt, dan ligt het omslagpunt voor het inhuren van een uitzendkracht rond de tien maanden. Heb je iemand langer nodig, dan kun je hem of haar beter een contract aanbieden.

Last but not least hebben ondernemers volgens Koops vaak last van een verkeerde zuinigheid. 'Ze lossen piekmomenten liever op door eigen personeel over te laten werken of zelf 's avonds en in het weekend nog even door te trekken. Dat kan incidenteel een oplossing zijn, maar op den duur leidt dat meestal tot overbelasting en een hoger ziekteverzuim. Een slimme ondernemer richt zich vooral op de business, daar ligt zijn grootste toegevoegde waarde.'

Zekerheid en duurzame relaties

De flexibele schil is inmiddels niet meer weg te denken, de behoefte van bedrijven aan flexibiliteit is permanent. Uitzendwerk zal daarvan ook de komende jaren een belangrijk onderdeel uit blijven maken. Niet alleen voor 'piek en ziek', maar ook voor structurele flexibili-

teit. Waren het voorheen vooral grote bedrijven die gebruikmaakten van uitzendwerk, nu ondersteunen uitzendbureaus steeds vaker ook MKB-bedrijven bij het organiseren van werk. Maar die flexibiliteit kent volgens de ABU-directeur ook zijn grenzen. Koops: 'Ik begrijp dat ondernemers hun werkgeversrisico zoveel mogelijk willen beperken. Maar werknemers hebben ook behoefte aan zekerheid en duurzame relaties. Daarom is het belangrijk dat de drempel voor het aangaan van een vaste arbeidsrelatie in Nederland wordt verlaagd. Bijvoorbeeld door het verminderen van de administratieve lasten en het beperken van doorbetaling bij ziekte of ontslag. Het klinkt misschien gek uit mijn mond, maar het moet voor ondernemers weer een feestje worden om een vast contract aan te kunnen bieden.'

Beauty Queen

ONLANGS NAM ELLES GROOTHERDER het cosmeticabedrijf Triple A Cosmetics uit Lobith over. Daarmee ging voor haar een lang gekoesterde wens in vervulling. Want na 18 jaar loondienst werd het tijd voor een eigen bedrijf. 'Als ik het nu niet had gedaan, zou het er waarschijnlijk niet meer van gekomen zijn.'

Elles Grootherder (41) heeft het eigen ondernemerschap van jongs af aan meegekregen. Haar ouders hadden een supermarkt in Doetinchem en het was vanzelfsprekend dat ze regelmatig een handje meehielp in de zaak. Dat ze ooit zelf nog een keer een bedrijf zou beginnen stond voor haar vast, maar in eerste instantie ging ze na haar studie bij de Bovemij Verzekeringsgroep aan de slag. Het traineeship werd uiteindelijk een loopbaan van 18 jaar, waarbij uitgebreide ervaring werd opgedaan in verschillende commerciële en operationele (management)rollen. Grootherder: 'Het probleem was dat ik het bij Bovemij veel te goed had. Dan is het moeilijk om dat zo maar achter je te laten.' Het bereiken van haar veertigste verjaardag, in combinatie met een persoonlijk verlies, gaf vorig jaar de doorslag om toch de stap naar een eigen bedrijf te zetten. Grootherder: 'Ik besepte ineens: het leven is kort, je moet geen plannen uitstellen. Als ik het nu niet zou doen, zou het er waarschijnlijk niet meer van gekomen zijn.'

Persoonlijke klik

Na een bezoek aan de Nationale Overname Dag in 2015 en wat oriënterende gesprekken met verschillende adviseurs, besloot ze zich in te schrijven bij MBI-specialist BuyInside. Daar leerde ze in eerste instantie om haar zoektocht concreet te maken aan de hand van een duidelijk zoekprofiel. Grootherder: 'Ik had in eerste instantie geen idee. Gaandeweg kwam ik er achter dat het in ieder geval een bedrijf met een concreet product moest zijn, de sector maakte me niet zoveel uit.'

September 2016 bracht BuyInside haar in contact met Triple A Cosmetics. Een modern cosmeticabedrijf gespecialiseerd in de ontwikkeling en productie van private label cosmetica. Daarnaast is Triple A actief in badproducten op de kerstpakkettenmarkt. Grootherder: 'Ik had het van tevoren niet kun-

Deal: Overname Triple A Cosmetics
Omvang: 11 FTE
Koper: Elles Grootherder
Adviseur: BuyInside (koper)
Sinds: Juni 2017
Financiering: Eigen middelen en bank

nen verzinnen, maar het was alsof het zo had moeten zijn.' Na een aantal persoonlijke gesprekken met de oud-eigenaar was er een persoonlijke klik en ontstond het vertrouwen dat ik een geschikte opvolger zou kunnen zijn.'

Toen dat vertrouwen er eenmaal was, werden de gesprekken wat zakelijker en

kwamen ook de cijfers op tafel. Samen met een adviseur van BuyInside dook Grootherder in de boeken. In de daarop volgende onderhandelingen liet ze het woord voeren door haar adviseur, maar ze zat er altijd wel zelf bij. Grootherder: 'Je moet in dat soort situaties vooral oppassen voor emoties over en weer. Het werkte daarom beter om de adviseur de kritische noten te laten kraken.' Belangrijkste les voor Grootherder is dat je tijdens een overnametraject vooral niet teveel haast moet hebben. Grootherder: 'Het is een proces en dat heeft gewoon z'n tijd nodig. Als je dat gaat forceren ontstaan er irritaties en loop je kans dat het uiteindelijk zelfs stuk loopt.'

Verbeterpotentieel

Negen maanden na het eerste gesprek werd het overnamecontract afgelopen juni getekend bij de notaris. De oud-eigenaar blijft nog tot eind dit jaar als commercieel adviseur verbonden aan het bedrijf. Grootherder: 'Onze kracht is "groot blijven in kleine aantallen". Private label producten zijn bij ons al mogelijk vanaf 100 stuks. Klantgerichtheid, flexibiliteit en continuïteit zijn voor mij de belangrijkste kernwaarden binnen ons bedrijf. Ik zie het nodige verbeterpotentieel, anders was ik hier niet aan begonnen. Dat zit allereerst in het efficiënter maken van een aantal processen, maar op den duur zie ik zeker ook mogelijkheden voor een eigen cosmeticamerk. Maar ook hier geen haast, we doen alles stapje voor stapje. Zorgvuldigheid staat bij mij altijd voorop.'



Elles Grootherder

Wolkenridders

AFGELOPEN ZOMER REALISEERDE de directie van Fairbanks een management buy-out, gefinancierd door Rabobank en Main Mezzanine Capital. Het nieuwe kapitaal wordt aangewend voor een (internationale) buy & build-strategie. 'Een promotie van de Jupiler League naar de Champions League.'

Fairbanks levert op maat gemaakte, private cloudoplossingen aan grootzakelijke klanten, waaronder Cendris, Universiteit de Luxembourg en SMT. Het bedrijf uit Amersfoort werd in 2005 opgericht door *Ruud Harmsen*, een ervaren IT-ondernemer, die in de beginjaren vooral inzette op de verkoop van IT-producten via databasemarketing en telefonische verkoop. Dit leidde in korte tijd tot een handelsbedrijf met een omzet van 10 miljoen euro. Harmsen: 'Door de crisis en heftige concurrentie werd dit voor ons een steeds minder aantrekkelijke markt om ons in te begeven.' In 2009 kwam *Ben van der Vegt* bij Fairbanks aan boord, een doorgewinterde manager met een goed gevoel voor trends en ontwikkelingen in de ICT. Met de komst van Van der Vegt werd ook de strategische koers van Fairbanks verlegd van handelsbedrijf naar IT-dienstverlener. Van der Vegt: 'We zagen dat de klassieke ICT-markt met vendor lock-in, beperkte groeicapaciteit en grote investeringen op zijn eind liep. De toekomst lag in open source en cloud-oplossingen in combinatie met flexibele abonnementen.'

Opschakelen

In het verlengde van deze strategische koersverlegging is Fairbanks vanaf 2012 een van de trekkers geweest van de Nederlandse community rondom OpenStack. Een open source platform waarmee snel en kostenefficiënt cloud-oplossingen kunnen worden gebouwd. Dit heeft er mede toe geleid dat het bedrijf inmiddels een toonaangevende speler is geworden in de Nederlandse en Europese markt voor private cloud-oplossingen. De vraag die de laatste tijd voor beide ondernemers steeds vaker op tafel lag: 'Hoe breiden we dat succes nu verder uit?'. Harmsen: 'Tot nu toe zijn we altijd autonoom gegroeid, volledig gefinancierd vanuit de eigen cashflow. Maar de kansen zijn zo groot en de markt is ook nog eens internationaal; als je daar serieus in mee wilt spelen, moet je als bedrijf wel opschakelen.'

Eind 2016 kwamen Harmsen en Van der Vegt in contact met

Deal: Management buy-out Fairbanks
Omvang: 15 FTE
Verkoper: Ruud Harmsen, Ben van der Vegt
Adviseur: Marktlink (verkoper)
Sinds: Juli 2017
Financiering: Main Mezzanine Capital, Rabobank en eigen middelen

Jan Dijkmans van Marktlink Het leidde tot een aantal gesprekken met verschillende investeringsmaatschappijen waarbij uiteindelijk Main Capital overbleef. Harmsen: 'Met Main hadden we vanaf het eerste gesprek een goede klik. Bovendien zijn zij een echte sectorspecialist met veel kennis en ervaring in de ICT. Dat sprak ons erg aan.' Wat de beide ondernemers ook aansprak, was het feit dat Main kon

financieren door middel van een achtergestelde lening, waardoor Harmsen en Van der Vegt zeggenschap konden behouden.

Van der Vegt: 'Het was dus Marktlink die met het idee kwam van een pre-exit. Met deze constructie kunnen Ruud en ik al een stukje van de opgebouwde waarde veiligstellen en vervolgens met de nieuwe financiële partner verder ondernemen in een nieuw op te richten bedrijf.'

Internationale groeiambities

Na enkele maanden stevig onderhandelen werden eind juli de handtekeningen gezet bij de notaris. Resultaat is een management buy-out, gefinancierd door Main en Rabobank, in combinatie met de oprichting van het nieuwe bedrijf Fairbanks International Group BV met de Fairbanks-directie als aandeelhouders. Deze kapitaalinjectie betekent voor Harmsen en Van der Vegt dat ze nu over de middelen beschikken om hun (internationale) groeiambities te realiseren. Van der Vegt: 'We hebben inmiddels drie profielen liggen voor overnamekandidaten. Het zal in ieder geval gaan om een of meerdere gerichte overnames, meer kunnen we daar op dit moment niet over zeggen.' Harmsen en Van der Vegt zien de uitvoering van hun buy & build strategie als een interessante en spannende uitdaging die ze graag aangaan. Harmsen: 'Het dwingt Ben en mij om met een andere bril naar de groei en waardecreatie van ons bedrijf te kijken. Daarbij moeten we zelf ook opschakelen: het voelt alsof we zijn gepromoveerd van de Jupiler League naar Champions League.'



Ruud Harmsen

Ben van der Vegt

Sectormonitor Bouw & Installatie

Capaciteitsovernames

DE BOUW IS ÉÉN VAN DE STERKSTE GROEISECTOREN in de Nederlandse economie. Het toenemende tekort aan vakmensen zorgt voor een stijging van het aantal bedrijfsovernames. In het eerste kwartaal van 2017 is het aantal fusies en overnames verdrievoudigd ten opzichte van vorig jaar.

In de bouwsector waren op 1 januari 2016, 153.715 bedrijven actief. Samen waren zij goed voor een jaarproductie van ruim 60 miljard euro, of 4,5 procent van het bruto binnenlands product. In 2016 steeg de totale omzet van bouwbedrijven met 6,5 procent. Dit jaar zal de groei van de Nederlandse bouwproductie naar verwachting verder toenemen met 4 procent. De woningbouw zal in 2017 iets afkoelen door een afnemende uitgifte van vergunningen. De voorspelling is dat de groei van de bouwsector zal afvlakken naar 2,5 procent in 2018.

Sinds 2014 laat volgens het CBS het aantal fusies en overnames in de bouwsector een stevige groei zien, met een totaal van 490 fusies en overnames in 2016, een stijging van 18 procent ten opzichte van 2015. In het eerste kwartaal van 2017 is het aantal fusies en overnames zelfs verdrievoudigd ten opzichte van vorig jaar. Volgens *Richard Olde Hartman*, van het in bouwbedrijven gespecialiseerde *Olde Hartman Advies*, wordt de toename van het aantal fusies en overnames in de bouw gedreven door de krappe arbeidsmarkt. *Olde Hartman*: 'Vooral bij bouwbedrijven in de Randstand is er een nijpend tekort aan personeel en neemt het aantal capaciteitsovernames sterk toe. Daarnaast zien we ook het aantal

strategische overnames toenemen: veel middelgrote bouwbedrijven zijn op zoek naar verbreding van hun portfolio en geografische uitbreiding.' *Olde Hartman* verwacht dat tot 2019 het aantal transacties licht zal toenemen en de gemiddelde verkoopprijzen iets zullen stijgen. *Olde Hartman*: 'De individuele verkoopprijs zal met name bepaald worden door het specifieke segment en de marktpositie van het bedrijf.'

Woningbouw drijvende kracht

De woningbouw is dé drijvende kracht achter de huidige hoge groeicijfers van de bouwsector. Het is de nieuwbouw, maar vooral ook de verbouw van woningen die door de aangetrokken woningmarkt de kar trekt. In 2016 werd er voor bijna 25 miljard euro geproduceerd in de woningbouw, 39 procent van de totale productie in de hele bouwsector. De woningmarkt is het afgelopen jaar sterk gegroeid, het herstel vanaf 2015 was zeer krachtig. Knelpunten als te weinig ontwikkelcapaciteit bij gemeenten en ontwikkelaars worden langzaam overwonnen. Ook corporaties hebben voor het eerst sinds jaren weer meer nieuwbouwplannen. In 2015 werden er 21,7 procent meer huizen verkocht dan in 2014, vorig jaar stegen dezelfde verkopen zelfs met ongeveer 25

procent. In de eerste maanden van dit jaar zette deze groei zich onverminderd voort. Het aantal verkochte huizen kwam in de eerste drie maanden uit op 55.911 huizen, ruim 30 procent meer dan in het eerste kwartaal van vorig jaar.

De woningbouw profiteert, na een aantal magere jaren weer van het verbeterde economische sentiment. Waar de afgelopen jaren, door de crisis, de transacties in de woningbouw een lange tijd op een laag pitje hebben gestaan, vindt in de sector momenteel een heuse inhaalslag plaats. Volgens *Bas Brusche* van *Factor Bedrijfsovernames* wordt die trend nog eens versterkt door het grote aantal DGA's op leeftijd die de verkoop van hun bedrijf de afgelopen jaren voor zich uit hebben geschoven. *Brusche*: 'De bouwkolom wordt gekenmerkt door veel familiebedrijven, verkoop wordt vaak lang uitgesteld als gevolg van de emotionele binding. Daarbij is de winstgevendheid sinds de crisis-jaren bij veel bedrijven pas langzaam hersteld, waardoor voor veel ondernemers de mogelijke te realiseren verkoopprijs te ver af stond van de gewenste opbrengst.' Nu de laatste verliesgevendende projecten in de orderportefeuille worden vervangen door kwalitatief goede projecten wordt de woningbouw ook weer aantrekkelijk voor een investeerders. Mede hierdoor



‘Vooral bij bouwbedrijven in de Randstand is er een nijpend tekort aan personeel en neemt het aantal capaciteitsovernames sterk toe’

steeg het aantal fusies en overnames in de woning- en utiliteitsbouw tussen 2015 en 2016 van 165 naar 205, een stijging van 24 procent. Met deze 205 overnames neemt de branche samen met de utiliteitsbouw 41 procent van alle fusies en overnames in de bouwsector voor zijn rekening.

Utiliteitsbouw laat-cyclisch

De utiliteitbouw is laat-cyclisch en heeft nog steeds te maken onderbenutting en leegstand van bestaande gebouwen. De sector maakt met een jaarlijkse productie van 18 miljard euro, 29 procent van de totale jaarlijkse Nederlandse bouwproductie uit. De investeringen in de utiliteitsbouw waren het afgelopen jaar met een totaal van 17 miljard euro, goed voor 27 procent van de totale investeringen in de bouw (63 miljard). Inves-

teringen in de bedrijfsgebouwen zijn laat cyclisch. Vaak investeren bedrijven bij economisch herstel eerst in hardware, software, machines en het wagenpark voordat zij beginnen aan het bedrijfspand. Mede hierdoor groeiden voor het eerst sinds 2011, in 2016 de investeringen in bedrijfsgebouwen weer (+ 0,8 procent). Met de groei in investeringen neemt ook het aantal orders in de portefeuille van de utiliteitsbouwers sterk toe. Waar zij in 2014 nog voor 6 maanden werk hadden, beschikten zij in het begin van 2017 over een voorraad van 9 maanden arbeid, het hoogste niveau van deze eeuw. Belangrijke reden voor deze stijging was, naast de groeiende investeringen, een eerder afgenomen capaciteit door reorganisaties en faillissementen. Een kleinere capaciteit zorgt voor meer maanden werk in de portefeuille.

Ook het aantal fusies en overnames in de utiliteitsbouw is de laatste twee jaar weer op gang gekomen. Volgens *Michael Weijnsfeld* van Florijnz Corporate Finance, heeft ook de utiliteitsbouw daarbij te maken met de gevolgen van de vergrijzing. Bedrijfseigenaren worden ouder en bedrijfsopvolging binnen de familie vindt minder vaak plaats. Een ander punt zijn de lagere transactieprijzen. Weijnsfeld: ‘Doordat utiliteitsbouwers vooral werken op projectbasis met nauwelijks terugkerende omzet, liggen de transactieprijzen over het algemeen lager dan voor gemiddelde bouwbedrijven. Dat zet ook een rem op de verkoopbereidheid van de eigenaren. Toch geldt ook hier dat voor een bedrijf met het juiste personeel, kennis of marktaandeel, strategische kopers bereid zijn een goede prijs te betalen.’

GWV weer in de lift

Mede door enkele grote infrastructuurprojecten zit ook de Grond, Weg en Waterbouw weer in de lift. De sector is met 15 miljard goed voor 25 procent van de totale bouwproductie in Nederland. Door de aangetrokken woningbouw waren de GWV-bedrijven aan het begin van dit jaar weer positief gestemd. Meer woningen zorgen voor een stijging in de vraag naar nieuwe toegangswegen en bestrating. Deze positieve ontwikkeling zorgt ervoor dat het vertrouwen van GWV-bedrijven zich op het hoogste niveau sinds jaren bevindt en dat ook deze sub-sector de weg omhoog weer gevonden heeft.

De GWV-sector heeft als enige branche in de bouwsector te maken met een afname van het aantal fusies en overnames, van 40 in 2015 naar 25 in 2016 (-37,5 procent). Met deze 25 overnames neemt de branche maar 5 procent van alle fusies en overnames in de bouwsector voor zijn rekening. De sector lijdt voornamelijk onder een afname van het aantal aanbestedingen vanuit de overheid. De GWV-sector werd lange tijd, mede door de omvang van de projecten, gedomineerd door grote partijen. Deze hebben echter nog steeds last van oude, slecht renderende projecten in de orderportefeuille, aangenomen in de crisisjaren. Hierdoor zijn volgens Olde Hartman niet de grote partijen, maar juist de middenbedrijven het meest actief in de

overnamemarkt. Olde Hartman: 'Doel van die overname is vooral het aankopen van kennis en personeel en het kunnen bereiken van een nieuwe geografische markt.' Voor een GWV-bouwer wordt over het algemeen een lagere transactieprijs betaald dan in de rest van de bouwsector. De EBITDA-multiple ligt daarom onder het gemiddelde voor de bouwsector van 3,95 x EBITDA (bron: Brookz Overname Barometer). Toch kan, ook voor een GWV-bouwer met de juiste kennis en het juiste personeel, fors meer betaald worden.

Installatiesector gefragmenteerd

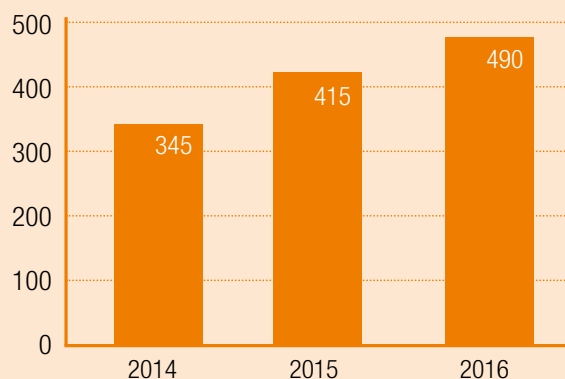
De installatiebranche is zich sinds 2015 aan het herstellen. Omdat installatiebedrijven vaak opereren aan het einde van de bouwketen, is de sector, net zoals de gehele bouwnijverheid, laat cyclisch. Opvallend is het grote omzetaandeel van het kleinbedrijf (27 procent) in de totale omzet van de sector. Het ingezette herstel onder de installateurs wordt vooral gedragen door nieuwbouw en renovatie. De belangrijkste stimuli zijn de groeiende economie en toenemende private investeringen. Andere positieve signalen uit de branche zijn het herstel van het prijsniveau en een lichte groei van de werkgelegenheid. De installatiesector is sterk gefragmenteerd, dit komt voornamelijk door het van oudsher lokale karakter van de branche. Andere redenen zijn de vele

deelmarkten, het brede technische bereik en de afwezigheid van schaalvoordelen.

In de installatiesector is sprake van een groei van het aantal fusies en overnames. Dit komt volgens Weijzenfeld doordat steeds meer installateurs de stap maken naar een totaalaanbieder. Weijzenfeld: 'Door een schaarste aan gekwalificeerd personeel en een vergrijzing van de samenleving, vinden er steeds vaker bedrijfsovernames plaats vanwege een probleem met de bedrijfsopvolging. Vanwege de versnippering en het lokale karakter van de markt, kan een overname de enige mogelijkheid zijn tot het aanwezig zijn in een regio, of het verhogen van de omzet'.

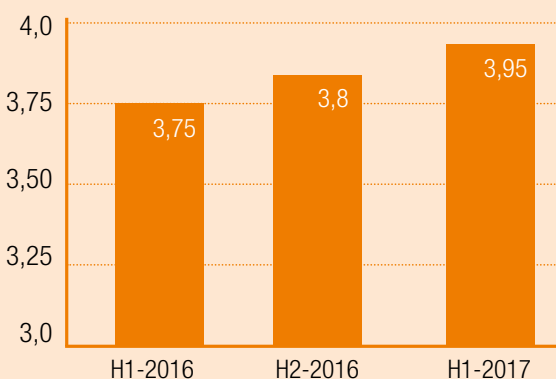
Voor installatiebedrijven worden in de bouwsector gemiddeld de hoogste transactiepreisen betaald. De branche maakt steeds meer de beweging tot een echte verkopersmarkt, waarin specifieke kennis, toegang tot een geografische regio en kwaliteit van het personeel zaken zijn waarvoor flink extra wordt betaald. Populaire sectoren voor bedrijfsovername binnen de branche zijn engineering, telecom, IT en automation. De gemiddelde EBITDA-multiple welke bij de verkoop van een installatiebedrijf wordt gehanteerd, ligt hierdoor hoger dan het gemiddelde van 3,95 x EBITDA voor de bouwsector in het algemeen.

Aantal fusies & overnames Bouw



Bron: CBS

Gemiddelde EBITDA-multiple Bouw & Installatie



Bron: Brookz Overname Barometer



REGEL JE OVERNAMESOM TOT € 1.000.000 MET **KNAB** **CROWDFUNDING** **(OVERNAMES)**

- 125.000 potentiële investeerders (én klanten)
- Knab investeert altijd 10% mee
- Ontvang een mediapakket (t.w.v. € 1.000)

Om als ondernemer een bedrijfsovername te doen heb je vaak een financiering nodig. Dit kan lastig zijn om te regelen. Knab Crowdfunding (overnames) brengt jou als ondernemer in contact met Knab klanten die graag investeren in ruil voor een mooi rendement.

FINANCIERING BIJ OVERNAMES

Je wilt natuurlijk dat een bedrijfsovername discreet verloopt. Hierdoor is het onder normale omstandigheden lastig om je financiering direct aan 'de crowd' aan te bieden. Daarom financieren we de overnamesom maximaal 2 maanden vooruit. In deze 2 maanden breng je de totale verkregen overbruggingsfinanciering alsnog naar ons crowdfundplatform.

In deze 2 maanden regel je alles voor een succesvolle crowdfundcampagne met maximale marketingwaarde. Knab regelt – samen met Collin Crowdfund – deze (voorfinanciering) in combinatie met een reguliere Knab Crowdfundlening.

CONTACT

Mail naar crowdfunding@knab.nl o.v.v. Crowdfunding Overnames. We sturen je dan een hand-out met alle informatie toe. Als je je telefoonnummer e-mailt nemen we graag contact met je op!

knab
CROWDFUNDING
powered by Collin

Ruben Timmerman (1980) is oprichter van Springest, de grootste onafhankelijke vergelijkingssite van Nederland voor opleidingen, trainingen en cursussen. Hij studeerde Rechten en later Informatiekunde aan de Universiteit Utrecht. Springest werd opgericht in 2008 en is inmiddels ook in de UK, België, Duitsland en Rusland actief. Eerder was Ruben online marketing en usability expert en schreef hij voor o.a. Frankwatching en Marketingfacts.

‘Met HAL Investments speel je Champions League’

RUBEN TIMMERMAN is de oprichter van Springest, een marktplaats voor opleidingen die onlangs onderdak vond bij de FD Mediagroep. Hoe manoeuvreer je tussen investeerders en onderhandel je met de grote jongens? ‘We gaan wel effe normaal doen hè!’

Springest is precies wat je van een hippe Amsterdamse scale-up verwacht. Je loopt binnen in een mooi verbouwd pakhuis aan de rand van het centrum, waar twintigers en dertigers chaotisch broodjes smeren met hummus, opgevolgd met blaadjes groen en avocado. Vanzelfsprekend ontbreekt de pingpongtafel niet.

Tussen de medewerkers aan de lunchtafel zou je de oprichter er niet tussenuit halen - nauwelijks ouder dan zijn medewerkers en even casual gekleed. Op bontgekleurde sokken en met een bak rauwkost binnen handbereik, praat Ruben Timmerman ontspannen over zijn zakelijke avonturen.

Maar let op.

Achter zijn semi-nonchalante optreden schuilt een internetondernemer met een missie die hem tot marktleider heeft gemaakt in Nederland. Zijn marktplaats voor opleidingen bedient niet alleen individuele professionals, maar ook bedrijven als ING, PostNL en Aegon die het platform gebruiken om intern cursussen te organiseren. Nu wil Springest Duitsland veroveren met groeigeld van een de grootste investeerders van Nederland. Onlangs verwierf de FD Mediagroep - met HAL Investments als eigenaar - een minderheidsbelang in Springest. Twee jaar geleden zat Sanoma nog aan tafel als aandeelhouder, en tot voort kort enkele angel investors. Zo heeft Timmerman in iedere fase van zijn onderneming behendig zijn funding geregeld.

Waarom heeft de FD Mediagroep geïnvesteerd, die volledig op Nederland is gericht?

‘Het Financieel Dagblad heeft veel bereik in de zakelijke markt en geld - een goede combinatie. We krijgen een goede korting met adverteren en kennis hoe we moeten inkopen. Ook telt dat het FD een grote B2B-sales kant heeft, waarmee we samen kunnen optrekken. HAL zit er boven met een internationaal netwerk en heeft bovendien een langetermijnvisie. Venture capital wil er vaak na drie tot vijf jaar al uit, HAL niet. Dat past bij mij omdat ik hier nog 10 jaar aan wil werken, ik wil toekomstbestendig oppompen.’

Je hebt kennelijk een missie die investeerders overtuigt. Wat is die missie?

‘Onze missie is dat iedereen zijn potentieel bereikt. Onze holy grail is dat je ons vertelt wie je bent en waar je werkt, en dat wij je vertellen waar je heen kunt qua ontwikkeling. Wij moeten eerder weten wat je moet leren, en waar de maatschappij op zit te wachten, dan jijzelf. Daarvoor is technologie nodig zoals machine learning om bijvoorbeeld te zien dat jouw profiel lijkt op dat van Kees en Piet. Piet heeft zich op een bepaalde manier ontwikkeld, maar jij wil een iets andere kant op, dus adviseren we je wat je moet leren. Maar we kijken niet alleen naar geschiedenis maar ook naar wat nu nodig is op de arbeidsmarkt. Daarvoor hebben we partners als Intermediair en Loonwijzer, waarbij we hun data over vacatures en salarissen en wetgeving gebruiken om vast te stellen wat kansrijke beroepen zijn. Zoals het UWV dat doet, maar dan goed.’

Dus als een journalist met een juridische achtergrond en digital marketing skills op Springest komt, krijgt die carrièremogelijkheden voorgespiegeld, waaraan hij zelf niet eens gedacht heeft?

‘Op dit moment is dat nog niet zo. Maar binnenkort kun je wel soortgelijke mensen op Springest vinden en hun leerprofiel bekijken. Wij willen sociale data daaraan toevoegen zodat je geïnspireerd kunt raken

door mensen die op je lijken of waarop je zou willen lijken. Reviews van gebruikers hebben we al, waardoor we beter aanbevelingen kunnen geven.'

The winner takes it all is een veelgehoord principe als het gaat om digitale marktplaatsen. Wordt jij ook een soort monopolist?

'Het is een simpel vliegwieltje: als jij het grootste aanbod hebt kun je de laagste prijzen bieden. Als je de laagste prijzen hebt, komen meer mensen naar je toe. Vervolgens komen nog meer aanbieders op je af, waardoor je prijs nog verder zakt. De winnaar pakt zo 70 of 80 procent. Er is geen plek voor drie partijen met 30% van de markt. Wij zeggen intern wel eens: wij willen de Amazon of learning worden. In Duitsland zijn we daar nog lang niet.'

Hoe doe je dat, Duitsland veroveren?

'Je probeert het een paar keer en dan ga je op je bek. Thuisbezorgd heeft het wel tien keer in het buitenland geprobeerd, en Amazon heeft het ook al drie

wat er gebeurt. Als er fundingbehoefte ontstaat, of aan de andere kant de behoefte om ergens geld in te stoppen, dan vind je elkaar heel snel, dan weet je al wat er speelt. Je moet altijd meerdere potten op het vuur hebben. Anders straal je dat ook niet uit. Je kunt wel zeggen: ik praat met allemaal andere partijen maar dat kan je niet met overtuiging brengen als het niet zo is. Toen de deal met HAL Investments al ver was heb ik nog in de Quote gestaan met de mededeling: we zoeken geld. Toen ik Sanoma benaderde, zeiden ze: "kom maar praten, we hebben jullie al lang op de radar. Als we het eens worden over de voorwaarden, is funding geen probleem". En zo was het in een paar weken beklonken.'

Kom op, zo gemakkelijk gaat het nooit. Wat ging er mis?

'We hebben ze vrij lang aan het lijntje gehouden, omdat we ook met twee andere partijen in gesprek waren, en ik twijfelde. Heb het daardoor wat te lang laten duren en het proces niet goed gesynchroniseerd. Dat is heel belangrijk als je een deal maakt met meerdere partijen tegelijk, die je sowieso moet hebben want anders moet je geen deal maken. Dus als de ene partij een maand nodig heeft te evalueren en de ander een week, dan zeg je tegen die van een week: we praten pas verder over een maand. Of je zegt tegen die van een maand: je moet reageren binnen een week.'

Sanoma is er weer uit. Waarom?

'Sanoma wilde zich gaan focussen op waar ze goed in zijn, dus kregen alle ventures het aanbod de aandelen terug te kopen. Wij waren de grootste, dus het had wat voeten in de aarde, maar daar zijn we netjes uitgekomen. Ik durfde de gok te nemen op onze toekomst als we een fijne betalingsregeling afstemmen. Dat heeft goed uitgepakt.'

Hoe kwam HAL in beeld?

'Via een introductie van Ron Belt van Capital Mind, mijn corporate finance-partij. Eerste gesprek was een jaar geleden. Voor hun waren we echt een non-deal qua grootte. Die doen normaal investeringen van honderden miljoenen, ze hebben een derde van Cool-Blue. HAL was dus overpowered, maar daar hebben we meteen afspraken over gemaakt. Ik zei: Jongens, we gaan wel effe normaal doen he! Dat betekent: ga ons nu niet helemaal binnenste buiten keren want er is genoeg mis. We zijn nog een scale up. Voor een deel moet je het gewoon maar vertrouwen. Dat hebben ze ook tegen hun advocaten gezegd: neem met minder genoegen. Met Sanoma was het anders, die waren gewend aan kleine deals. Met HAL waren we in een keer gekatapulteerd naar de Champions Le-

'Als je je op de waardering blind staart, word je een loer gedraaid. Want dan kijk je naar het verkeerde getal'

keer in Nederland geprobeerd en is weer weg. Sinds een half jaar hebben we een kantoor in Berlijn geopend, met geld van de FD Mediagroep. We doen het nu opnieuw maar met heel andere aanpak dan drie jaar geleden. Duitsers hebben wat minder vertrouwen, dat moet je echt winnen. Daarom hebben we Duitsers in dienst en luisteren we goed naar de markt.'

En je hebt geld nodig. Veel geld.

'In 2014 hadden we zware tijd, we gaven veel te veel geld uit, veel mensen zijn toen ontslagen. Maar we groeiden nog wel. Ik had meer dan 80% procent van de aandelen, dus kon ik best een plukje weggeven aan iemand die ons kon helpen te groeien in Duitsland. Toen heb ik het traject weer opgestart, alle lijntjes uitgegooid. Er waren drie of vier partijen die wilden investeren, en er bleven er twee over tot het einde.'

Die lijntjes met investeerders had je al?

'Als goede oprichter ben je altijd aan het praten met dat soort partijen. Je gaat eens naar een borrel, je laat je introduceren. Je kijkt op LinkedIn, houdt in de gaten

ague. Uiteindelijk was het best veel werk en we hebben serieuze due diligence gedaan. We hadden onze shit ook wel behoorlijk op orde op een of twee dingetjes na.'

Wat kun je aan adviseurs overlaten en waarover moet je zelf de regie houden?

'Eigenlijk kun je alles aan ze overlaten. En dan zal die adviseur op enig moment zeggen: dit moet je even zelf doen. Denk aan garanties in de koopovereenkomst. Daarvan zei de advocaat: dit moeten we doen want jij moet inschatten of het risico bestaat dat er iets niet op orde is. Als je daarin een domme fout maakt, kan dat heel duur zijn. Ik ben gewend veel zelf te doen, te veel. Toen zei mijn adviseur: laat ons dat doen, daar betaal je ons ook voor. Liefst doe je al die dingen ook niet, liefst wil je namelijk een business runnen. Adviseurs scheiden de bullshit van wat echt belangrijk is. En daarom zijn ze goud waard.

Mijn adviseur heeft me bewust gemaakt van het belang van de voorwaarden van een deal en ervoor gezorgd dat ik aandacht besteed aan de juiste dingen. Dat zijn bijvoorbeeld lange termijn-beschermingen waar je nu niet over nadenkt - dingen die later in een conflict een enorme impact kunnen hebben. Waar stem je wel of niet over? Welke beslissingen maak je in je eentje, zoals personeel en marketing?'

Waar moet je je juist niet druk om maken?

'Waardering. Als je je daarop blind staart word je een loer gedraaid want dan kijk je naar het verkeerde getal. Veel mensen onderschatten het belang van de voorwaarden daaromheen. Daar zitten ook veel voorwaarden tussen die impact hebben op je persoonlijk geluk. Kun je er ooit nog vanaf? Welke rechten hou je over als het een keer misgaat? Of als het juist heel goed gaat? Word je dan wel beloond? Dat maakt zoveel meer uit dan die waardering. Maar de waardering moet natuurlijk wel goed genoeg zijn om die intern en extern te kunnen communiceren. Het is ook een marketinggetal. Je wilt ook kunnen zeggen: zoveel miljoen zijn we waard. En dat zegt Pietje, dus dat is cool!'

Is het maken van deals fun?

'Funding is geen fun ding. Meetings zijn wel fun - de business presenteren en over de inhoud praten. Maar al het gelul eromheen is saai. Ook financiële zaken hou ik niet erg van: jaarrekeningen lees ik het liefst niet door, maar dat moet wel.'

Kun je funding met een opleiding leren?

'Er zijn corporate finance-clubs die dat aanbieden, en die dat tegelijkertijd als lead generator gebruiken voor hun eigen business. En er zijn partijen die reizen



naar Silicon Valley organiseren, waarvan je veel kunt leren. Ik heb nooit een cursus gedaan, maar veel geleerd van mijn adviseurs.'

Wat is je belangrijkste advies aan aspirant-verkopers?

'De juiste mensen erbij halen. En daarin keuzes maken: wie past bij mij? Een echte vertrouwenspersoon. Daarin moet je hard zijn, ook al zegt iemand dat het een goeroe is. Daarnaast denk ik dat de meeste ondernemers niet genoeg metrics hebben over hun business. Als je met een paar cijfers aankomt bij een investeerder en die stelt een vraag die je niet kan beantwoorden met een sheet, dan vind ik je een beetje dom. Voor een bedrijf van onze omvang betekent dat we altijd 100 key metrics volgen, en daaromheen nog eens duizend metrics die op teamniveau die iedere week worden bijgehouden. De CFO van FD Mediagroep zei over onze rapportage sheet: dit is de mother of all sheets.'

verzilvert
passie.

Rogier van Camp
CEO Leapp

"Ik vind het heel knap dat Florijnz zo'n verkooptraject draagt alsof zij de CFO van je bedrijf zijn."

Uw bedrijf verkopen of liever uw passie verzilveren?

Uw passie vormt de ultieme meerwaarde. Dat heeft uw onderneming gebracht waar het nu staat. En dat is wat Florijnz voor u verzilvert. Wij begeleiden ondernemers intensief bij de koop en verkoop van hun onderneming. Onze toegevoegde waarde komt vanuit onze specifieke kennis en ervaring. U vindt ons in 's-Hertogenbosch en Amsterdam. Verzilver uw passie. Bel vandaag nog voor een afspraak.

florijnz
corporate finance



Hans Minnaar
+31 (0)6 208 055 13



Michael Weijnsfeld
+31 (0)6 153 731 51



Jan van der Maale
+31 (0)6 227 243 41

› FUSIE & OVERNAME › BEDRIJFSWAARDERING › GROEIFINANCIERING



THEMA

Bedrijfsfinanciering

ONLINE PLATFORMS SPELEN EEN STEEDS GROTERE ROL bij het ophalen van financiering. In deze special de belangrijkste partijen die ondernemers kunnen helpen bij het vinden van financiering en een bedrijfsprofiel van vier aanbieders van alternatieve financiering.

+ Brookz Business Finance 50

Financiering 3.0

HET IS DRINGEN GEBLAZEN OP DE MARKT VOOR MKB-financiering. Bijna elke dag komt er wel een nieuwe factoringmaatschappij of kredietunie bij. Ondernemers en hun adviseurs zien door de bomen het bos niet meer. Financieringsplatforms proberen orde te scheppen in de chaos.

Als ondernemers vroeger, nog niet eens zo heel lang geleden, krediet nodig hadden, stapten ze de lokale bank binnen. Op het eerste gezicht is er weinig veranderd. Nog steeds stappen de meeste ondernemers als eerste naar de bank als ze nieuwe financiering nodig hebben. Het grote verschil met vroeger is dat veel minder ondernemers weer naar buiten komen met een getekende kredietovereenkomst. Banken zijn steeds strengere financieringseisen gaan hanteren voor bedrijven die door de kredietcrisis toch al flink zijn ingeteerd op hun eigen vermogen. Voor de crisis was het MKB voor vreemd kapitaal vrijwel geheel aangewezen op de banken. Nu wordt nog maar de helft van de externe financiering van het MKB door banken verzorgd. Terwijl de reguliere grootbanken zich terugtrekken als financiers, rukken 'alternatieve' kredietverleners op. Bijna wekelijks melden zich nieuwe investeringsmaatschappijen, crowdfunders, kredietunies, obligatie- en mezzaninefondsen, factoring- en lease-

maatschappijen. Het aanbod is inmiddels zo overweldigend, dat ondernemers én hun financieel adviseurs door de bomen het bos niet meer zien. 'Zelfs specialisten raken de weg kwijt in het woud van kredietverleners,' bevestigt *Lex van Teeffelen*, lector financiële en economische advisering aan de Hogeschool Utrecht. 'De financieringsmarkt voor het MKB is ontzettend onoverzichtelijk geworden.' Ook financieringsspecialist *Arno Leeuwenburgh* van Turnpoint Finance herkent dit: 'Wij vinden nog steeds de beste financier voor een aanvraag, maar door het grote aanbod vergt het vergelijken van financiers wel meer tijd.'

Eén loket

Om orde te scheppen in de chaos, maken ondernemers en adviseurs steeds meer gebruik van online 'tools' en matchingsplatforms waarmee ze hun financieringsvraag uit kunnen zetten bij meerdere kredietverstrekkers. De ontwikkeling van dit soort diensten neemt de laatste jaren

een grote vlucht, mede gedreven door de snelle groei van de Nederlandse fintech sector. Bekende voorbeelden zijn Dealsuite, Fyndoo, Loanstreet en Xattu. Allemaal proberen ze vraag en aanbod zo efficiënt mogelijk aan elkaar te koppelen, maar er zijn grote verschillen in werkwijze.

Het aan Brookz gelieerde Dealsuite is twee jaar geleden ontstaan als een besloten online matchingsplatform voor bedrijfsovernames. 'Dat was puur gericht op fusie- en overnametransacties,' vertelt initiatiefnemer *Floyd Plettenberg*. 'Maar al vrij snel werden ook meer- en minderheidsbelangen aangeboden. Bedrijven gingen het platform gebruiken om kapitaal aan te trekken door een stukje van hun bedrijf te verkopen. Dat zette ons aan het denken. In samenwerking met een aantal accountantskantoren en financieel specialisten zoals *Arno Leeuwenburgh* hebben we toen een online tool ontwikkeld die adviseurs via één loket toegang biedt tot nagenoeg alle geldverstrekkers. Dit voorjaar hebben we de financierings-



‘Wat financieringsaanvragen complex maakt, is de grote informatiebehoefte van met name de banken. Wij hebben de minimaal benodigde informatie kunnen terugbrengen naar 25 vragen’

module van Dealsuite gelanceerd. Inmiddels zijn 120 financiers bij ons aangesloten, waaronder alle banken. Dat maakt ons platform uniek.’

Anoniem

Alleen financieel adviseurs en accountants kunnen een aanvraag indienen bij Dealsuite. Dat is een bewuste keuze, legt Plettenberg uit: ‘We hebben gekeken waar het vaak spaak loopt bij financieringsaanvragen in het MKB. In veel gevallen zit het probleem in de kwaliteit van de aanvraag. Vandaar dat wij de aanvragen alleen laten invullen door financiële professionals.’ De ondergrens voor aanvragen ligt op 250.000 euro. Een ‘logische grens’, vindt Plettenberg: ‘Bij kleinere bedragen kunnen de kosten van een adviseur nauwelijks uit.’

Bij de ontwikkeling van Dealsuite stonden twee voorwaarden centraal: een aanvraag moet eenvoudig zijn en anoniem. Plettenberg: ‘Wat financieringsaanvragen complex maakt, is de grote informatiebehoefte van met name de banken. Wij hebben banken gevraagd welke informatie zij minimaal nodig hebben om met 95% zekerheid te kunnen zeggen dat zij willen financieren. Uiteindelijk hebben we dat kunnen terugbrengen tot 25 vragen. Daarin zitten de acceptatiecriteria van alle financiers verwerkt. Als aanvrager kun je in twintig minuten de tool invullen. Als een financier interesse heeft neemt hij contact met je op. De aanvraag zelf kan volledig anoniem. Een ondernemer is er niet bij gebaat als honderd partijen weten dat hij financiering zoekt.’ Een aanvrager weet al binnen enkele dagen of hij in aanmer-

king komt voor financiering. Plettenberg: ‘Financiers weten dat de aanvraag ook bij anderen ligt. Dat dwingt ze om hun operationele processen goed op orde te hebben.’

Hackathon

Er zijn ook matchingstools die het aanvraagproces volledig automatiseren. Een voorbeeld is LoanStreet, ontwikkeld door fintech start-up Sparkholder, met Rabobank en Exact als ‘launching partners’. LoanStreet berekent binnen een minuut de financieringskansen voor ondernemers en geeft tegelijkertijd aan bij welke aangesloten financiers de aanvraag kans van slagen heeft. Dit alles zonder tussenkomst van mensen. De aanvrager kan er vervolgens voor kiezen naar welke financier(s) hij zijn data wil versturen. Op dit moment hebben 23 geselecteerde fi-

‘Het vinden van de juiste financieringsmix blijft voorlopig mensenwerk. Daardoor zal de rol van de financieel adviseur en accountant alleen maar belangrijker worden’

nanciers zich bij de app aangesloten. Volgens *Bastiaan Burgwal*, mede-oprichter van Sparkholder, ligt het zwaartepunt van de kredietaanvragen van Loanstreet tussen de 25.000 en 300.000 euro. Burgwal vertelt dat LoanStreet is voortgekomen uit een ‘hackathon’ die was georganiseerd door softwareproducent Exact. ‘Vorig jaar hebben we een eerste versie van de app gelanceerd. Binnen korte tijd hadden honderden mensen hun kredietwaardigheid gecheckt. Toen wisten we dat we op het goede spoor zaten.’

LoanStreet maakt gebruik van de data in de boekhoudsoftware van Exact Online en Twinfield, legt Burgwal uit. ‘We halen alle transacties uit de boekhouding en laten onze algoritmes daarop los. De data van de onderneming worden naast de vereisten van de financiers gelegd.’ Als het tot een transactie komt, ontvangt LoanStreet een percentage van de afsluitprovisie van de financier.

Maatwerk

Het Amsterdamse financieringsplatform Xattu presenteert zichzelf als het ‘Funda van de MKB-financiering’. Het platform richt zich op een financieringsbehoefte van 250.000 tot ‘een paar miljoen’. Bij Funda kan alleen een officiële makelaar een huis op de site kan zetten. Hij is het professionele aanspreekpunt en verantwoordelijk voor de betrouwbaarheid van de gedeelde informatie. De rol van makelaar wordt bij Xattu vervuld door accountants en financieel adviseurs (net als bij Dealsuite). Zij betalen ‘een paar honderd euro’ voor het gebruik maken van de dienst.

Oprichter *Micha Zwaaf*: ‘Ondernemers die zich bij ons aanmelden verwijzen wij naar adviseurs uit ons netwerk. Die maakt een profiel aan op ons platform en brengt de financieringsvraag onder de aandacht van investeerders. Omgekeerd kunnen investeerders zichzelf

ook presenteren op Xattu. In beide gevallen kunnen deelnemers er zelf voor kiezen hoeveel informatie zij openbaar maken. Daarnaast hebben we een dataroom waar mensen documenten in kunnen zetten die ze willen delen.’ Net als Dealsuite en Loanstreet zorgt Xattu alleen voor de match. De daadwerkelijke transactie gebeurt buiten het platform om. Zwaaf: ‘Wij zijn een prikbord. We faciliteren de uitwisseling van informatie.’

Radicaal

Zwaaf, Plettenberg en Burgwal constateren alledrie dat ondernemers behoefte hebben aan eenvoudiger en efficiëntere manieren om financiering aan te vragen. Over de manier waarop het beste in deze behoefte kan worden voorzien, verschillen ze van mening. Fintech-ondernemer Burgwal is het meest radicaal. Hij gelooft heilig in ‘system-to-system’-oplossingen. Vooral bij kleinere financieringsaanvragen maakt automatisering handmatig werk overbodig, denkt Burgwal: ‘Platforms die veel handmatig werk vereisen zorgen voor onnodige kosten. Terwijl zo’n aanvraag helemaal niet ingewikkeld hoeft te zijn. Bij complexe aanvragen kan via het platform alsnog de hulp van de adviseur worden ingeschakeld. Uiteindelijk is geld gewoon een commodity, net als gas, water en licht. Eigenlijk maakt het niet uit wie het levert, als het maar goedkoop is.’ Niet dat Burgwal de banken overbodig wil maken: ‘Wij zien onszelf als complementair aan de bank. Je bouwt ook geen platform voor energieverstrekking zonder medewerking van Nuon en Essent.’

Zwaaf gelooft in maatwerk. Een gestandaardiseerde financieringsaanvraag werkt volgens hem alleen als ondernemers precies weten welk type financiering ze nodig hebben én als ze alle documentatie op orde hebben. Maar dat is meestal niet het geval, weet hij. ‘Helaas

is de Nederlandse ondernemer financieel niet goed onderlegd. Dat zeg ik niet alleen, dat blijkt ook uit onderzoek van de Kamer van Koophandel.’

Plettenberg neemt met Dealsuite een middenpositie in — wel standaardiseren van de aanvraag, maar met een grote rol voor de financieel adviseur of accountant. ‘Ons uiteindelijke doel is meer transparantie en efficiency in de markt. Daar wordt de BV Nederland alleen maar beter van.’

De komende jaren moet blijken welke visie op MKB-financiering het beste aanslaat. LoanStreet is druk bezig met het verfijnen van het systeem. Binnenkort kan een aanvraag volgens Burgwal ‘kant en klaar’ de app verlaten, waarna de potentiële financier alleen nog maar ja of nee hoeft te zeggen.

Dealsuite en Xattu willen in het iets hogere marktsegment een dominante positie opbouwen. Ze proberen beide via samenwerkingsverbanden met adviseurs en accountants hun marktaandeel te vergroten. ‘Er is ruimte voor meerdere platforms,’ stelt Zwaaf. ‘Uiteindelijk is een bank ook gewoon een platform.’

Volgens Plettenberg zal de komende twee jaar duidelijk worden welke platformen de marktstandaard gaan vormen. Plettenberg: ‘Naast een goed werkend systeem gaat het er uiteindelijk om wie het meest complete netwerk kan activeren. Met 1.000 aangesloten adviseurs en ruim 120 geldverstrekkers staan wij in dat opzicht perfect gepositioneerd.’

Financieringsmix

Volgens Lex van Teeffelen is dé oplossing voor de haperende kredietverlening in het MKB nog niet gevonden: ‘Dat duurt nog minstens vijf tot tien jaar. Het probleem is dat de huidige platforms zich vooral richten op enkelvoudige financiering. Ondertussen worden bankleningen en andere financieringsvormen steeds vaker gestapeld. De uitdaging ligt hem juist in het vinden van een goede mix tussen de verschillende financieringsvormen. Dat is zo complex, dat los je niet zo makkelijk op met een algoritme.’ Het vinden van de juiste mix blijft voorlopig mensenwerk, zegt Van Teeffelen: ‘De rol van de financieel specialist en accountant wordt alleen maar belangrijker.’

DVAN Advocatuur & Notariaat is uw juridisch sparringpartner. Met ruim 40 bevlogen advocaten en (kandidaat-)notarissen zetten wij graag dat stapje extra om bij te dragen aan het succes van uw onderneming.

DVAN BRENGT U



**UW ONDERNEMING
VERDER**

Het zeer ervaren DVAN Dealteam begeleidt jaarlijks tientallen transacties, waarvan het merendeel met een waarde tussen € 5 en € 50 miljoen. Wij staan zowel ondernemers, participatiemaatschappijen, informal investors als het management van ondernemingen bij en zijn gewend om nauw samen te werken met financiële experts, fiscalisten en notarissen. Zo garanderen wij een soepele en vlotte ondersteuning van het transactieproces.

Als full-service kantoor hebben wij bovendien alle capaciteiten in huis om ook voor andere juridische kwesties ondersteuning te leveren en oplossingen aan te dragen. Wij zorgen ervoor dat u zich kunt concentreren op uw onderneming. Samen met u zetten wij alles-op-alles om succesvol te zijn.

Wat kunnen wij voor u betekenen?

www.dvan.nl | info@dvan.nl | 030 - 285 0300

SAMEN SUCCESVOL



‘Wij zijn de bank voor groei en ambitie’

NIBC verschaft risicodragend kapitaal aan middelgrote ondernemingen bij groei, management buy-outs en project investeringen. Naast een goed onderbouwd plan staat vooral de kwaliteit van het management centraal. ‘Het gaat altijd om drie dingen: mensen, mensen en mensen.’

Het hoofdkantoor van NIBC Bank staat in Den Haag, de stad waar het vlak na de Tweede Wereldoorlog allemaal is begonnen met De Nationale Investeringsbank (NIB). Doel van de toenmalige NIB was het financieren van de wederopbouw na de Tweede Wereldoorlog door langlopende leningen te verstrekken en in ondernemingen te participeren. Anno 2017 is het financieren van middelgrote ondernemingen nog steeds de kernactiviteit van wat inmiddels NIBC Bank is gaan heten. Naast het verschaffen van bancaire krediet en aandelenkapitaal is NIBC ook een van de grotere spelers in Nederland op het gebied van mezzanine-financiering. Deze vorm van krediet, uitgegeven als een achtergestelde lening, vormt een ‘tussenverdieping’ tussen eigen en vreemd vermogen. Het is een kredietvorm die volgens *Robert Oei*, Managing Director, Mezzanine & Equity Partners van NIBC Bank, goed past bij bedrijven die hun groeiambities bij de reguliere banken niet gefinancierd krijgen. Oei: ‘Het zijn vaak eenmalige events waar wat meer risico’s aan vastzitten. Denk aan een internationaal groeiplan, een management buy-out of een nieuw project waar in eerste instantie nog geen geld uitkomt. Wij durven daarin verder te gaan dan een gewone bank door ook een stukje toekomst te financieren. Dat kan met mezzanine alleen, maar ook in com-

binatie met een stuk bancaire of participatie in aandelen. We hebben alle drie financieringsvormen in huis.’

Positieve groeibedrijven

De belangstelling voor mezzanine-leningen is door de bankencrisis van een aantal jaren geleden sterk toegenomen. In het verleden waren het vooral de grotere bedrijven die van deze financieringsvorm gebruik maakten, maar inmiddels is het ook een gangbare optie voor (grotere) MKB-bedrijven. Oei: ‘Omdat reguliere banken vanwege strengere richtlijnen veelal puur op activa en daarmee op zekerheden financieren, is mezzanine een goed alternatief voor bedrijven die op zoek zijn naar ondernemend vermogen, zonder daar direct aandelen voor te moeten verkopen.’ NIBC richt zich met haar mezzanine- en equity-activiteiten vooral op goedlopende middenbedrijven en stabiele familiebedrijven met een Ebitda van minimaal 2 miljoen euro. De omvang van de risicodragende leningen en participaties zit tussen de 5 en 25 miljoen euro. Het team van Oei bestaat uit 13 medewerkers en beheert op dit moment een investeringsportefeuille van driehonderd miljoen euro, verdeeld over dertig bedrijven. Bekende klanten die door Oei en zijn investeringsteam zijn gefinancierd zijn o.a. Fletcher Hotels, Noordlease, Uniekaas en Van Dijk Groenteproducties.

Een mezzanine-lening wordt vaak verstrekt voor een periode van vijf jaar en hoeft pas aan het eind van die periode in één keer worden afgelost. De rentevergoeding ligt wel hoger dan bij een gewone lening, vaak tussen de 8 en 12 procent. Oei: ‘Mezzanine is met name geschikt voor positieve groeibedrijven. Je kunt het zien als een goedkope vorm van equity maar, als het slecht gaat met het bedrijf is het een lening die voor de aandeelhouders komt.’

Kwaliteit management

Omdat de bank met name bij mezzanine-financiering geen zekerheden heeft, is naast een goed businessplan de kwaliteit van het management cruciaal. Oei: ‘Voor ons zijn altijd drie dingen belangrijk: mensen, mensen en mensen. Je kan nog zo’n mooi plan hebben, het is de ondernemer en zijn team die het moeten waarmaken. We zijn ook primair op zoek naar partnerships; je trekt voor een langere periode intensief met elkaar op. Daarbij is het belangrijk dat er wederzijds vertrouwen is en je goed met elkaar door één deur kunt.’

Met name als de prognoses niet uitkomen hebben zowel het gefinancierde bedrijf als NIBC een probleem. Omdat er geen zekerheden zijn om uit winnen, gaat de bank dan in gesprek met het management om te kijken of de plannen moeten bijgesteld. Oei: ‘De toekomst is nou een-



Robert Oei

‘De toekomst is nou eenmaal lastig te voorspellen. We lopen ook niet weg als het even tegenzit, waar het om gaat is: hoe los je het op?’

maal lastig te voorspellen. We lopen ook niet weg als het even tegenzit, waar het om gaat is: hoe los je het op?’ Daarbij kan het voorkomen dat het bijgestelde businessplan zelfs nog wat extra financiering behoeft. Oei: ‘Zolang het een goed onderbouwd verhaal is waar we met zijn allen in geloven, gaan we daar gewoon in mee.’

Ondernemende houding

Het is deze ondernemende houding waar-

mee NIBC zich wil onderscheiden van de reguliere banken in Nederland. Mee-denken, gecalculeerde risico's nemen en daarmee ondernemers en aandeelhouders faciliteren in het realiseren van hun plannen. Oei: ‘Wij hebben ervoor gekozen om geen dagelijkse bankdiensten zoals betaalrekeningen of betalingstransacties aan te bieden. Hierdoor kunnen wij ons beter concentreren op de behoeften van onze klanten en waarde toevoegen op

voor hen beslissende momenten. Onze oplossingen zijn vaak uniek omdat wij steeds proberen te denken en te handelen als een ondernemer. Wij leveren daarbij vaak meer risicovolle financiering dan de andere grootbanken. Daarbij kun je ons zien als een betrouwbare partner. We gaan uiteraard voor groei, maar we zijn er ook als het even tegenzit.’

Meer informatie www.nibc.com

‘Wij leveren altijd maatwerk’

Factoring wordt steeds meer een regulier onderdeel van de financieringsmix. Vooral voor snelgroeiende bedrijven die internationaal zakendoen biedt BNP Paribas Factor een compleet dienstverleningspakket. ‘Onze oplossing kan ook worden ingezet om overnames te financieren.’

BNP Paribas Factor is onderdeel van de BNP Paribas groep, een van oorsprong Franse financiële instelling die op dit moment actief is in 80 landen. In Nederland is de bank inmiddels al 150 jaar actief. De BNP Paribas Groep op de Nederlandse markt omvat verschillende activiteiten, waaronder Corporate & Institutional Banking, Arval wagenparkbeheer, BNP Paribas Cardif, BNP Paribas Leasing Solutions en BNP Paribas Factor. In totaal werken er in Nederland zo'n 1.000 mensen voor BNP Paribas. Binnen de BNP Paribas Groep is factoring – het verkrijgen van financiering op basis van verpanding van debiteuren en voorraden – één van de snelst groeiende activiteiten. Wat ooit werd gezien als laatste reddingsboei voor bedrijven die door hun bank de deur waren gewezen, is inmiddels een ‘hot topic’ in ondernemersland.

Onderdeel financieringsmix

Dat blijkt ook als naar de cijfers wordt gekeken. De factoringmarkt is de afgelopen jaren flink gegroeid. Volgend recente cijfers van de Factoring & Asset based financing Association Netherlands (FAAN) is het omzetvolume tussen 2013 en 2016 toegenomen naar bijna 83 miljard euro, een stijging van 55 procent in vier jaar. Grote trigger voor die stijging was volgens René Pieren, General Manager van

BNP Paribas Factor, de financiële crisis van enkele jaren terug. Pieren: ‘Dit heeft geleid tot een veel grotere focus op liquiditeitsmanagement en een betere beheersing van het werkkapitaal.’ Daarnaast heeft ook de IT-ontsluiting van bedrijven geholpen: er is daardoor realtime inzicht in de cijfers en belangrijkste financiële parameters. Pieren: ‘De perceptie was lange tijd dat factoring voor slecht lopende bedrijven was die bij hun bank geen krediet meer konden krijgen. We zien dat dat beeld de afgelopen jaren is verschoven: factoring is een normaal onderdeel geworden van de financieringsmix.’

Als het gaat om het bepalen van de mogelijke kredietruimte is er een fundamenteel verschil tussen een bank en factoringmaatschappij. Een bank kijkt vooral naar de historische cijfers en de cashflow van een bedrijf, want die twee componenten bepalen in hoeverre een bedrijf in staat is aan zijn rente en aflossingsverplichtingen te voldoen. Terwijl een factoringmaatschappij primair kijkt naar de waarde van de debiteurenportefeuille en de voorraden. Pieren: ‘Wij kijken vooral naar de kredietwaardigheid van de klanten van het bedrijf of de aanwezige (reeds betaalde) voorraden. Daarbij baseren we ons besluit over de financieringsruimte op de door ons ingeschatte waarde van die voorraden en vorderingen. Met de debiteuren en voorraden als onderpand zijn

we vervolgens in staat om een bedrijf snel van de benodigde financiering te voorzien.’

Risicoreductie

BNP Paribas Factor is onderdeel van het global factoring netwerk binnen de BNP Paribas groep. Het netwerk heeft 17 vestigingen waarvan 14 in Europa en dekt vanuit deze vestigingen het grootste deel van de landen in Europa. Pieren: ‘We richten ons met name op bedrijven met een geconsolideerde omzet van meer dan 10 miljoen euro. Bij voorkeur internationaal actief, want we hebben veel kennis en ervaring op het gebied van complexe en grensoverschrijdende structuren. Maar zowel Nederlandse bedrijven die voornamelijk in Nederland opereren als bedrijven die exporteren vanuit Nederland kunnen bij ons terecht. Bovendien hanteren we in een aantal gevallen een lagere omzetgrens als de onderneming een duidelijke groei kan realiseren.’

Naast financiering biedt BNP Paribas Factor ook insolventie risicodekking, creditmanagement en koopt zij in voorkomende gevallen vorderingen ter verbetering van balansposities. Pieren: ‘Wat ons echt onderscheidt is dat wij maatwerk leveren. We zien elke klant als een unieke casus en vormen ons naar de behoefte van de klant. Daarnaast onderscheiden we ons door ons uitgebreide internatio-



René Pieren

‘Ook bij overnames kan een gedeelte van de financieringsbehoefte worden ingevuld met een financiering op de debiteuren en voorraden van de target’

nale netwerk. We begrijpen als geen ander waar een ondernemer die grensoverschrijdend werkt mee te maken krijgt.’

Ondanks vooraf gemaakte afspraken kan het zijn dat BNP Paribas Factor zich toch iets intensiever met een klant moet bemoeien. Zeker als een bedrijf zelf verantwoordelijk is voor haar creditmanagement is ingrijpen soms noodzakelijk. Pieren: ‘Alles draait uiteindelijk om risico reductie. Als een ondernemer niet scherp op zijn debiteuren zit en daarbij steekjes laat vallen, dan spreken we hem daar wel

op aan. Want oplopende betaaltermijnen of teveel facturen bij één klant, brengen risico's en daarmee vaak extra kosten met zich mee.’

Overnamefinanciering

Binnen het pallet van financieringsoplossingen biedt factoring nog een interessante optie: met factoring kan ook een gedeelte van een bedrijfsovername worden gefinancierd. Pieren: ‘We zijn de afgelopen tijd al bij een aantal overnames betrokken geraakt. Daarbij hebben we een

gedeelte van de financieringsbehoefte in kunnen vullen met een financiering op de debiteuren en voorraden van de target. Daarbij wordt dus niet alleen gefinancierd op basis van de cashflow maar ook op basis van de activa. Bij een recente management buy out-transactie was – naast onze werkkapitaaloplossing – zelfs geen aanvullende financiering meer nodig.’

Meer informatie www.factor.bnpparibas.nl

‘Onze focus is lange termijn waardecreatie, veelal middels een actieve buy & build strategie’

MKB Fonds heeft afgelopen zomer 20 miljoen euro opgehaald voor haar vierde investeringsfonds. Daarmee wil de Amsterdamse investeringsmaatschappij participeren in circa acht bedrijven en daarbij vooral een actieve buy en build strategie faciliteren. Lange termijn waardecreatie staat daarbij voorop. ‘Wij hebben geen einde looptijd met het fonds en dus geen exit-druk.’

Het moet gezegd worden, de cijfers van MKB Fonds zijn inmiddels best indrukwekkend. Wat in april 2012 begon met een eerste fonds van minder dan 5 miljoen euro, is inmiddels uitgegroeid tot een leidende investeringsmaatschappij in het Nederlandse MKB met €55 miljoen aan gezamenlijk fondsvermogen. In de afgelopen jaren heeft de Amsterdamse investeringsmaatschappij in totaal meer dan 24 transacties gedaan en houdt ze op dit moment 15 deelnemingen in portefeuille. De deelnemingen bieden werkgelegenheid aan honderden mensen in binnen- en buitenland en realiseren gezamenlijk jaarlijks ruim 220 miljoen euro omzet.

Volgens managing partner *Thomas Wals* is vooral kennis van de MKB-markt en de MKB-ondernemer in het bijzonder de sleutel tot het succes. Wals: ‘Wij spreken meer dan andere investeerders de taal van de ondernemer en kunnen snel schakelen. In een investeringsrelatie begint het altijd met een gedeelde visie op de toekomst. Vervolgens gaat het om het creëren van parallelle belangen, en op basis daarvan een plan te maken voor de komende jaren. In het contractenwerk houden we het overzichtelijk en transparant; bij ons geen ingewikkelde constructies of verassingen onderweg. Dat geeft rust en vertrouwen.’

Investeringsstrategie

In de basis is de investeringsstrategie van MKB Fonds nog steeds hetzelfde als zes jaar geleden. Wals: ‘We investeren in vol-

wassen (familie)bedrijven in het Nederlandse MKB met een bewezen marktpositie en goede vooruitzichten. Qua omvang moet je denken aan een omzet tussen de 2 en 40 miljoen euro en een minimale Ebitda van een half miljoen euro.’

In de meeste gevallen heeft een investering als doel om een gefaseerde bedrijfsopvolging te realiseren. De aanleiding voor bedrijven om in zee te gaan met MKB Fonds is meestal de wens van de huidige eigenaar om – al dan niet gefaseerd – in een aantal jaren naar een exit toe te werken. Daarbij neemt MKB Fonds een belang van tussen de 40 en 70 procent en blijft de huidige eigenaar nog een paar jaar aan het roer. Op deze wijze wordt gefaseerd naar een volledige overdracht toegewerkt. Wals: ‘Voor ondernemers is dit een ideale constructie. Ze kunnen alvast een groot deel van de huidige waarde van de onderneming veilig stellen en hebben met hun resterende aandelenpakket de mogelijkheid om nog een tweede keer te verkopen, en wellicht tegen een hogere prijs.’

In combinatie met deze pre-exit constructie wordt door MKB Fonds in een groot aantal gevallen nadrukkelijk ingezet om het bedrijf versneld verder te laten groeien met een actieve buy en build overnamestrategie.

Platformbedrijf

Zo’n buy en build strategie kan volgens Wals op verschillende manieren worden ingevuld. Een beproefd concept is te beginnen met de participatie in een bedrijf

waarbij de interne processen al goed ingericht zijn en de ondernemer veel operationele taken heeft uitbesteed, zodat het bedrijf schaalbaar is. Dit bedrijf wordt vervolgens verder uitgebouwd middels de verwerving van een aantal kleinere bedrijven in dezelfde markt. Daarbij gaat het om een volledige integratie onder één naam. MKB Fonds ondersteunt de ondernemer om deze stap te kunnen maken.

Als voorbeeld noemt Wals de deelneming in schoonmaakgroothandel Groveko in 2015. Als onderdeel van de buy en build strategie werd najaar 2015 het Zwolse schoonmaakbedrijf Ewepo overgenomen en een halfjaar later branchegenoot Frag Holland uit Goirle. Door deze toevoegingen profiteert Groveko van schaalvoordelen en heeft zij haar landelijke dekkingsgraad en productieaanbod kunnen vergroten. Gezamenlijk heeft de groep nu zo’n 100 medewerkers in dienst en is daarmee een toonaangevende schoonmaakgroothandels binnen de Benelux geworden met een omzet van circa 24 miljoen euro, een stijging van circa 8 miljoen euro.

Naast volledige integratie in één platformbedrijf is het ook mogelijk dat bedrijven worden ondergebracht in een nieuwe entiteit om vervolgens zelfstandig en onder hun eigen naam in de markt verder te gaan. Wals: ‘Een goed voorbeeld daarvan is onze participatie in Joheco Automatisering in 2013. Daarna hebben we onder de naam The Future Proof Group in februari 2016 ook De Computerwacht overgenomen. In december 2016 werd ook



Thomas Wals

‘Gefaseerde bedrijfsopvolging staat nog steeds centraal. Vervolgens kijken we naar de mogelijkheden om verder te groeien met een actieve buy en build strategie’

Advisor ICT toegevoegd aan de groep. The Future Proof Group vormt nu de overkoepelende organisatie van deze drie zelfstandig opererende ondernemingen en zullen er meerdere transacties volgen. Alle ondernemingen in de groep specialiseren zich in automatiseringsoplossingen voor het midden- en kleinbedrijf, met ieder hun eigen specifieke nuanceverschillen. Door samen op te trekken profiteren ze van schaal- en inkoopvoordelen, bieden ze een bredere propositie naar de markt en zijn er ook mogelijkheden voor cross-selling.’ De groep is nu al van circa

3,5 miljoen euro omzet gestegen naar circa 16 miljoen euro.

Geen exit-druk

Buy en build is volgens Wals overigens geen doel op zich. Het is voor MKB Fonds een handvat om – samen met het zittende directie – met een strategische bril naar de waarde en groeimogelijkheden van het bedrijf te kijken. Wals: ‘Oud-eigenaren vinden het altijd heel leuk om samen met ons naar overnamekandidaten te kijken. Vaak hebben ze ook al een lijstje in hun hoofd, maar is het er door de dagelijkse hectiek

nooit van gekomen om daar wat mee te doen. Ook vinden ze het moeilijk om te bepalen wat de onderneming waard is of hoe zo’n proces dient te verlopen. Met hun kennis van de markt en onze financiële inbreng en kennis van fusies en overnames kunnen we die plannen nu wél realiseren. Dat geeft vaak een enorme boost aan het hele bedrijf.’ Daarbij staat volgens Wals voor MKB Fonds de lange termijn altijd voorop. Wals: ‘Wij hebben geen haast of exit-druk, wij investeren altijd voor de lange termijn.’

Meer informatie www.mkb-fonds.nl

‘Wij bieden vooral slim krediet’

FundIQ verschaft achtergestelde leningen aan bedrijven die willen groeien, innoveren of herkapitaliseren. Daarnaast brengt FundIQ de ondernemer in contact met ervaren ondernemers en professionals uit haar netwerk. ‘Wij maken ambities mogelijk.’

Eind 2014 richtten de ex-investeerders *Mirjam Terhorst* en *Derek de Broekert* FundIQ op, vanuit de overtuiging dat er onvoldoende financieringsmogelijkheden waren voor bedrijven met een kapitaalbehoefte tot 2,5 miljoen euro. Vrijwel tegelijkertijd deed Economische Zaken, bij monde van minister *Henk Kamp* een dringende oproep aan nieuwe partijen om met financieringsalternatieven te komen voor het MKB, om deze te kunnen ondersteunen. FundIQ's financieringsoplossing werd voor dit programma geselecteerd en in samenspraak met investeerders en EZ gefinetuned. Na ruim anderhalf van voorbereiding werd in december 2016 FundIQ Mezzanine I gelanceerd. Dit fonds, met een omvang van ruim 31 miljoen euro, verstrekt achtergestelde leningen tussen de 250 duizend en 2,5 miljoen euro leningen aan bedrijven die willen groeien, innoveren of herkapitaliseren. Deze leningen hebben een looptijd van 3 tot 6 jaar. In bepaalde gevallen kan een aflossingsvrije periode van maximaal 18 maanden worden overeengekomen.

Goed onderbouwd businessplan

Ruim tien maanden na de lancering is inmiddels aangetoond dat het FundIQ-fonds ook daadwerkelijk in een behoefte voorziet. De Broekert: ‘We hebben inmiddels al ruim tien miljoen euro aan achtergestelde leningen uitgezet bij zeven ver-

schillende bedrijven. En binnenkort verwachten we nog twee deals te closen.’ Het snelle succes wil volgens Terhorst overigens niet zeggen dat de geschikte bedrijven in rijen van drie voor de deur staan. Terhorst: ‘We durven verder te gaan dan de bank omdat we allebei gewend zijn om met een private-equity bril naar een bedrijf te kijken. Daarbij kijken we vooral naar de cashflow en het track-record waarbij een goede beoordeling van de kwaliteit van die cashflow cruciaal is.’

FundIQ richt zich daarom met name op gezonde bedrijven met een goed onderbouwd businessplan. De Broekert: ‘Veel plannen die we zien hebben een mooie hockeystick, maar daar gaan wij niet in mee. Wij baseren de financieringsruimte op de cashflow van nu, die moet voldoende zijn om aan de rente en (ten dele) aflossingsverplichtingen te voldoen. Anders financier je een equity-risico.’ Naast de voorspelbaarheid van cashflow speelt de kwaliteit van het management een doorslaggevende rol. Met name bij MKB-bedrijven is het tenslotte de ondernemer en zijn team die al die mooie plannen moet gaan waarmaken. Terhorst: ‘Wij zitten qua betrokkenheid tussen een bank en een private equity partij in. Daarbij staat een goede vertrouwensrelatie met de ondernemer centraal. We gaan zeker niet op de stoel van de ondernemer zitten, maar verwachten wel een maande-

lijkse rapportage en kijken ook mee met de cijfers. En als daar behoefte aan is brengen we onze financiële en strategische kennis in. Dat vinden de meeste ondernemers zelfs prettig.’

Toegevoegde waarde

Want de toegevoegde waarde van FundIQ zit volgens de oprichters niet in het leveren van een zak met geld, maar juist in haar netwerk van ervaren ondernemers en business professionals. De Broekert: ‘Wij bieden vooral slim krediet. Niet alleen financiële middelen, maar ook IQ; kennis en ervaring waar een ondernemer wat aan heeft. En daarmee maken we zijn ambities mogelijk.’ In de praktijk betekent dit dat FundIQ en de ondernemer eerst inventariseren waar de uitdagingen en informatiebehoefte van de ondernemer liggen om er vervolgens iemand uit het FundIQ-netwerk bij te zoeken die daar het beste bij past. En als de behoefte gedurende de financieringstermijn van FundIQ wijzigt, kan de kennisrol door een andere persoon uit het netwerk worden opgepakt. Als voorbeeld van zo'n match noemt De Broekert het koppelen van een klant van FundIQ aan een directielid van een boekendistributeur. De Broekert: ‘Die klant is een verhuurder van tenten en mobiele accommodaties en had haar hele logistiek proces uitbesteed, een forse kostenpost. Iddink, een relatie uit onze



Derek de Broekert

Mirjam Terhorst

‘Wij zitten qua betrokkenheid tussen een bank en een private equity partij in. Daarbij staat een goede vertrouwensrelatie met de ondernemer centraal’

Rabobank-periode, verhuurt jaarlijks aan ruim 300.000 leerlingen schoolboeken, een logistieke operatie van militaire omvang. Met de kennis ervaring van Iddink als inspiratiebron heeft ook onze klant zijn logistieke proces weer in eigen beheer genomen. En heeft daarmee een serieus kostenvoordeel weten te behalen.’

Stapelfinanciering

De achtergestelde lening van FundIQ is

ook uitermate geschikt om te combineren met andere financieringsvormen en financiers, vaak in de vorm van een gestapelde financieringsconstructie. Als gevolg van de achterstelling rekent de bank de lening tot het garantievermogen en is daardoor op haar beurt ook weer bereid om extra krediet te verschaffen. Want volgens Terhorst zal bancaire financiering altijd de goedkoopste vorm van financiering blijven, vanwege de toegang

die de bank heeft tot de kapitaalmarkt en de zekerhedenpositie die de bank inneemt. Terhorst: ‘Zolang je het geld bij de bank kunt krijgen moet je dat zeker doen, bij ons ben je altijd duurder uit. Aan de andere kant is het ook erg Nederlands om alleen naar de kosten te kijken. Wij draaien het liever om: wat levert een lening je op? Daar gaat het uiteindelijk om.’

Meer informatie www.fundiq.nl

Finance 50

DE VIJFTIG BELANGRIJKSTE advieskantoren van Nederland op het gebied van bedrijfsfinanciering. Het betreft hier zelfstandige advieskantoren die zich voornamelijk richten op MKB-bedrijven.

Adagium

Plaats Veghel
Profiel Onafhankelijk adviesbureau gespecialiseerd in bedrijfsoverdrachten, financiering en bedrijfswaarderingen.
Website www.adagium.nu

AenF Partners

Plaats Utrecht
Profiel Onafhankelijke fusie- en overname-specialist die zich ook bezig houdt met bedrijfsfinanciering.
Website www.aenfpartners.nl

Aeternus

Plaats Venlo, Eindhoven
Profiel Onafhankelijk corporate finance bedrijf en expert op het gebied van bedrijfswaardering en financiering.
Website www.aeternuscompany.nl

Alfa Fusies en Overnames

Plaats Nijkerk
Profiel Advieskantoor gespecialiseerd in financiering en de begeleiding bij de aan- en verkoop van ondernemingen.
Website www.alfa-fo.nl

Baker Tilly Berk Corporate Finance

Plaats Utrecht
Profiel Landelijke accountants- en belastingadvieskantoor met een gespecialiseerde unit voor bedrijfsfinanciering.
Website www.bakertillyberk.nl

BDO Corporate Finance

Plaats Utrecht
Profiel Advieskantoor op het gebied van accountancy, belastingadvies met een gespecialiseerde unit voor bedrijfsfinanciering.
Website www.bdo.nl

Bol Adviseurs

Plaats Nijmegen, Amsterdam
Profiel Full-service advieskantoor op het gebied van bedrijfsfinanciering voor ondernemers tot circa 150 medewerkers.
Website www.boladviseurs.nl

Bredius Corporate Finance

Plaats Naarden
Profiel Onafhankelijk corporate finance kantoor voor ondernemers, aandeelhouders en commissarissen van middelgrote ondernemingen.
Website www.brediuscf.nl

BrightOrange

Plaats Amsterdam, Houten
Profiel Zelfstandig corporate finance adviesbureau o.a. gespecialiseerd in bedrijfsfinanciering.
Website www.brightorange.nl

Chestnut

Plaats Amsterdam, Den Haag
Profiel onafhankelijke fusie- en overname-specialist die zich ook bezig houdt met bedrijfsfinanciering.
Website www.chestnut.nl

Claassen Moolenbeek & Partners

Plaats Eindhoven
Profiel Onafhankelijk bedrijfskundig en bancaire adviesbureau o.a. gespecialiseerd in bedrijfsfinanciering.
Website www.cmenp.nl

Crop Corporate Finance

Plaats Utrecht
Profiel Onafhankelijk advies kantoor op het gebied van bedrijfsovernames, -waarderingen, en financieringen.
Website www.crop.nl

Crowe Horwath

Plaats Amsterdam, Rotterdam, Nijmegen
Profiel Middelgrote organisatie op het gebied van accountancy, belastingadvies, juridische zaken, corporate finance en bedrijfswaardering.
Website www.crowehorwath.net

De Hooge Waerder

Plaats Alkmaar, Beverwijk, Heerhugowaard, Haarlem
Profiel Vooruitstrevend full-service accountantskantoor met o.a. advies op het gebied van bedrijfsfinanciering.
Website www.dehoogewaerder.nl

De Jong & Laan Corporate Finance

Plaats Zwolle
Profiel Regionaal accountants- en belastingadvieskantoor met een gespecialiseerde unit voor bedrijfsfinanciering.
Website www.jonglaan.nl

Deloitte Financial Advisory

Plaats Amsterdam
Profiel Internationaal advieskantoor op het gebied van accountancy, belastingadvies met een gespecialiseerde unit voor bedrijfsfinanciering.
Website www.deloitte.nl

Diligence

Plaats Veenendaal
Profiel Onafhankelijke fusie- en overname-specialist die zich ook bezig houdt met bedrijfsfinanciering.
Website www.diligence.nl

DRV Corporate Finance

Plaats Breda, Goes, Rotterdam
Profiel Begeleidt en adviseert bij de aankoop en verkoop van ondernemingen en financieren van bedrijfsactiviteiten.
Website www.drv.nl

Elysee Corporate Finance

Plaats Veenendaal
Profiel Onafhankelijk advieskantoor gespecialiseerd in koop, verkoop en financiering van ondernemingen.
Website www.elysee-groep.nl

ESJ Corporate Finance

Plaats Breda
Profiel Onafhankelijk advieskantoor gespecialiseerd in koop, verkoop en financiering van ondernemingen.
Website www.esj.nl

FBM

Plaats Nieuwegein
Profiel Onafhankelijk bedrijfsadviesbureau op het gebied van financiering, fusies, bedrijfsovernames, financieel management en herstructurering.
Website www.fbm.nl

First Dutch

Plaats Schiphol
Profiel Gespecialiseerd in de advisering van ondernemers bij de koop, verkoop en financiering van ondernemingen.
Website www.firstdutch.com

Grant Thornton Corporate Finance

Plaats Rotterdam, Amsterdam
Profiel Internationaal advieskantoor op het gebied van accountancy, belastingadvies met een gespecialiseerde unit voor bedrijfsfinanciering.
Website www.gt.nl

Havendijk

Plaats Gorinchem
Profiel Onafhankelijk advieskantoor gespecialiseerd in bedrijfsovername, financiering en strategie.
Website www.havendijk.nl

Hogenhouck

Plaats Den Haag
Profiel Begeleidt en adviseert bij de aankoop en verkoop van ondernemingen en financieren van bedrijfsactiviteiten.
Website www.hogenhouck.nl

Horlings Transactions Services

Plaats Amsterdam, Heemstede, Almere
Profiel Onafhankelijk full-service accountantskantoor met o.a. advies op het gebied van bedrijfsfinanciering.
Website www.horlings.nl

ICC Finance Consultants

Plaats Utrecht
Profiel Onafhankelijk advieskantoor op het gebied van financieren en risicomanagement
Website www.icc-consultants.nl

IMAP

Plaats Capelle aan den IJssel
Profiel Onafhankelijk corporate finance en consultancy kantoor gericht op de middenmarkt.
Website www.dbens.nl

Inter Actus

Plaats Waalwijk
Profiel Onafhankelijk advieskantoor gespecialiseerd in bedrijfsovername, financiering en strategie
Website www.interactus.nl

Iris Corporate Finance

Plaats Capelle aan den IJssel
Profiel Onafhankelijk advieskantoor gespecialiseerd in fusies en overnames en bedrijfsfinanciering.
Website www.iriscf.nl

JAN Overnames & Waarderingen

Plaats Weesp, Landmeer
Profiel Zelfstandig onderdeel van JAN Accountants gespecialiseerd in bedrijfsovernames en bedrijfsfinanciering.
Website www.jan.nl

JBR

Plaats Zeist
Profiel Onafhankelijk managementadviesbureau met een gespecialiseerde unit voor corporate finance en bedrijfsfinanciering.
Website www.jbr.nl

Koenen & Co

Plaats Venlo, Maastricht, Eindhoven
Profiel Middelgroot advieskantoor op het gebied van accountancy, belastingadvies met een gespecialiseerde unit voor o.a. bedrijfsfinanciering.
Website www.koenenenco.nl

Finance 50

KroeseWevers Corporate Finance

Plaats Enschede
Profiel Zelfstandig onderdeel van KroeseWevers gespecialiseerd in bedrijfssovernames en bedrijfsfinanciering
Website www.kroesewevers.nl

Lindenaar & Co

Plaats Utrecht
Profiel Onafhankelijke corporate finance boutique gespecialiseerd in financieel en strategisch advies.
Website www.nl.lindenaar-cf.com

Londen & van Holland CF

Plaats Amsterdam
Profiel Zelfstandig onderdeel van accountants en belastingadvieskantoor met een eigen unit voor transacties, waarderingen en financieringen.
Website www.londenholland.nl

Maasdael Corporate Finance

Plaats Rotterdam
Profiel Onafhankelijk advieskantoor gespecialiseerd in koop- of verkoop en (her)financiering.
Website www.maasdael.nl

Marktlink Fusies & Overnames

Plaats Deventer, Amsterdam, Gouda, Den Bosch
Profiel Onafhankelijke fusie- en overname-specialist die zich ook bezig houdt met bedrijfswaarderingen.
Website www.marktlink.nl

Match Plan Corporate Finance

Plaats Den Haag, Tilburg
Profiel Onafhankelijk advieskantoor gespecialiseerd in koop- of verkoop en (her)financiering.
Website www.matchplan.nl

Mazars Berenschot Corporate Finance

Plaats Amsterdam, Rotterdam
Profiel Advieskantoor op het gebied van accountancy, belastingadvies met een gespecialiseerde unit voor bedrijfsfinanciering.
Website www.mbcf.nl

Meeuwssen ten Hoopen Corporate Finance

Plaats Baarn
Profiel Middelgroot advieskantoor op het gebied van accountancy, belastingadvies met een gespecialiseerde unit voor o.a. bedrijfsfinanciering.
Website www.mth.nl

MKB Adviseurs

Plaats Den Haag
Profiel Zelfstandige adviesorganisatie op het gebied van bedrijfsovername en financiering.
Website www.mkbadviseurs.nl

PKF Wallast

Plaats Amsterdam, Rotterdam, Delft, Woerden
Profiel Middelgroot advieskantoor op het gebied van accountancy, belastingadvies met een gespecialiseerde unit voor bedrijfsfinanciering.
Website www.pkfwallast.nl

Rembrandt Fusies & Overnames

Plaats Amsterdam, Rotterdam, Eindhoven
Profiel Aan Rabobank gelieerd adviesbureau gespecialiseerd in bedrijfsoverdrachten, financiering en bedrijfswaarderingen.
Website www.rembrandt-fo.nl

Sophista

Plaats Alkmaar
Profiel Ervaren speler op het gebied van corporate finance inclusief het begeleiden van financieringsvraagstukken.
Website www.sophista.nl

Ten Kate Huizinga

Plaats Enschede
Profiel Middelgroot advieskantoor op het gebied van accountancy, belastingadvies met een gespecialiseerde unit voor o.a. bedrijfsfinanciering.
Website www.tenkatehuizinga.nl

Turnpoint Finance

Plaats Rotterdam
Profiel Volledig onafhankelijk financieringsadviesbureau voor ondernemingen
Website www.turnpointfinance.nl

Van Oers Corporate Finance

Plaats Breda
Profiel Onafhankelijk advieskantoor gespecialiseerd in fusies en overnames en bedrijfsfinanciering.
Website www.vanoers-cf.nl

Visser & Visser

Plaats Apeldoorn
Profiel Accountants- en met een gespecialiseerde corporate finance unit voor o.a. bedrijfsfinanciering.
Website www.visser-visser.nl

Witlox van der Boomen

Plaats Waalre
Profiel adviseert over de volle breedte op het gebied van accountancy, fiscale, juridische en HR-vraagstukken.
Website www.wvdb.nl

IMAGINE A BANK

Imagine a bank where your interests really do come first.

Imagine a bank combining global reach with local expertise.

Imagine a bank whose owners have steered a course through over 40 financial crises.

Imagine a bank that's been looking forward for seven generations.

Imagine a bank that manages and protects your family's wealth.

Welcome to Lombard Odier.

LOMBARD ODIER
LOMBARD ODIER DARIER HENTSCH

Lombard Odier (Europe) S.A. Netherlands Branch
Herengracht 466 - 1017 CA Amsterdam
Charmaine Oliveiro - T 020 5220 591 – c.oliveiro@lombardodier.com

Lombard Odier (Europe) S.A. Netherlands Branch is geregistreerd bij De Nederlandsche Bank en onderdeel van Lombard Odier (Europe) S.A., gevestigd aan de 5, Allée Scheffer te Luxemburg. Lombard Odier (Europe) S.A. beschikt over een bankvergunning en staat onder toezicht van de Commission de Surveillance du Secteur Financier in Luxemburg. Lombard Odier is gevestigd aan de Herengracht 466 te 1017 CA Amsterdam en telefonisch bereikbaar onder telefoonnummer (020) 5220 522.

Puur ondernemend

“Écart biedt een goede uitgangspositie voor internationale groei. We zijn succesvol in het ontwikkelen en vermarkten van onze software oplossingen en ondervinden hierbij support van Écart. Sowieso is de aanpak van Écart - waarbij directies hun beslissingspositie behouden - een basis voor een gezonde relatie.”

*Eric-Jan van Leeuwen,
oprichter-CEO van Login International Group*

Écart Invest 1 B.V. combineert sinds 1993 de professionaliteit van een participatiebedrijf met de slagvaardigheid en expertise van ervaren ondernemers. Wij investeren met oog voor continuïteit en groei.

Een participatie gaan wij aan voor onbepaalde tijd en voor eigen rekening en risico. Het accent ligt op middelgrote Nederlandse bedrijven met ICT, HR dienstverlening en de verpakkingindustrie als speerpunt

sectoren. Onze investeringen - in de vorm van aandelen en achtergestelde leningen - variëren van EUR 1,0 tot EUR 6,0 miljoen per participatie.

Wij geloven in puur ondernemen. Reden waarom Écart samenwerking zoekt met ervaren ondernemers. Ondernemers die financieel commitment tonen, een heldere koers uitzetten en focus houden. Zij durven zich te onderscheiden en werken aan de ontwikkeling van hun bedrijf.

Het ondernemen laten wij aan de ondernemer. Wij op onze beurt doen waar wij goed in zijn. Afgezien van kapitaal, bieden wij de kennis, het netwerk en de competenties die nodig zijn om de groei van bedrijven te stimuleren en te begeleiden. Voor overnames waarbij management van buitenaf moet worden aangetrokken, ontwikkelde Écart een methode die voor zowel verkoper als toetredend management interessant is.



10 jaar Brookz

DEZE MAAND BESTAAT BROOKZ 10 JAAR. In de hierna volgende pagina's een selectie van onze spraakmakende interviews met 10 ondernemers en investeerders met quotes over hun visie op ondernemerschap en investeren.

Jitse Groen (Thuisbezorgd.nl), juni 2016

‘Nederlandse internetbedrijven die een beetje succes hebben laten zich vaak te vroeg overnemen. Sinds 2002 zeggen mensen ook tegen mij dat ik moet verkopen. Als ik dat had gedaan was deze tent er nooit geweest. En wat moet ik anders met mijn tijd? Ik wil wat leuks om handen hebben’

A high-contrast, black and white close-up portrait of a middle-aged man with curly hair and a beard. He is looking directly at the camera with a serious expression. The lighting is dramatic, with deep shadows on the right side of his face and forehead.

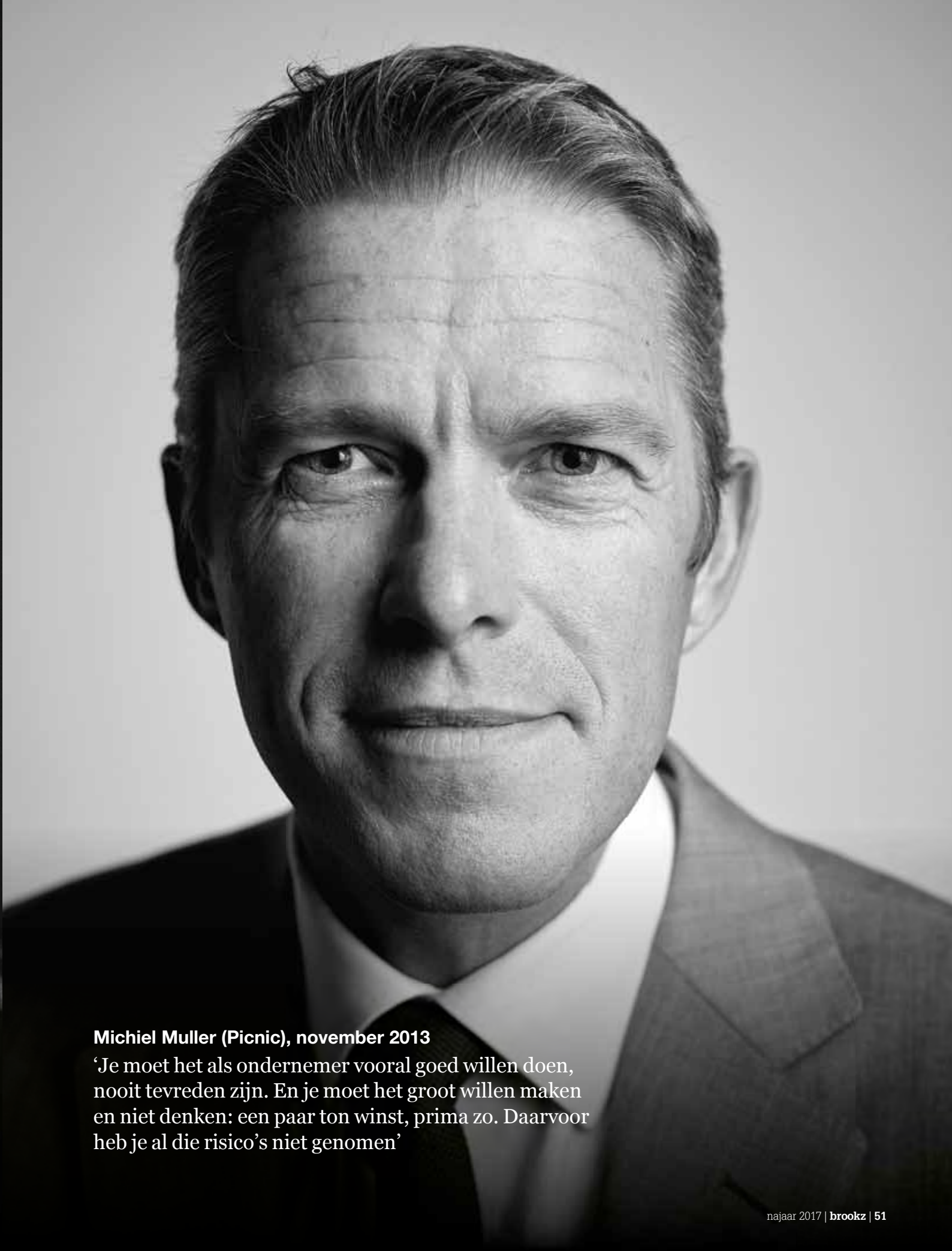
Jan Peter Cruiming (jobbird.com), oktober 2015

‘Je moet als ondernemer echt keihard willen werken, dat is de gemeenschappelijke noemer van alle succesvolle ondernemers. Een hoop mensen hebben dat niet door. Die denken: ondernemen is gewoon gezellig, leuk ideetje, beetje borrelen en netwerken. Maar dat gaat ‘m echt niet worden’



Simone Brummelhuis (IENS), november 2014

‘Zo werkt het ondernemen: je eerste klanten zijn de mensen die het je gunnen. AirBnb is ook begonnen door bij mensen aan te bellen en aan te bieden om hun huis te fotograferen. Na de eerste ronde moet je je netwerk verder zien uit te breiden met sales en marketing’



Michiel Muller (Picnic), november 2013

‘Je moet het als ondernemer vooral goed willen doen, nooit tevreden zijn. En je moet het groot willen maken en niet denken: een paar ton winst, prima zo. Daarvoor heb je al die risico’s niet genomen’

Maurits van Oranje (The Source Group), juni 2012

‘Ondernemen is vooral teleurstellingen incasseren en weer doorgaan. Je moet er wel voor gaan, maar niet te optimistisch zijn. Want het duurt altijd langer en kost altijd meer dan je van tevoren had bedacht’



Annemarie van Gaal (Van Gaal Company), september 2011

‘Ik zoek bevlogenheid. En geen ondernemer die in het eerste gesprek al begint over zijn managementfee en welke leaseauto hij in gedachten heeft. Dan denk ik: veel succes, maar daar ga ik niet aan meebetalen’



Willem Sijthoff (Sijthoff Media Groep), november 2010

‘Een ondernemer moet gewoon ontzettend veel doen. Dan helpt het heel erg als je er mensen bij hebt die zeggen: dit heeft nu prioriteit, dat andere kun je even laten liggen’



George Banken (Detron), juni 2009

‘Als een bedrijf hebt dan ga je daar helemaal voor. En het is simpel: iedere vader vindt dat zijn dochter de mooiste van de hele wereld is en iedere ondernemer vindt dat zijn tent minstens 10 miljoen euro waard is. Dat is niet zo, maar krijg het maar eens uit z’n hoofd’



Peter Driessen (Spil Games), maart 2008

‘Ondernemen is voor mij een soort schaakspel: vooruit denken, stapje voor stapje ergens naar toe werken en bij voorkeur natuurlijk als winnaar van het bord stappen’



Eelco Smit (Personal & Business Coach), november 2007

‘Een heleboel ondernemers hebben tegenwoordig een zingelevingsprobleem. Een beetje “is-dit-nou- alles-gevoel”. Succes is zeker niet onbelangrijk , maar het is maar de helft van het verhaal. De ander kant is zelfkennis en zelfbewustzijn. Waar doe ik het allemaal voor?’

Jong Metropole

klinkt

mede dankzij uw bijdrage

Ook geven of nalaten aan cultuur, natuur of wetenschap?

Het Prins Bernhard Cultuurfonds laat jonge musici klinken in Jong Metropole. Mede dankzij onze bijdrage kunnen 60 jonge, getalenteerde musici uit de klassieke en lichte muziek zich voorbereiden op een professionele carrière. Wilt u ook iets teweegbrengen met een gift of nalatenschap? Wij betrekken u graag bij 'De kunst van het geven'. Bel 020 520 61 75 of ga naar cultuurfonds.nl/geven.



PRINS BERNHARD
CULTUURFONDS

De kunst van het geven

SPECIAL



Goede doelen

NEDERLANDSE ONDERNEMERS SCHENKEN RELATIEF VEEL aan goede doelen. Maar waar kiest u voor en waarom? In welke mate wilt u betrokken blijven en wat zijn belangrijke fiscale aandachtspunten?

+ Brookz Goede Doelen 50

Zakelijke zinggeving

DE RELATIE TUSSEN GOEDE DOELEN en het bedrijfsleven is veranderd: passief doneren is passé. Slimme goede doelen willen geen geld, maar samenwerking met bedrijven voor toegang tot innovatie, expertise en een netwerk. 'Zomaar 5000 euro geven voor een tafel bij een gala, daar word ik niet enthousiast van.'

Of je nu pindakaas verkoopt, of onderdelen voor dieselmotoren - iedereen weet dat er meer op aarde is dan winst. Iedereen zoekt naar zinggeving.' Veel krachtiger kan je het gevoel dat leeft onder veel ondernemers en jonge professionals niet samenvatten. Aan het woord is *James Veenhoff*, mede-oprichter van het Amsterdamse digitaal marketingbureau Fronteer. Voor hem en vele anderen in zijn netwerk is filan-

tropie vast onderdeel van zijn bestaan. Maar niet door het met enige regelmaat een cheque uit te schrijven aan een NGO. Veenhoff is actief betrokken bij de projecten die hij zorgvuldig uitkiest. 'Je wordt voor duizend dingen benaderd. Zomaar 5000 euro geven voor een tafel bij een gala, daar word ik niet enthousiast van.' Maar zo gauw je begint over het Emma Kinderziekenhuis komt Veenhoff los. Via zijn netwerk werd hij een paar jaar terug gevraagd mee te helpen bij het inzamelen van 5 miljoen euro. 'Met vijf kerels uit de creatieve industrie hebben we een fundraiser bedacht: 1 avond tafels maar zonder diner, een soort ibiza nachtclub *meets* de muppetshow. We hebben elkaar helemaal gek gemaakt om die tafels vol te krijgen en de meest waanzinnige veilingstukken bij elkaar te krijgen.

Duncan Stutterheim (oprichter ID&T, red.) regelde een private jet naar ibiza en tickets voor de Pacha, ik had kaartjes voor de Chanel-show in Parijs. De sfeer was te gek, iedereen ging helemaal los op dat feest. Het is zo inspirerend om met de fine fleur te werken aan iets super ambitieus.' Persoonlijke zinggeving mag dan een grote rol spelen, de marketeer is zich er terdege van bewust dat ook zijn onderneming er plezier aan beleeft. Zijn eigen netwerk groeide en zijn medewerkers voelen zich dankzij mooie projecten verbonden aan de onderneming. 'Nu hebben we Refugee Company uitgekozen. We zijn daar met hele team langs geweest om te kijken hoe we kunnen helpen naast geld. Jonge professionals willen ook iets doen, alleen een logo op je site is iets van vroeger.'

TOP 3 Giften ondernemers

Gezondheidszorg en welzijn	3.412
Kunst en cultuur	1.922
Religieuze organisaties	1.058

(Bron: De Geefondernemer (2016) - ABN Amro
Mees Pierson)



Meerwaarde

Consultant *Geert van den Goor* (First Consulting) heeft een overeenkomstige ervaring. Hij zit in de Raad van Advies van UAF (studie en werk voor hoogopgeleide vluchtelingen) waar hij zijn ervaring inzet om de organisatie te verbeteren. In eerste instantie doet hij dat om persoonlijke redenen, maar hij ziet ook hoe waardevol het is dat zijn medewerkers betrokken zijn. Ook Van den Goor wil met zijn bedrijf niet alleen donateur zijn. 'We geven liever *skills* dan dat we geld geven. Hoe kunnen we ze echt helpen? Hoe creëer je echt een partnership met een win-win voor beiden? Dan is de toegevoegde waarde voor beide kanten groter. Zo is het meer dan een donateursrelatie.'

Deze trend is al een tijdje geleden ingezet: ondernemers zijn steeds selectiever als het gaat om filantropie. Zij steunen goede doelen niet alleen vanuit de wens iets maatschappelijk 'terug te doen', maar in toenemende mate ook vanuit commerciële overwegingen. Denk aan het doel zo het merk 'te laden' en tegelijkertijd werk-

nemers en lokale gemeenschappen aan zich te binden. Met name voor kleinere bedrijven geldt dat de persoonlijke relatie belangrijk is, zo constateerde het Economisch Bureau ING al eerder in onderzoek "*Goede doelen en het bedrijfsleven*". Daar komt bij: het simpelweg overmaken van geld door een bedrijf aan een goed doel doet niks voor de reputatie van het gulle bedrijf. De echte meerwaarde van samenwerking met bedrijven voor goede doelen is de toepassing van zakelijke expertises. Bedrijven en ook steeds meer goede doelen beginnen in te zien dat een intensieve, langdurige samenwerking het meeste oplevert: het goede doel ontvangt kennis, inzet van mensen en toegang tot een netwerk; het bedrijf creëert positieve energie en meer *engagement* van medewerkers, maar soms ook meer kennis van afzet- of productmarkten.

Relatiemanagement

Was dat vijf jaar geleden nog een tamelijk nieuwe boodschap, anno 2017 hebben vooruitstrevende goede doelen

grote stappen gezet op dit gebied. Neem Dance4Life (aidspreventie) dat een groot netwerk van ondernemers aan zich wist te binden met een expliciete boodschap van wederkerigheid. 'Als partner van dance4life ben je verbonden aan een positief, sterk merk, profiteer je van de exposure die daarbij hoort en heb je toegang tot de jonge doelgroep van Dance4life. Ook toon je op een unieke en waardevolle manier de sociale betrokkenheid van jouw bedrijf en heb je een ideale relatiemanagementtool in handen, doordat je relaties mee kunt nemen naar Dance4life evenementen', zo lezen we op de website. Charlotte van der Zanden, verantwoordelijk voor partnerships bij Dance4Life, licht toe: 'Onze focus ligt op het business netwerk. Bijvoorbeeld Friends4Life, een community van 100 veelal ondernemers. Zij betalen 2500 euro per jaar en in ruil daarvoor krijgen ze een aantal evenementen. Ze zetten zich in met kennis, delen hun eigen netwerk. We organiseren kleinschalige dinertjes waarin ze elkaar leren kennen. Het is ook een sympathieke

‘We geven liever skills dan dat we geld geven. Hoe creëer je een partnership met een win-win voor beiden? Dan is de toegevoegde waarde voor beide kanten groter. Zo is het meer dan een donateursrelatie.’

manier om hun eigen netwerk te benaderen, niet per sé voor zichzelf maar voor het goede doel.’

Gulle gevers

Filantropie wordt van oudsher geassocieerd met het geven door erfgenamen. Maar dit beeld verdient bijstelling. Uit tweejaarlijks onderzoek van ABN Amro Mees Pierson bleek vorig jaar dat de actieve gever vooral ondernemer of werkgever is. ‘Zij zien hun gift als een investering en zijn actief betrokken bij goede doelen. Dat doen ze bijvoorbeeld door plaats te nemen in het bestuur van een filantropische instelling’, zegt *Paul Smeets*, Associate Professor Finance van de Universiteit Maastricht en auteur van het onderzoek. Achttien procent van hen is bestuurder van een ANBI stichting en 2% heeft een eigen ANBI stichting. Daarnaast is nog eens 44% van de ondernemers vrijwilliger, wat het hoogste percentage is van de drie groepen (werknemers, erfgenamen en ondernemers).

Ondernemers worden volgens Smeets kritischer, waarbij vooral de hoogte van de salarissen van de bestuurders van stichtingen een doorn in het oog zijn. Onterecht, vindt de onderzoeker. ‘Wat maakt de hoogte van het salaris uit als het goede doel effectief is en er veel levens worden gered? Als je een goede manager wil hebben om de toko te runnen, mag dat wel wat kosten.’ Ondernemers schonken in 2015 gemiddeld 10.349 euro. Dat is veel meer dan erfgenamen schonken (2.802 euro), maar iets minder dan werknemers (12.992 euro). Ook als percentage van het inkomen gaven werknemers het meest en erfgenamen het minst. De “actieve gever” bestaat dus vooral

uit een nieuwe generatie van werkende vermogenden en minder uit familievermogen. Het is opvallend dat de top drie van thema’s waaraan het meest werd gedoneerd hetzelfde is voor erfgenamen en ondernemers. Doelen in de gezondheidszorg en welzijn ontvingen de grootste donaties van deze twee groepen, gevolgd door kunst en cultuur en religieuze organisaties. Voor werknemers ziet de top drie er volledig anders uit. Zij schonken het meest aan noodhulp, armoedebestrijding in het buitenland en armoedebestrijding in Nederland.

Corporate engagement

Voor grotere charity’s is vooral intensieve samenwerking speerpunt van het beleid. Het heeft er zelfs een Angelsakische benaming voor, die de pro’s uit het wereldje graag gebruiken: *corporate engagement*. Dan gaat het natuurlijk in de eerste plaats over de grote partnerships met multinationals zoals Heineken of Unilever. ‘Deze werelden zijn naar elkaar toe gegroeid’, zegt *Jalbert Kuijper*, chieft marketing, fundraising en development van het Wereldnatuurfonds (WNF). ‘Corporates hebben ontdekt dat heel veel geld niet vervullend is. NGO’s waren voorheen afhankelijk van subsidie. De trend is dat je elkaar kan versterken. Een grondstof als schoon water is heel belangrijk voor Heineken, en voor ons. Met een gezamenlijk doel ontwikkelen we activiteiten.’ Maar dat wil niet zeggen dat er geen ruimte is bij WNF voor kleinere bedrijven, of zelfs individuen, zegt Kuijper: ‘We zijn constant bezig met de ontsluiting van ondernemers die het leuk vinden om met natuur bezig te zijn. Er zijn veel contacten met ondernemers, waarbij we de verbin-

Gulle gevers goede doelen (bedragen per jaar):

1. Familie Brenninkmeijer (C&A-familie): 44,3 miljoen euro (onduidelijk welk deel hiervan in Nederland is uitgegeven)
2. Familie Van Vliet (Verkochte hedgefonds Transtrend in 2007) 16,4 miljoen euro
3. Familie Van der Vorm (Oprichters Holland-Amerika Lijn, later HAL Holding, met belangen in onder meer FD Media Groep, Boskalis, Ahrend 4 miljoen euro)
4. Bart Becht (Oud-topman Benckiser, een bedrijf in schoonmaak- en drogisterijartikelen) 4 miljoen euro
5. Pieter Geelen (Verkochte TomTom in 2006) 3,5 miljoen euro
6. Ruud Bakhuizen (Directeur Hoge Raedt Groep, een houdstermaatschappij in vastgoed) 3,4 miljoen euro
7. Familie Van Leer (Eigenaar verpakkingconcern) 1,3 miljoen euro
8. Frederik van Beuningen (Medeoprichter SHV, eigenaar beleggingsmaatschappij Teslin) 1 miljoen euro
9. Loek Dijkman (Verpakkingsbedrijf Topa) 1 miljoen euro
10. John Fenterer van Vlissingen (Grootaandeelhouder familiebedrijf SHV, eigenaar zakenreisconcern BCD van onder andere vliegwinkel.nl, cheaptickets.nl) 450.000 euro

(Bron: Tijdschrift voor Sociale Vraagstukken)

ding zoeken. Wij zetten ons daarbij niet te veel centraal. Je zoekt naar balans waarin we elkaar kunnen versterken. Wij bedienen de ondernemers, zijn servicegericht.’ Participeren kan op allerlei niveau’s. ‘Wij merken dat de behoefte sterk varieert. Sommige ondernemers nemen hun gezin mee naar evenementen. Anderen brengen personeel mee. Of ze supporten een project met kennis. Er is ook wel behoefte met een ondernemersperspectief: iets specifiek met geld doen: de tijger meer aandacht, of je inzetten voor het Amazone-gebied. Dat geeft het bedrijf een goed gevoel.’ En donaties dan? ‘Geld is een afgeleide van de relatie, niet het primaire doel.’

Als ondernemer kijkt u niet alleen naar goede cijfers...



GEHOLPEN KINDEREN EN FAMILIES IN 2016

KINDERARBEID	NOODHULP	MISBRUIK
49.461	38.183	24.416
KINDERHANDEL & MIGRATIE	SEKSUELE UITBUITING	KINDEREN NAAR SCHOOL
224.662	43.637	108.973
FAMILIES NOODHULP-PAKKETTEN	KINDEREN JURIDISCHE BIJSTAND	KINDEREN ZORG EN OPVANG
8.192	9.398	176.646



DIRECT GEHOLPEN KINDEREN
380.359



INDIRECT GEHOLPEN KINDEREN
4.694.128



VAN IEDERE EURO WORDT
€ 0,83 BESTEED
AAN DE STRIJD
TEGEN KINDER-
UITBUITING

Als ondernemer bent u geïnteresseerd in resultaten en kansen. Wat levert uw investering op? Dat wilt u weten. Daarnaast wilt u bijdragen aan een rechtvaardige wereld, waarin iedereen recht heeft op een eerlijk bestaan. Vooral kinderen, want zij zijn de toekomst.

Wereldwijd worden miljoenen kinderen uitgebuit. Kinderhandel en kinderarbeid, waarbij jonge kinderen onder extreme, ongezonde omstandigheden moeten werken. Een gevaarlijke omgeving met kindermisbruik, seksuele uitbuiting en geweld. Terre des Hommes komt op voor deze kinderen. We vangen ze op en sturen ze naar school. We helpen gezinnen bij het vergroten van hun inkomen, sporen daders op en bieden rechtshulp. Uw investering is daarbij onmisbaar. Help mee wereldwijd kinderuitbuiting te stoppen.

Heeft u vragen?

Neem dan contact op met Marjoleine Bloemen,
070 310 5012 of stuur een e-mail naar m.bloemen@tdh.nl

Goede doelen 50

DIT ZIJN VIJFTIG GOEDE DOELEN die allemaal een CBF-keurmerk hebben en voldoen aan de eisen van transparante verslaggeving. Deze lijst is bedoeld als leidraad voor het steunen van een of meerdere goede doelen en daarmee een bijdrage te leveren aan een betere wereld.

Amref Flying Doctors

Categorie Gezondheidszorg

Profiel Zelfstandige organisatie gericht op het structureel verbeteren van de gezondheid van kwetsbare bevolkingsgroepen in Afrika.

Website www.amref.nl

Artsen Zonder Grenzen

Categorie Noodhulp

Doelgroep Universeel

Profiel Biedt medische noodhulp aan vluchtelingen en slachtoffers van natuurrampen, oorlogen en epidemieën.

Website www.amsterdam.msf.org

CARE Nederland

Categorie Mensenrechten

Doelgroep Armen

Profiel Organisatie die zich inzet voor menselijke waardigheid en minder armoede.

Website www.carenederland.org

Childs Life

Categorie Noodhulp

Doelgroep Kinderen

Profiel Kansen bieden aan kinderen die in armoede leven. Ieder kind heeft recht op onderdak, eten, onderwijs & zorg.

Website www.childslife.nl

CliniClowns

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Kinderen

Profiel Biedt kinderen met een ziekte of handicap afleiding en plezier.

Website www.cliniclowns.nl

Cordaid

Categorie Mensenrechten/Vrede/Veiligheid

Doelgroep Armen

Profiel Creëert kansen door te bouwen aan gemeenschappen voor de allerarmsten in fragiele regio's en conflictgebieden.

Website www.cordaid.nl

De Regenboog Groep

Categorie Maatschappij & welzijn

Doelgroep Armen

Profiel Helpen Amsterdammers die te maken hebben met armoede, op weg naar een stabiele toekomst.

Website www.deregenboog.org

De Zonnebloem

Categorie Maatschappij & Welzijn

Doelgroep Gehandicapten

Profiel Zorgen voor betekenisvolle ontmoetingen tussen vrijwilligers en mensen met een fysieke beperking door ziekte of handicap.

Website www.zonnebloem.nl

Diabetes Fonds

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Zieken

Profiel Helpt diabetes (suikerziekte) voorkomen en genezen.

Website www.diabetesfonds.nl

Dierenbescherming

Categorie Natuur/Milieu/Dieren

Doelgroep Dieren

Profiel Opvang en bescherming van zwerfdieren.

Website www.dierenbescherming.nl

Dokters van de Wereld

Categorie Noodhulp

Doelgroep Universeel

Profiel Biedt medische noodhulp aan vluchtelingen en slachtoffers van natuurrampen, oorlogen en epidemieën.

Website www.doktersvandewereld.nl

Edukans

Categorie Mensenrechten

Doelgroep Kinderen

Profiel Helpt kinderen in ontwikkelingslanden aan meer scholen, schoolbanken, schoolborden, boeken en leraren.

Website www.edukans.nl

‘Je moet focussen op dat waar je goed in bent’

Bas de Voogd zet zich in voor het Prinses Máxima Centrum voor kinderoncologie. ‘Het overlevingspercentage voor kinderen met kanker is nu gemiddeld 75 procent, maar dat moet natuurlijk naar 100 procent.’

In 2001 werd bij Dieuwke, het toen 7-jarige dochtertje van ondernemer Bas de Voogd, acute lymfatische leukemie geconstateerd. Het bericht kwam aan als een mokerslag, vertelt De Voogd: ‘Ons leven veranderde van de een op de andere minuut dramatisch. Je neemt een afslag in je leven en komt terecht in een surrealistisch maanlandschap vol met de meest vreselijke bedreigingen.’

Twee jaar lang onderging de dochter van De Voogd intensieve chemotherapie in het Sophia Kinderziekenhuis in Rotterdam. Een zeer intensieve en soms moeilijke tijd, zegt De Voogd. Maar wel met een happy end. Want na drie maanden was zijn dochter al ‘schoon’. Vijf jaar na het einde van de therapie werd ze volledig genezen verklaard. Inmiddels is Dieuwke een gezonde studente met een mooie toekomst. Maar dit is voor 1 op de 4 kinderen met kanker helaas niet het geval.

Overlevingskansen

Bas de Voogd, CEO van Voogd & Voogd Verzekeringen, was onder de indruk van de professionele manier waarop zijn dochter werd geholpen, maar ook geschokt toen hij hoorde dat er onvoldoende geld is voor onderzoek naar nieuwe medicijnen en behandelmethoden. De Voogd: ‘De reguliere zorg wordt vergoed door de zorgverzekeraars, maar zij financieren niet het benodigde onderzoek voor betere medicijnen. Ook de farmaceuten zijn maar beperkt geïnteresseerd, omdat er relatief weinig kinderen zijn die kanker krijgen en de kosten van het ontwikkelen van nieuwe medicijnen hoger zijn dan de mogelijke opbrengsten. Het vakgebied kinderonco-



logie is zelfs betrekkelijk nieuw. Pas vanaf de jaren zeventig krijgen jonge kankerpatiënten medicatie. Tot die tijd werden ze naar huis gestuurd, al deze kinderen kwamen te overlijden. Toen ze eenmaal medicijnen kregen toegediend waren deze identiek aan die van de volwassenen, maar dan in een lagere dosering. Deze waren beperkt succesvol, omdat het kinderlijf nu eenmaal wezenlijk anders is dan het lichaam van een volwassene. In 2001, toen mijn dochter ziek werd, waren de overlevingskansen voor kinderen met kanker al een stuk beter dan in de jaren zeventig. De overlevingskansen voor kinderen met kanker is nu gemiddeld 75 procent, maar dat percentage moet natuurlijk naar 100 procent. Het welzijn voor kind en gezin tijdens de lange opnameperiodes vraagt om veel meer aandacht. En ook moeten er betere medicijnen komen die minder bijwerkingen hebben.’

Golftoernooi

Sinds de ziekte van zijn dochter spant De Voogd zich in om fondsen te werven voor de behandeling van kinderkanker. Hij was van meet af aan betrokken bij de plannen voor het Prinses Máxima Centrum in Utrecht, het eerste ziekenhuis in Europa dat zorg en research bundelt en volledig is gespecialiseerd in kinderoncologie. ‘Als ondernemer geloof ik heel erg in het idee dat je moet focussen op dat waar je goed in bent. Dat geldt voor bedrijven, maar ook voor ziekenhuizen. Alleen dan behaal je meer rendement.’ Jaarlijks organiseert De Voogd een charity golftoernooi voor zijn zakenrelaties, het Voogd Open, waarvan de opbrengst in 10 jaar ruim 1 miljoen euro was en in initiatieven zoals het Prinses Máxima Centrum is geïnvesteerd. Daarnaast is hij jarenlang voorzitter geweest van de stichting Go4Children, die financiering voor geneesmiddelenonderzoek bij kinderen met kanker mogelijk maakte. Go4Children fuseerde in mei 2017 met de Stichting Steun het Prinses Máxima Centrum, waar hij ook is toegetreden tot het bestuur.

De Voogd zal zich blijven inzetten voor het goede doel en hoopt dat anderen zijn voorbeeld volgen. Er is nog veel geld nodig om alle kinderen met kanker te kunnen genezen met optimale kwaliteit van leven. En hij weet als geen ander waar hij het voor doet. ‘Vorige week was er een charity diner voor het Prinses Máxima Centrum. We hebben 2,7 miljoen euro opgehaald. Ik was daar ook, mijn dochter zat naast me, stralend. Gelukkiger kon ik niet zijn.’

Meer info: www.prinsesmaximacentrum.nl

Fonds Gehandicaptensport

Categorie Sport & Recreatie

Doelgroep Gehandicapten

Profiel Zet zich in om sport voor iedereen met een handicap structureel mogelijk te maken.

Website www.fondsgehandicaptensport.nl

Greenpeace

Categorie Natuur/Milieu/Dieren

Doelgroep Universeel

Profiel Internationale milieu-organisatie die zich inzet voor een schone en gezonde wereld.

Website www.greenpeace.nl

Hersenstichting

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Zieken

Profiel Zet zich in om zoveel mogelijk te weten te komen over de hersenen zodat zo veel mogelijk mensen kunnen worden geholpen.

Website www.hersenstichting.nl

Het Nederlandse Rode Kruis

Categorie Noodhulp

Doelgroep Universeel

Profiel Biedt directe noodhulp bij rampen, ziekte, oorlog of hongersnood.

Website www.rodekruis.nl

Jantje Beton

Categorie Maatschappij & Welzijn

Doelgroep Kinderen

Profiel Zet zich in om het vrij buitenspelen voor alle kinderen (weer) mogelijk te maken.

Website www.jantjebeton.nl

Johan Cruyff Foundation

Categorie Sport & Recreatie

Doelgroep Jongeren

Profiel Richt zich op het bevorderen van het geestelijk en lichamelijk welzijn van kinderen en jongeren.

Website www.cruyff-foundation.org

KiKa

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Kinderen

Profiel Werft fondsen voor onderzoek naar kinderkanker. Doel is de genezingskansen in 2025 naar 95% te vergroten.

Website www.kika.nl

KNGF

Categorie Maatschappij & Welzijn

Doelgroep Gehandicapten

Profiel Leidt honden op tot blindengeleidehond, assistentiehond, buddyhond of autismegeleidehond.

Website www.geleidehond.nl

KNRM

Categorie Maatschappij & Welzijn

Doelgroep Iedereen

Profiel Werft fondsen voor het redden en helpen van mensen op zee en ruime binnenwateren.

Website www.knrm.nl

KWF

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Zieken

Profiel Zet zich in voor minder kanker, meer genezing en een betere kwaliteit van leven voor kankerpatiënten.

Website www.kwf.nl

Leger des Heils

Categorie Maatschappij & Welzijn

Doelgroep Iedereen

Profiel Hulp verlenen en mensen vertellen van Gods liefde.

Website www.legerdesheils.nl

Light for the World

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Gehandicapten

Profiel Zet zich in voor de bestrijding van vermijdbare blindheid en voor inclusie van mensen met een handicap.

Website www.lightfortheworld.nl

Liliane Fonds

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Gehandicapten

Profiel Wil kinderen met een handicap op eigen benen laten staan.

Website www.lilianefonds.nl

Longfonds

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Zieken

Profiel Fondswerving voor onderzoek om longziekten te voorkomen en mensen met een longziekte goede zorg geven.

Website www.longfonds.nl

Maag lever darm stichting

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Zieken

Profiel Zet zich in voor maag-, lever- en darmpatiënten: financiering van wetenschappelijk onderzoek naar ziekten gerelateerd aan spijsvertering.

Website www.mlds.nl

Make-A-Wish

Categorie Maatschappij & Welzijn

Doelgroep Kinderen

Profiel Vervult de liefste wens van kinderen tussen 3 en 18 jaar met een levensbedreigende ziekte.

Website www.makeawishnederland.org

Nationaal MS Fonds

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Zieken

Profiel Zet zich in voor de strijd tegen MS.

Website www.nationaalsfonds.nl

Natuurmonumenten

Categorie Natuurbescherming

Doelgroep Alle Nederlanders

Profiel Vereniging die zich inspannt voor de bescherming en het behoud van de natuur in Nederland.

Website www.natuurmonumenten.nl

Nederlandse Hartstichting

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Iedereen

Profiel Zet zich in voor de strijd tegen hart- en vaatziekten. Financiering van wetenschappelijk onderzoek, voorlichting, preventie en behartigen patiëntenbelangen.

Website www.hartstichting.nl

Nierstichting

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Zieken

Profiel Zet zich in voor de medische behandeling en maximale kwaliteit van leven voor iedere nierpatiënt in Nederland.

Website www.nierstichting.nl

NSGK

Categorie Maatschappij & Welzijn

Doelgroep Gehandicapten

Profiel Zet zich in voor kinderen en jongeren met een handicap in Nederland.

Website www.nsgk.nl

Bedrijf verkopen?

**Kom nu in actie en
plaats een profiel op
brookz.nl**

Meer dan 30.000 bezoekers per maand!

www.brookz.nl

Goede doelen 50

Orange Babies

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Vrouwen

Profiel Zet zich in voor de hulp aan zwangere vrouwen met hiv en hun baby's in Afrika.

Website www.orangebabies.com

Oranje Fonds

Categorie Maatschappij & Welzijn

Doelgroep Iedereen

Profiel Bevordert betrokkenheid in de samenleving door enerzijds sociale samenhang en anderzijds sociale participatie bevorderen.

Website www.oranjefonds.nl

Oxfam Novib

Categorie Mensenrechten/Vrede/Veiligheid

Doelgroep Armen

Profiel Wereldwijde ontwikkelingsorganisatie die zich inzet voor armoedebestrijding.

Website www.oxfamnovib.nl

Pink Ribbon

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Vrouwen

Profiel Fondsenwervende charitatieve organisatie die aandacht vraagt voor borstkanker en de borstkankerpatiënt.

Website www.pinkribbon.nl

Plan Nederland

Categorie Maatschappij & Welzijn

Doelgroep Kinderen

Profiel Stichting die streeft naar blijvende verbeteringen in het leven van kansarme kinderen in de wereld.

Website www.plannederland.nl

Prins Bernhard Cultuurfonds

Categorie Kunst & Cultuur

Doelgroep Iedereen

Profiel Stimuleert cultuur, natuur en wetenschap in Nederland en daarbuiten met financiële bijdragen, opdrachten, prijzen en beurzen voor bijzondere initiatieven en talent.

Website www.cultuurfonds.nl

Ronald McDonald Kinderfonds

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Kinderen

Profiel Ondersteunen en faciliteren van zieke of gehandicapte kinderen en hun familie in Nederland.

Website www.kinderfonds.nl

SOS Kinderdorpen

Categorie Maatschappij & Welzijn

Doelgroep Kinderen

Profiel Zorgen ervoor dat kinderen in een liefdevolle familie kunnen opgroeien door kwetsbare families te ondersteunen.

Website www.soskinderdorpen.nl

Stichting ALS

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Mensen met ALS

Profiel Onderzoek, voorlichting en communicatie naar ALS patiënten.

Website www.als.nl

Stichting de Upside van Down

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Kinderen met syndroom van Down

Profiel Zet zich in voor en positief beeld van het Downsyndroom.

Website www.deupsidevandown.nl

Stichting MS Research

Categorie Gezondheidszorg

Doelgroep Mensen met multiple sclerose

Profiel Onderzoek, voorlichting en communicatie naar MS-patiënten.

Website www.msresearch.nl

Stichting Vluchteling

Categorie Noodhulp

Doelgroep Vluchtelingen

Profiel Verleent noodhulp aan vluchtelingen en ontheemden die zich in een humanitaire crisis bevinden.

Website www.vluchteling.nl

Tear

Categorie Maatschappij & Welzijn

Doelgroep Armen

Profiel Komt wereldwijd op voor armoede en onrecht vanuit een christelijke overtuiging.

Website www.tear.nl

Terre des Hommes

Categorie Maatschappij & Welzijn

Doelgroep Kinderen

Profiel Komt op voor de rechten van het kind en probeert wereldwijd regeringen te dwingen zich aan die rechten te houden.

Website www.tdh.nl

UAF

Categorie Maatschappij & welzijn

Doelgroep Vluchtelingen

Profiel begeleidt vluchtelingen bij hun studie in het hoger onderwijs en het vinden van een baan die aansluit bij hun capaciteiten.

Website www.uaf.nl

Unicef

Categorie Maatschappij & Welzijn

Doelgroep Kinderen

Profiel Helpt kinderen over de hele wereld bij het overwinnen van armoede, ziekte, geweld en discriminatie.

Website www.unicef.nl

Wereld Natuur Fonds

Categorie Natuur/Milieu/Dieren

Doelgroep Dieren

Profiel Zet zich in voor de bescherming van de natuur op verschillende plekken wereldwijd via allerlei projecten, campagnes en acties.

Website www.wnf.nl

‘Elk kind dat je kan helpen is er één’

Thomas Fassin is directeur van Koninklijke Fassin, een 107-jaar oud familiebedrijf uit 's Heerenberg. In 2013 ging hij met zijn gezin op vakantie naar Madagaskar en kwam daar in contact met SOS Kinderdorpen. ‘Mooi om te zien hoe je ondanks alle ellende toch een verschil kunt maken.’

De naam Royal Fassin zal weinig mensen wat zeggen, maar iedereen heeft waarschijnlijk weleens een product van het bedrijf uit 's Heerenberg genoten. Het in 1910 opgerichte familiebedrijf is namelijk de bedenker en producent van katjesdrop, dropveters en zure matten en is in Nederland bekend onder het merk Katja. *Thomas Fassin* vormt samen met zijn zus de directie van het bedrijf dat inmiddels is uitgegroeid tot een internationaal actieve onderneming met 250 medewerkers. Vier jaar geleden ging Fassin met zijn gezin op vakantie naar Madagaskar. Van tevoren waren er al contacten met SOS Kinderdorpen, maar Fassin wilde graag met eigen ogen zien hoe deze vorm van hulpverlening in de praktijk uitpakte. Fassin: ‘Madagaskar is een van de armste landen ter wereld. We hebben twee SOS Kinderdorpen bezocht en het was mooi om te zien hoe hun aanpak daar een verschil wist te maken. Dat gaf voor mij de doorslag om met ons bedrijf SOS Kinderdorpen structureel te gaan steunen.’

Diepe verantwoordelijkheid

SOS Kinderdorpen Nederland maakt onderdeel uit van SOS Kinderdorpen International dat in 1949 werd opgericht door de Oostenrijkse jeugdwelzijnswerker Hermann Gmeiner. Gmeiner was vijf jaar oud toen zijn moeder stierf. Deze traumatische ervaring en zijn werk als jeugdwelzijnswerker, waarin hij met vele oorlogsvrouwen en ontheemde kinderen in aanraking kwam, maakte dat hij een diepe verantwoordelijkheid voelde om deze kinderen te helpen. Hij geloofde dat een veilig thuis, met een liefdevolle moeder en broertjes en zusjes, essentieel is voor de fysieke, mentale en emotionele ontwikkeling van een kind. Na de opening



Thomas Fassin

van het eerste kinderdorp in het Oostenrijkse Imst in 1949, volgden wereldwijd vele andere kinddorpen en programma's, met name in ontwikkelingslanden. Anno 2017 is SOS Kinderdorpen actief in 134 landen. Er zijn inmiddels 571 kinddorpen, waar 84.500 kinderen en jongeren binnen een beschermde thuisomgeving kunnen opgroeien. Daarnaast ondersteunt de organisatie kwetsbare families door hen te helpen met de zorg en bescherming van hun kinderen. Op die manier wil SOS Kinderdorpen voorkomen dat een kind door omstandigheden wordt verwaarloosd of verlaten. Dankzij de 553 familieverstevkende programma's hebben inmiddels meer dan 328.300 kinderen weer een sterke familiebasis.

Families voor families

Speciaal voor familiebedrijven biedt SOS

Kinderdorpen het concept 'Families voor families' aan, waarbij een netwerk van Nederlandse families wereldwijd investeert in andere families. Na zijn bezoek aan Madagaskar raakte Fassin via dit concept betrokken bij een project in Tsjaad, met 12 familiehuizen, twee jongerenhuizen, een school en een medisch centrum. Fassin: 'Het feit dat bij SOS Kinderdorpen de familie centraal staat en kinderen een betere toekomst wil bieden spreekt ons als familiebedrijf erg aan. Ik ben in 2015 met een aantal mensen ook naar Tsjaad geweest. Er is daar veel ellende en natuurlijk is wat we doen nooit genoeg. Maar elk kind dat je kan helpen is er één. En dat is uiteindelijk het enige wat telt.'

]

Meer info op www.soskinderdorpen.nl

‘Het gaat om actief burgerschap’

Elsbeth Röben is een van de voortrekkers van het Mokums Mecenaat, een kring van Amsterdammers die graag iets willen bijdragen aan hun stad. Het project kan worden gezien als een nieuwe vorm van geven en is een initiatief van het Prins Bernhard Cultuurfonds.

Fiscalist *Elsbeth Röben* fietst dagelijks over de Amsterdamse grachten naar haar kantoor aan de Herengracht. Telkens weer geniet ze van de rijk versierde gevels en de prachtige herenhuisen. ‘Ik kijk mijn ogen uit,’ vertelt ze. ‘Het is een voorrecht om hier te kunnen werken. Het leek mij mooi om een actieve bijdrage te kunnen leveren aan deze omgeving.’ Die mogelijkheid diende zich aan tijdens een ‘burenborrel’ voor ondernemers die zijn gevestigd aan de Heren- en Keizersgracht. Deze borrels worden jaarlijks georganiseerd door de uitgever van een gids voor lokale ondernemers. Twee jaar geleden was het Prins Bernhard Cultuurfonds, dat ook kantoor houdt op de Herengracht, gastheer van de borrel. ‘Het Cultuurfonds vroeg de aanwezigen om na te denken over manieren waarop wij als bewoners en ondernemers iets terug kunnen geven aan de stad,’ vertelt Röben. Het verzoek resulteerde dit voorjaar in de oprichting van het Mokums Mecenaat, een ‘geefkring’ van mensen die zich betrokken voelen bij Amsterdam en de Amsterdamse binnenstad. Particuliere leden betalen jaarlijks 250 euro, ondernemers 500 euro. Eens per jaar wordt een project gekozen waar het geld naartoe gaat. Twee keer per jaar wordt er een bijeenkomst georganiseerd voor Mokums Mecenaat.

Gouden eeuw

Al ten tijde van de Oudheid waren er fortuneerde burgers die kunstenaars,

geleerden of sporters financieel ondersteunden. In de Gouden Eeuw, de tijd waarin het grootste deel van de grachtengordel werd gebouwd, genoten Rembrandt, Frans Hals en andere ‘meesters’ vrijwel allemaal de bescherming van een mecenas. In de 21e eeuw is het mecenaat bezig aan een comeback, vertelt *Mathilde Stuyling de Lange*, adviseur mecenaat bij het Cultuurfonds: ‘Het gaat om actief burgerschap; je bekommeren om je omgeving of je gemeenschap en daar een actieve bijdrage aan leveren.’

Het Cultuurfonds, een van de grootste in zijn soort in Nederland, stimuleert cultuur, natuur en wetenschap. De laatste jaren is het zich steeds meer gaan richten op het bevorderen van het mecenaat. Jaarlijks ondersteunt het fonds zo’n 3500 projecten in Nederland. Vorig jaar werd 33 miljoen euro vergeven. De bijdragen zijn afkomstig van de BankGiroLoterij, Nederlandse Loterij (de nieuwe naam van de gefuseerde Staatsloterij en Lotto), nalatenschappen, schenkingen van particulieren, (familie)stichtingen en ondernemers, en de jaarlijkse Anjeractie-collecte. Stuyling de Lange: ‘We hebben 20.000 donateurs die minimaal 35 euro per jaar geven. Daarnaast hebben wij inmiddels meer dan 400 CultuurFondsen op Naam onder onze hoede. Schenkers kunnen van hun CultuurFonds op Naam zelf de naam en doelstelling bepalen. De doelstelling is vaak specifiek voor een bepaald gebied, bijvoorbeeld voor mime of cultuurprojec-

ten in de provincie Groningen. Het komt regelmatig voor dat mensen zo’n fonds bij leven starten en het bij testament aanvullen. We zien ook steeds meer dat (familie) stichtingen, vanwege problemen rond de continuïteit en verscherpte ANBI-wetgeving, contact opnemen en uiteindelijk een CultuurFonds op Naam instellen en de stichting opheffen.

Geefkring

Het mecenaat oude stijl is doorgaans verbonden aan een vermogend individu. In het verleden waren dat vaak rijke kooplieden of mensen van adel. Stuyling de Lange bedacht een nieuwe, collectieve versie van het mecenaat, waarbij mensen zich verenigen in een ‘geefkring’ en gezamenlijk een goed doel ondersteunen. Dit idee bracht ze voor het eerst in de praktijk met het ‘Jong Mecenaat’, een geefkring voor mensen onder de 45. Het Mokums Mecenaat was een logische volgende stap. Stuyling de Lange: ‘Ik merk dat er in Amsterdam behoefte is aan een positief geluid. Er zijn al genoeg actiegroepen in de stad die ergens tegen zijn, zoals rolkoffers of de komst van nieuwe hotels. Dan is het fijn dat je aan kunt sluiten bij een groep mensen die juist mooie dingen mogelijk maakt. Bewoners en ondernemers kunnen hun betrokkenheid bij de stad op deze manier omzetten in daden.’ Het Mokums Mecenaat kan als blauwdruk dienen voor andere ‘lokale’ geefkringen, denkt Stuyling de Lange: ‘We zetten op dit moment een Gronings Mece-



Elsbeth Röben

‘Het Cultuurfonds vroeg de aanwezigen om na te denken over manieren waarop wij als bewoners en ondernemers iets terug kunnen geven aan de stad’

naat op. Ik kan mij voorstellen dat er ook een kring komt van mensen die betrokken zijn bij de Pijp, of bij andere buurten in Amsterdam.’

Fiscaal aftrekbaar

Met Elsbeth Röbens betrokkenheid bij de stad zit het wel goed. Haar kantoor De Monchy & Röben Fiscaal Advies is al langer ‘patroon’ van het Rijksmuseum. Röben: ‘Doordat veel culturele instellingen minder subsidie krijgen dan voorheen, zijn ze beter gaan nadenken over manieren om

mensen bij hun activiteiten te betrekken. Daar zijn ze creatiever in geworden.’

Het Mokums Mecenaat staat nog in de kinderschoenen, maar Röben en Stuyling de Lange zijn vastbesloten om er een succes van te maken. Binnenkort is er een eerste bijeenkomst voor leden van de geefkring. In het Amsterdam Museum krijgen ze een exclusieve ‘preview’ van een tentoonstelling over de Amsterdamse meesters Ferdinand Bol en Govert Flinck. Aan het eind van het jaar kiezen de leden een eerste project dat ze gaan ondersteu-

nen. Ze hebben de keuze uit drie — nog te bepalen — projecten die worden voorgedragen door het Cultuurfonds. Ondertussen blijft Röben druk bezig met het werven van nieuwe leden. Ze zet vooral in op mond-tot-mond reclame. ‘Ik probeer zoveel mogelijk mensen naar binnen te trekken. Het is een sympathiek idee, van en voor Amsterdammers.’ Lachend: ‘En ik vertel er altijd bij dat de gift fiscaal aftrekbaar is.’

Meer informatie op www.cultuurfonds.nl

‘Biodiversiteit is geen utopie’

Zoran van Gessel is vol overtuiging betrokken bij het Wereld Natuur Fonds. Maar voordat hij zich voor de organisatie ging inspannen, wilde hij precies weten hoe het Fonds functioneert. ‘In mijn wereld noemen ze dat due diligence.’

Betrokkenheid bij de natuur kreeg Zoran van Gessel, managing partner van de onafhankelijke investeringsmaatschappij Bencis, mee van zijn ouders: ‘Zij maakten gerust een omweg van tien tot vijftien kilometer om een reiger te kunnen zien.’ Toen Van Gessel en zijn vrouw Willemijn tien jaar geleden besloten om een aantal goede doelen op structurele basis te gaan steunen, was de keuze voor het Wereld Natuur Fonds (WNF) dan ook snel gemaakt: ‘Wat mij aanspreekt in het WNF is hun langetermijnperspectief. Ze ondersteunen mens en dier op een constructieve manier en proberen zo biodiversiteit wereldwijd te bewaken en te vergroten.’

Due diligence

Van Gessels ondersteunt het WNF niet alleen financieel. Op verzoek van de natuurbeschermingsorganisatie trad hij toe tot een comité dat zich bezighoudt met fondsenwerving. ‘Het comité is samengesteld uit mensen van buiten de organisatie,’ legt hij uit. ‘Samen met medewerkers van het WNF kijken wij hoe we donateurs het beste kunnen benaderen.’

Voordat hij zich actief ging inzetten voor het WNF, wilde Van Gessel meer weten over de organisatie: ‘Ik ben bij het hoofdkantoor in Zeist langsgesegaan om daar met verschillende mensen in de organisatie te spreken. Ik wilde exact weten hoe het WNF werkt en waar het

geld naartoe gaat. Ik wil overtuigend kunnen uitleggen waarom ik achter het WNF sta; dat ik niet alleen hun doelstellingen steun, maar ook kan instaan voor hun integriteit en ethiek. Als je anderen vraagt om een goed doel te steunen, dan vind ik het niet meer dan logisch dat je de organisatie door en door kent. In Zeist reageerden ze aanvankelijk wel een beetje verbaasd. Zoiets hadden ze nog niet eerder meegemaakt. Maar in mijn wereld is dit volkomen normaal. Als wij met Bencis een belang nemen in een bedrijf doen we ook eerst een due diligence onderzoek.’

Van Gessel bezocht ook projecten ‘in het veld’. Hij vertelt enthousiast over een recent bezoek aan een project in de Italiaanse Apennijnen: ‘Op twee uur rijden van Rome heb je daar beren en wolven in het wild. In Europa, dat is toch geweldig? We stonden op 200 meter afstand van een beer. Dat maakte enorm veel indruk.’

Het goede voorbeeld

Het WNF is een van de grootste natuurbeschermingsorganisaties ter wereld. Nederland is een van de vijf landen waar het de organisatie het meeste geld ophaalt. Ons land telt ruim 730.000 donateurs. De laatste jaren is het aantal donateurs iets afgenomen, maar het bedrag per donateur nam toe. ‘Het WNF heeft een heel professioneel wervingsbeleid,’ zegt Van Gessel. ‘Maar historisch gezien richtten ze zich in Nederland weinig op grotere dona-

teurs, dat is iets van de laatste jaren. Die grote donateurs zijn vaak ondernemers, of mensen met een leidinggevende functie in het bedrijfsleven of bij de overheid. Ik denk dat het goed is om dat soort mensen te verbinden aan het WNF; niet alleen vanwege hun financiële bijdragen, maar ook omdat zij vanuit hun positie invloed kunnen uitoefenen. Bij Bencis willen wij ook het goede voorbeeld geven. We rapporteren bijvoorbeeld bij al onze bedrijven op het gebied van ESG (Environmental, Social & Governance). Duurzaamheid, het minimaliseren van de impact op het milieu en de cradle-to-cradle gedachte, zijn bij ons heel belangrijk. Een van onze bedrijven was Desso, een producent van tapijttegels die internationaal voorop loopt met cradle-to-cradle productie. Tot voor kort waren we onder meer ook betrokken bij PitPoint, een specialist op het gebied van duurzame brandstoffen, zoals CNG/LNG, waterstof en elektriciteit.’

Geen utopie

Door zijn inzet voor het WNF zag en hoorde Van Gessel ook dingen die hem minder vrolijk stemden. Zoals de verhalen over stropers en handelaren in illegaal ivoor en neushoornhoorns: ‘Er zijn mensen die de laatste overgebleven neushoorns afschieten, zodat hun voorraad hoorns van neushoorns in waarde stijgt. Daar kan ik mij ontzettend kwaad over maken. Ik vind het heel goed dat het WNF twee



Zoran van Gessel

‘Ondernemers of mensen met een leidinggevende functie zijn naast het doneren van een financiële bijdrage ook interessant omdat zij vanuit hun positie invloed kunnen uitoefenen’

jaar geleden een van de initiatiefnemers was van de Wildlife Justice Commission (WJC) in Den Haag, een stichting die wereldwijd onderzoek doet naar wildlife criminaliteit, met name naar transnationale netwerken die zich hiermee bezighouden. Anders dan het Internationaal Strafhof, heeft de WJC nog geen juridische status. De hoop is dat door de onderzoeken van de WJC, de landen waar de misdaden plaats hebben gevonden zich gedwongen voelen om actie te ondernemen.’

Ooievaars geen zeldzaamheid

Van Gessel is ervan overtuigd dat het WNF zijn doelstelling, het beschermen en vergroten van de biodiversiteit, kan waarmaken. Nederland is in dat opzicht een lichtend voorbeeld, vindt hij: ‘In Nederland hebben we de afgelopen veertig jaar op het gebied van biodiversiteit een ongelooflijke reis afgelegd. Die reigers waar mijn ouders vroeger kilometers voor omreden, zijn nu een normale verschijning in het landschap. Zelfs ooie-

vaars zijn allang geen zeldzaamheid meer. Of neem het Haringvliet. Daar zwemmen binnenkort weer steuren, zalmen en andere trekvisen vanuit zee de rivier op doordat, mede dankzij het WNF, de sluizen op een kier worden gezet. Deze voorbeelden laten zien dat biodiversiteit geen utopie is. Het kán echt, als we met zijn allen onze schouders eronder zetten.’

Meer informatie op www.wnf.nl

‘Ik vind het belangrijk dat we onze maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen’

Pouya Zarchin vluchtte vanuit Iran naar Nederland. Via het UAF, een stichting die hoogopgeleide vluchtelingen ondersteunt bij studie en werk, kwam hij terecht bij adviesbureau JBR in Zeist. Daar leerde hij als trainee de Nederlandse zakenwereld kennen. ‘Je mag hier je baas gewoon bij zijn voornaam aanspreken.’

Hij had hem graag bij het bedrijf willen houden, vertelt *Ronald van Rijn*, managing partner van adviesbureau JBR, over zijn voormalige trainee *Pouya Zarchin*. Maar ja, Zarchin is ‘weggekaapt’ door Deloitte, waar hij als business analist aan de slag gaat voor de afdeling Enterprise Architecture. De 29-jarige Zarchin kijkt bijna schuld bewust als hij vertelt over deze carrièrestap. Van Rijn stelt hem gerust: ‘Ik begrijp het volkomen. Bij een grote club als Deloitte krijg je meer kansen om in internationale teams te werken. Alle nuances kennen van de Nederlandse taal is dan minder belangrijk.’

De joviale toon van het gesprek tekent de goede verstandhouding tussen de twee. Ze leerden elkaar kennen via het UAF, een stichting die hoogopgeleide vluchtelingen ondersteunt bij studie en werk. Van Rijn: ‘Wij sponsoren het UAF al een aantal jaar. Dat doen we onder meer als hoofdsponsor van het nieuwjaarsconcert van Lions Club Bussum. Als hoofdsponsor droegen wij het UAF aan als goed doel. Omdat we meer wilden doen dan alleen financieel bijdragen, hebben we het UAF gevraagd of we een traineeship kunnen aanbieden. Het UAF heeft ons toen aan diverse kandidaten voorgesteld. Pouya sprong eruit, hij voldeed volledig aan ons profiel.’

Talenwonder

Zarchin vluchtte in 2011 op zijn 22e met zijn familie naar Nederland, vanuit Iran. Zijn vader was in eigen land politiek ac-

tivist en lid van een verboden oppositiepartij. Nadat hij gearresteerd dreigde te worden, besloot het gezin het land te ontvluchten. Daardoor moest Zarchin zijn studie industrial engineering in Teheran afbreken. Eenmaal in Nederland, was hij vastberaden om de draad van zijn leven weer op te pakken. ‘Ik wilde geen uitkering, maar zo snel mogelijk Nederlands leren. De eerste maanden in het AZC was er geen mogelijkheid om te beginnen met een taalcursus. Toen heb ik zelf boeken geregeld en ben ik zoveel mogelijk contact gaan zoeken met de buitenwereld.’

Het Nederlands kreeg talenwonder Zarchin (hij spreekt acht talen, waaronder moedertaal Farsi, Turks, Arabisch en Azerbeidzjaans) snel onder de knie. Hij deed een bachelor communicatiewetenschap aan de Vrije Universiteit en een MBA aan de Universiteit van Amsterdam. Via het COA (Centraal Orgaan opvang asielzoekers) kwam hij in contact met het UAF. Zarchin: ‘Hun intake-interview is bijna nog strenger dan dat van de IND. Gelukkig kwam ik in aanmerking voor ondersteuning. Het UAF is er niet in de eerste plaats voor financiële steun; zij helpen vooral bij het leggen van contacten en door je te begeleiden bij studie en werk. Ik werkte tijdens mijn studie al in deeltijd bij Berenschot toen ik de vacature zag voor een UAF-traineeship van een half jaar bij JBR. Ik heb meteen geëengezigt. Ik wil graag de internationale consultancy in en deze traineeship bood mij een goede start.’

Energiesector

Voor JBR was Zarchin een aanwinst, vertelt Van Rijn: ‘Hij is niet alleen bijzonder ambitieus, maar hij heeft ook kennis van de energiesector in Iran. Dat is een waardevolle combinatie van eigenschappen. De energiesector in Iran is op dit moment een erg interessant thema.’

Een van de eerste projecten die Zarchin bij JBR op zich nam, was het organiseren van een rondetafelbijeenkomst over dit onderwerp. Van Rijn: ‘Pouya zei: “Je gaat toch niet iemand inhuren om over Iran te vertellen? Dat doe ik zelf.” Dat getuigde van veel zelfvertrouwen. Tijdens de bijeenkomst hield hij een gedegen economisch en geopolitiek verhaal. Dat opende bij ons echt vensters. We wisten natuurlijk wel dat Iran een grote en moderne energiesector heeft, maar dat er daar ook een enorme renewable-beweging is waar miljarden in omgaan, dat was nieuws. Uit de bijeenkomst zijn enkele aanzetten tot nieuwe projecten gekomen.’

Bredere kijk

Zarchins traineeship was ook op andere manieren waardevol voor JBR, vertelt Van Rijn: ‘Ik vind het belangrijk dat we als bedrijf onze maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen en dat onze medewerkers een bredere kijk op de wereld krijgen. In het begin voelt het misschien even ongemakkelijk, zo’n man met een staartje uit Iran. Maar doordat hij zulke serieuze projecten aandroeg, werd hij van een vluchteling-trainee al heel snel



Ronald van Rijn

Pouya Zarchin

‘Het UAF is er niet in de eerste plaats voor financiële steun; zij helpen vooral bij het leggen van contacten en door je te begeleiden bij studie en werk’

een gewone collega. Aan de lunchtafel hadden we hele interessante gesprekken over vluchtelingenpolitiek. Door daar met Zarchin over te spreken krijg je een heel ander beeld dan wanneer je alleen de discussies volgt in de media. Dankzij Zarchin zijn we veel meer betrokken geraakt bij dit onderwerp.’

Zarchin noemt zijn keuze voor JBR ‘de beste beslissing ooit’. Behalve de ronde-

tafelbijeenkomst, werkte hij als junior constant aan meerdere projecten. ‘Ik heb hier de basis van het consultancy-vak geleerd en een fantastisch netwerk opgebouwd. En ik leerde hoe het eraan toe gaat in de Nederlandse zakenwereld. Dat je je baas gewoon Ronald kunt noemen, bijvoorbeeld. Als je in Iran je baas bij de voornaam aanspreekt, is dat meteen het einde van je carrière.’

‘We hebben elkaars verwachtingen overtroffen,’ besluit Van Rijn. ‘Het is zeker de bedoeling om dit voort te zetten. We blijven het UAF steunen en zijn alweer op zoek naar een nieuwe trainee. Ik denk dat het goed is voor de sfeer in ons bedrijf. We zijn niet alleen op de wereld om geld te verdienen.’

Meer informatie www.uaf.nl



Bayer steunt kwetsbare groepen nabij hun vestigingen in Maastricht en Mijdrecht.



Gamma helpt vrijwilligers om 9.500 klussen te klaren tijdens de grootste vrijwilligersactie van ons land NLdoet.



Vebego steunt ons programma Kansen Voor Jongeren om het talent van voortijdige schoolverlaters te versterken en benutten.

Voorbeelden uit de Oranje Fonds praktijk

Succesvolle bedrijven zijn maatschappelijk actief

Een gezond bedrijf draagt actief bij aan het welzijn van onze samenleving. Klinkt mooi, maar hoe doet u dat? Want maatschappelijke uitdagingen lost u niet alleen op en moeten wél bij uw kernactiviteiten of merk passen. En daar ligt precies onze kracht.

Ruim 10.000 sociale initiatieven

Het Oranje Fonds smeedt slimme partnerships tussen bedrijven, overheden en maatschappelijke organisaties. Zo steunen we jaarlijks prachtige sociale initiatieven met kennis, geld en sterke netwerken. Wij helpen bedrijven bij te dragen aan maatschappelijke thema's die aansluiten op hun core business en directe omgeving.

Wat wilt u voor onze maatschappij betekenen?

Wij zijn er voor iedereen die iets voor een ander wil doen. U ook? We wisselen graag met u ideeën uit en zijn door het hele land actief. Dus ook bij u in de buurt. Neem contact met ons op als u uw maatschappelijke betrokkenheid verder vorm wilt geven.

Meer informatie: marc.van.hal@oranjefonds.nl



Het Oranje Fonds is het grootste sociale fonds van Nederland. Velen kennen ons van de Appeltjes van Oranje, Burendag, Maatjes Gezocht en NLdoet. Koning Willem-Alexander en Koningin Máxima zijn ons beschermbaar. In 2016 steunden wij met bijna 27 miljoen euro ruim 10.000 sociale initiatieven in Nederland en in het Caribisch deel van het Koninkrijk.

Oranje Fonds  Brengt ons bij elkaar.
voor sociale initiatieven

aangeboden

Dit is een selectie van bedrijven die te koop worden aangeboden op de website van Brookz. Voor meer bedrijven, aanvullende informatie en de contactgegevens van de verkopende partij, zie www.brookz.nl

B2B HARDWARE- EN SOFTWAREBEDRIJF

Profielnummer #22884

Omzet 0,75 mln

Door het schaalbare model van de software is uitbreiding/groei in binnen- en buitenland een reële optie.

GOLFARTIKELEN ONDERNEMING VOOR MBI

Profielnummer #22881

Omzet 1 mln

Verkoop van artikelen zowel offline als online.

ONDERNEMING IN BIOLOGISCHE LEVENSMIDDELEN

Profielnummer #22880

Omzet 5 mln

Eigentijds, hip en overal te koop.

SOFTWARE ONTWIKKELING EN IMPLEMENTATIE

Profielnummer #22878

Omzet 0,6 mln

Specialist in CRM.

UITZENDBUREAU

Profielnummer #22876

Omzet 1,8 mln

De onderneming focust zich sterk op het talent van haar uitzendkrachten en heeft hiervoor een aantal eigen concepten ontwikkeld.

GROOTHANDEL IN AANLEG & ONDERHOUD SCHAATSBAAN

Profielnummer #22875

Omzet 0,4 mln

Uniek importeurschap en innovatieve technologieën.

RENDERENDE GROOTHANDEL IN BOUWPRODUCTEN

Profielnummer #22873

Omzet 2 mln

Grote groeikansen door de groeiende markt.

HANDELSONDERNEMING INTERIEURPRODUCTEN

Profielnummer #22910

Omzet 0,45 mln

Dankzij bijzondere inkoopkanalen zeer aantrekkelijk te prijzen.

KLEINSCHALIG FITNESSCENTRUM LADIES ONLY

Profielnummer #22906

Omzet 0,14 mln

In de nabije omgeving is er geen concurrentie!

ONAFHANKELIJK ENTERTAINMENT MEDIA BEDRIJF

Profielnummer #22904

Omzet 9,8 mln

Participant gezocht om naar een volgende fase te groeien.

WEBSHOP IN LEDERWAREN

Profielnummer #22902

Omzet 0,3 mln

Sterke positie, groeiend en internationale expansie mogelijk.

SMART SHOPPING SCANSYSTEEM SUPERMARKT

Profielnummer #22899

Omzet 3,5 mln

Dit unieke concept werkt zonder gebruik van kassa en/of personeel.

GOEDLOPEND MEDITERRAAN RESTAURANT

Profielnummer #22896

Omzet 0,45 mln

Catering-Lunch-Diner-Kookworkshops-Traiteur.

SIERBESTRATING BEDRIJF GROOTHANDEL EN AANLEG

Profielnummer #22887

Omzet 1 mln

De onderneming heeft een goede naam in de regio.

BEDRIJF IN CAMPER VERHUUR / VERKOOP

Profielnummer #22940

Omzet 0,16 mln

De verkoper besteedt gemiddeld 1 dag in de aan de werkzaamheden van dit bedrijf.

MAGENTO WEBWINKEL SPECIALIST

Profielnummer #22937

Omzet 0,16 mln

Het bedrijf is geen brede aanbieder, maar een specialist.

BOUWMATERIALENHANDEL

Profielnummer #22931

Omzet 1 mln

Het bedrijf is modern van opzet en heeft voldoende groei potentieel.

HANDELSBEDRIJF/WEBSHOP ONDERDELEN WONINGBOUW

Profielnummer #22930

Omzet 0,34 mln

Het aandeel BtB neemt weer toe dankzij de aantrekkelijke bouwsector.

VASTGOED BELEGGINGSOBJECT

Profielnummer #22924

Omzet 0,17 mln

Het betreft 7 appartementen, 2 winkels en 3 parkeerplaatsen.

GOEDLOPEND GLAS EN ONDERHOUDSBEDRIJF

Profielnummer #22921

Omzet 0,13 mln

Veel vaste klanten en opdrachtgevers.

LIJSTENMAKERIJ MET ONDERSCHIEDEND VERMOGEN

Profielnummer #22917

Omzet 0,14 mln

Onderscheidend vermogen is de manier van werken.

Brookz werkt o.a. samen met de volgende partners



vraag&aanbod

selectief overzicht van de bedrijfsprofielen op www.brookz.nl

PRODUCENT LUCHTREINIGINGSSYSTEMEN

Profielnummer #22848

Omzet 1 mln

Internationale verkoop.

INNOVATIEF OUTDOOR GAMEBEDRIJF

Profielnummer #22847

Omzet -

MBI kandidaat gezocht met passie voor natuur, gaming en tech.

SNEL GROEIEND ONLINE MARKETING BUREAU

Profielnummer #22846

Omzet 4 mln

Groeifinanciering/investeerders gezocht.

DEELNAME IN KANTOOR/ VASTGOED VERHUUR BEDRIJF

Profielnummer #22844

Omzet 0,43 mln

De core-business is het verhuren van kleinschalige kantoorruimtes in Nederland.

KAPITAAL GEZOCHT VOOR DATA & FINTECH ONDERNEMING

Profielnummer #22840

Omzet 0,5 mln

Actief in Bitcoin en cryptocurrency.

BV IN VERHUUR ONROEREND GOED (SHORT STAY)

Profielnummer #22838

Omzet 0,3 mln

Inclusief onroerend goed op toplocatie Den Haag-Scheveningen.

TELEFOONWEBSHOP / REPARATIEBEDRIJF 6 WINKELS

Profielnummer #22837

Omzet 1 mln

Reparatiebedrijf met 500.000 jaarlijkse online bezoekers.

DTP/GRAFISCH BUREAU

Profielnummer #22833

Omzet 0,14 mln

Met unieke zelf ontwikkelde automatiserings tools.

LEVERANCIER VAN KOELTECHNIEK IN DE DETAILHANDEL

Profielnummer #22831

Omzet 1,2 mln

Gerenommeerde handelsonderneming met langdurige klantrelaties.

PRODUCTIEBEDRIJF (CNC DRAAIEN/CNC FREZEN)

Profielnummer #22830

Omzet 1,5 mln

5 jaar oud groeiend bedrijf met vast personeel.

VOLLEDIG (OPERATIONELE) TIMMER WERKPLAATS

Profielnummer #22826

Omzet 0,25 mln

In een bedrijfsverzamelgebouw gelegen op een goed bereikbare locatie in Amsterdam Noord.

HORECA VERBLIJFSACCOMODATIE VOOR GROEPEN

Profielnummer #22823

Omzet 0,1 mln

Gelegen in Bretagne (Frankrijk).

UNIEK BABYSCHOENENMERK IN NEDERLAND

Profielnummer #22822

Omzet -

Startklaar concept voor distributie en online verkoop.

DEELNAME IN IT ONDERNEMING

Profielnummer #22821

Omzet 0,5 mln

Een groep van ondernemers hebben belangen in diverse IT-ondernemingen.

INVESTERINGSGROEP ZOEKT ASSOCIATED PARTNERS

Profielnummer #22820

Omzet 0,4 mln

Landelijk werkende investeringsgroep zoekt ondernemende partners die in staat zijn zelfstandig ondernemingen te leiden.

COMMUNICATIEBUREAU

Profielnummer #22817

Omzet 0,22 mln

Creatief-Strategisch met mooie kansen.

PRODUCENT/GROOTHANDEL IN NICHE E-BIKES

Profielnummer #22811

Omzet 0,2 mln

Het bedrijf dient nu (internationaal) op te schalen.

TECHNISCH PRODUCTIEBEDRIJF

Profielnummer #22804

Omzet 10 mln

Zoekt ondernemende en ambitieuze directeur die op zoek is naar een kans om een succesvolle onderneming gezamenlijk uit te bouwen.

MANNENMODE SPECIAALZAAK MIDDEN-HOOG SEGMENT

Profielnummer #22872

Omzet 0,3 mln

In het midden van het land, op een A1 locatie.

INVESTERENDE ORGANISATIE

Profielnummer #22870

Omzet 0,5 mln

De deelnemingen zijn grotendeels IT georiënteerd, waaronder fintech.

MONTAGEBEDRIJF NAADLOZE ALUMINIUM DAKGOTEN

Profielnummer #22865

Omzet 0,65 mln

De overige werkzaamheden betreffen voornamelijk kleinschalig zinkwerk.

SAAS-PROVIDER MET GEVARIEERD PORTFOLIO

Profielnummer #22858

Omzet 0,4 mln

Stabiel groeiende recurring omzet.

ONLINE VEILING PLATFORM

Profielnummer #22861

Omzet 0,1 mln

Met specialisatie in machines.

SMARTPHONE REPARATIEWINKEL

Profielnummer #22863

Omzet 0,22 mln

Genoeg mogelijkheden voor verdere groei.

TECHNISCHE HANDELSONDERNEMING

Profielnummer #22854

Omzet 0,75 mln

Componenten en appendages zoals pompen, afdichtingen etc.

BROOD EN BANKETWINKEL WEST-NEDERLAND

Profielnummer #22853

Omzet 0,4 mln

De winkel is instapklaar en kent naast zitgelegenheid binnen ook een buitenterras.

DETAILHANDEL IN WITGOED

Profielnummer #22850

Omzet 2 mln

De onderneming is een begrip in de randstad.

Brookz werkt o.a. samen met de volgende partners



vraag&aanbod

selectief overzicht van de bedrijfsprofielen op www.brookz.nl

JURIDISCH BUREAU

Profielnummer #22799
Omzet 0,85 mln
Bewindvoering, Mentorschap en Curatele.

INTERNETBUREAU (GEVESTIGDE NAAM IN DE REGIO)

Profielnummer #22798
Omzet 0,7 mln
Stabiel bedrijf met veel potentie.

HANDELSBEDRIJF IN PRIJSWINNENDE KAMADO

Profielnummer #22786
Omzet 0,17 mln
Eigen product en merk in midden / hoge
segment van de markt.

ONLINE MARKETING BEDRIJF ZOEKT INVESTEERDER

Profielnummer #22784
Omzet 0,5 mln
Klanten hebben langdurige contracten.

HANDELSONDERNEMING IN HOUT EN BOUWMATERIALEN

Profielnummer #22779
Omzet 5 mln
Showroom en twee goedlopende webshops
met groeipotentie.

CONSULTANCYBUREAU IN TELECOM, IT & ENERGIE SOLUTIONS

Profielnummer #22777
Omzet 0,5 mln
Maandelijkse terugkerende inkomsten en hard
groeierende.

GEZONDHEID SUPPLEMENTEN BEDRIJF

Profielnummer #22774
Omzet 0,5 mln
Het betreft een drietal merken vitaminen,
voedingssupplementen, kruiden en minera-
len, een aantal gezondheid webshops.

PLAATBEWERKINGSBEDRIJF

Profielnummer #22771
Omzet 1,4 mln
De toegepaste constructies zijn gebaseerd
op een repeterende productiemethode,
waardoor tijd en geld wordt bespaard.

SAAS-OPLOSSING VOOR MEDIA RELATIES

Profielnummer #22770
Omzet 0,3 mln
Oplossing om relaties op te bouwen en
onderhouden.

WEBSHOP RETRO WARENHUIS

Profielnummer #22760
Omzet 1,2 mln
Origineel concept met enorme groeipotentie.

GEVELRENOVATIEBEDRIJF

Profielnummer #22759
Omzet 0,9 mln
Volle portefeuille met vaste klanten en sta-
bele omzet.

GERECHTSDEURWAARDER- SKANTOOR

Profielnummer #22724
Omzet 0,4 mln
De dienstverlening van het kantoor is
hoofdzakelijk gericht op de uitvoering van
ambtelijke opdrachten.

HORECA/EVENTBEDRIJF OP UNIEKE LOCATIE

Profielnummer #22712
Omzet 1,8 mln
Heeft aan 3 kanten zicht op het water.

VASTGOEDPORTEFEUILLE

Profielnummer #22711
Omzet 0,3 mln
Horecapand / congrescentrum / evenemen-
tenlocatie.

WEBSHOPS HOUTEN SPEELGOED & SPEELTENTEN

Profielnummer #22709
Omzet 0,4 mln
Met internationaal actieve webshops.

SNELGROEIENDE ORGANISATIE KUNST & RECREATIE

Profielnummer #22287
Omzet 0,4 mln
De organisatie heeft in 1,5 jaar tijd succesvol
één van de snelst groeiende formules uit
Amerika in Nederland opgebouwd.

STYLINGBEDRIJF IN KLEDING TV PRODUCTIES

Profielnummer #22695
Omzet 0,15 mln
Uniek kledingmagazijn op strategische
locatie.

ALLROUND BOUWBEDRIJF GEVESTIGD IN N-H

Profielnummer #22693
Omzet 3 mln
De bouwactiviteiten beslaan nieuwbouw,
verbouw, renovatie en onderhoud.

CV- EN LOODGIETER INSTALLATIEBEDRIJF (N-H)

Profielnummer #22692
Omzet 0,6 mln
Bedrijf bes taat bijna 100 jaar.

MODEGROEP (4 VESTIGINGEN)

Profielnummer #22691
Omzet 4,5 mln
Ondernemer/directeur gezocht die wil
participeren.

MOTORSPECIAALZAAK

Profielnummer #22688
Omzet 0,5 mln
Met online verkoop onderdelen, accessoires
& kleding.

GROOTHANDEL IN LEDVERLICHTING

Profielnummer #22287
Omzet 0,4 mln
Met trouwe vaste klantenkring en repete-
rende omzet.

DRUKKERIJ-PRINTSHOP

Profielnummer #22683
Omzet 0,2 mln
Volledig geoutilleerde.

ITALIAANSE SPECIALITEITEN WINKEL

Profielnummer #22680
Omzet 0,5 mln
Italiaanse specialiteiten winkel, met veel
verse maaltijden uit eigen productie.

GOED RENDEREND METAALBEWERKINGSBEDRIJF

Profielnummer #22679
Omzet 2,5 mln
Met specialisatie in grote objecten.

ELEKTROTECHNISCH SPECIALIST

Profielnummer #22677
Omzet 15,5 mln
Actief in verschillende innovatieve marktse-
gementen.

SCHOONMAAKBEDRIJF (INCLUSIEF GLASBEWASSING)

Profielnummer #22669
Omzet 0,25 mln
Het zijn periodieke klanten die op contract
staan, waar het hele jaar door diensten aan
worden geleverd.

JIJ WILT ONDERNEMEN? KOOP EEN MKB BEDRIJF

Wij helpen je bij het overnemen van een bedrijf. Of dat nu een gehele, geleidelijke of gedeeltelijke overname is. BuyInside is een gespecialiseerde intermediair en bedrijfsovername adviseur. Als enige partij in Nederland richt BuyInside zich volledig op bedrijfsopvolging via een externe opvolger, een zogenaamde Management Buy In (MBI).

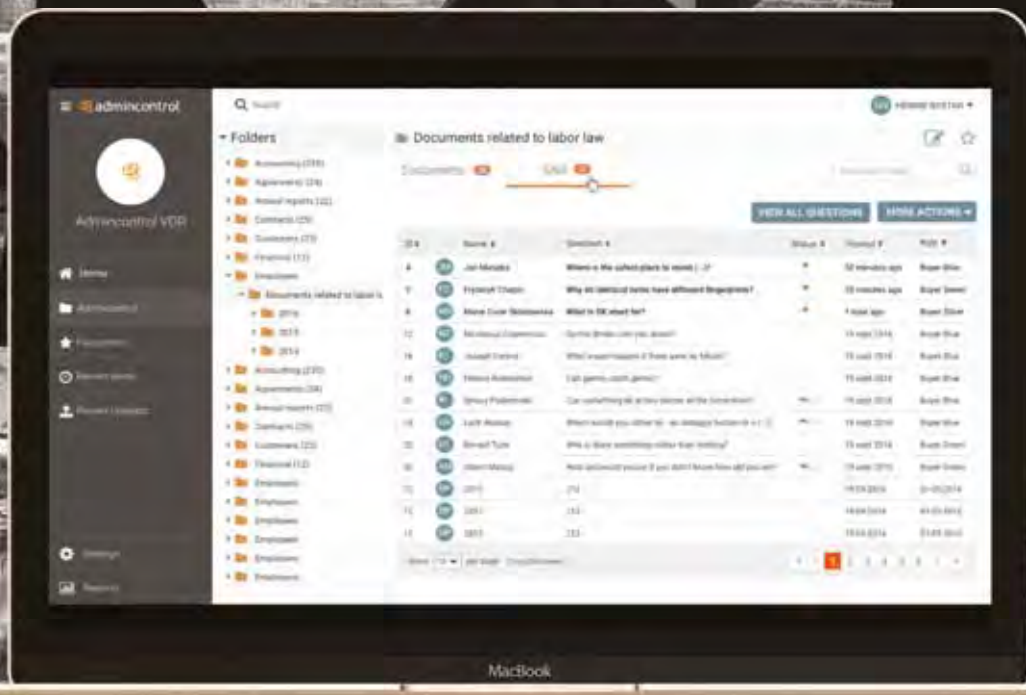
www.buyinside.nl

BUYINSIDE

SPECIALIST IN OPVOLGING & MBI

VIRTUAL DATA ROOMS FROM ADMINCONTROL

SIMPLIFYING DUE DILIGENCE



✓ SNELLE EN MAKKELIJKE SETUP

✓ INCLUSIEF 24/7 SUPPORT

✓ GEBRUIKSVRIENDELIJK

 admincontrol



020 794 1243



INFO@ADMINCONTROL.COM



WWW.ADMINCONTROL.COM/NL