

Nederlandse MKB Participatiemaatschappij (NMP): Partner in resultaat



Bij NMP blijft de oorspronkelijke eigenaar van bedrijven in de portefeuille een sleutelrol spelen. Zijn of haar kennis, netwerk, passie en toekomstvisie zijn essentieel voor de bouw- en groeistrategie van NMP. “De ondernemer en diens personeel weten als geen ander welke partij verdere synergie op zijn kernactiviteit kan opleveren. Wij voegen daar financiering en de mogelijkheid van verbinding met soortgelijke bedrijven aan toe”, geven investment director Menno Hulst en managing partner Leon Breed aan. Hun aanpak heeft zich de afgelopen zeven jaar bewezen.

Een private equity bedrijf kan waarde opbouwen door bedrijven te herstructureren of juist door bedrijven te verbinden. Nederlandse MKB Participatiemaatschappij kiest duidelijk voor dat laatste. Dat doen Breed en Hulst in een aantal duidelijk omliggende sectoren waar ze ervaring en feeling mee hebben: IT, digital marketing, omnichannel en groothandel.

Duidelijk profiel

NMP verbindt in elke van de sectoren verschillende bedrijven en ondernemers, zodat ze als groep kunnen opereren en zodoende profiteren van dezelfde kennisbasis en diensten. Overal in zo'n groep zijn vergelijkbare oplossingen nodig. Als groep is het makkelijker oplossingen te vinden en door te voeren: meer kennis en faciliteiten, minder overhead.



Leon Breed (L), Managing partner, Nederlandse MKB Participatiemaatschappij
Menno Hulst (R), Investment director, Nederlandse MKB Participatiemaatschappij

Deze ‘buy & build’-strategie draait om benutting van kennis en het creëren van schaalvoordeel. Daarom zoeken Breed en Hulst bedrijven met een specifiek profiel. “Het bedrijf moet gezond zijn en een EBITDA (winst vóór aftrek van rentekosten, belastingen, afschrijving en afboekingen) van tussen de € 500.000 en € 2.500.000 realiseren. NMP heeft een beleggingshorizon van vier tot negen jaar. We willen minimaal voor 51% participeren,

maar tegelijk moet de ondernemer minstens 20 tot 25% behouden als teken van blijvend commitment.” Bovendien heeft de ondernemer de passie en toekomstvisie om het bedrijf de komende jaren te laten groeien en willen wij hem / haar graag behouden. Bedrijven waarvan de eigenaar wil stoppen kunnen ook in beeld komen, maar alleen als dat bedrijf een bestaand cluster kan versterken en de verkopende ondernemer als adviseur beschikbaar blijft. “NMP zoekt namelijk geen op zich zelf staande transacties,” zeggen Breed en Hulst, “maar sterke transacties waarbij integratie van de overnamekandidaat strategisch voorzien is en hierdoor de groep versterkt. We laten het voor een deel aan onze ondernemers over om bedrijven aan te dragen die in de groeistrategie passen. zij hebben de contacten in hun netwerk en kennen de verkopers en de markt.”

Nieuwe inspiratie

Maar als het bedrijf gezond is en de ondernemer wil door, waarom zou hij of zijn dan verkopen? Daar blijken in de praktijk verschillende goede redenen voor te zijn, weten Breed en Hulst. “Het is voor een DGA vaak eenzaam aan de top. Hij of zij moet alles zelf doen of aansturen en heeft vaak geen branchegenoot als sparringpartner in deze concurrerende economie. Het is prettiger om zaken met een groep gelijkgestemden op te pakken, dat geeft nieuwe inspiratie en stimulans. Wij kunnen bovendien de financiering voor groei inbrengen die voor de ondernemer tegenwoordig moeilijker te verkrijgen is. Zo kan de ondernemer zijn energie richten op verdere groei. Verder ontzorgt NMP de ondernemer van zaken waar zijn / haar passie vaak niet ligt, denk hierbij aan finance en cashflowmanagement.

“De ondernemer is degene die het succesvolle bedrijf heeft opgebouwd, betogen Breed en Hulst, en blijft daarom belangrijk. . Daaraan voegen we extra succesfactoren toe: financiering,

hoogwaardig personeel en een omnichannel aanpak. De verbinding die wij leggen tussen onze ondernemers is misschien nog wel het meest waardevol. Dit zien wij niet alleen aan de resultaten maar ook aan het plezier dat onze ondernemers in hun samenwerking ervaren.”

Merkbeleving centraal

Hieruit komt ook de samenhang naar voren tussen de sectoren waar NMP zich op richt. Breed en Hulst: “De groothandelsmarkt is sterk in beweging. Business-to-Business en Business-to-Consumer groeien naar elkaar toe. Een doordachte online en offline strategie helpt om maximaal te kunnen inspelen op de nieuwe kansen die zich hierdoor de aankomende jaren aandienen. Het gaat om een omnichannel-benadering: de markt in zijn volle breedte bedienen, richting retailer en consument via diverse marketingkanalen. Daarbij staan het merk en de merkbeleving van onder andere de groothandel in het eigen specifieke marktsegment centraal. Daar heeft NMP kennis over, die we aan de marktkennis van de ondernemer toevoegen om synergie te creëren.”

Het versterken van het merk krijgt de nadruk omdat conversie en retentie belangrijk zijn voor de hedendaagse consument: het omzetten van websitebezoekers in klanten en die klanten laten terugkomen. “Online adverteren in de B-to-C-markt is maar beperkt rendabel”, weten Breed en Hulst. “Het is tijdens corona steeds duurder geworden en sindsdien is de online concurrentie alleen maar toegenomen. Daarbij komt dat sinds de Retail weer is opengegaan, de consument zijn weg ook weer naar de winkelstraat heeft gevonden. We zien momenteel veel webshops te koop staan door tegenvallende resultaten. Een duurzame klantenbasis en data opbouwen en behouden moet daarom wat ons betreft centraal staan, met een herkenbaar merk als ankerpunt.” Wij zien een webshop niet

maar als onderneming maar als een extra instrument voor succesvolle bestaande ondernemingen om zo direct aan de consument te kunnen leveren. Waarbij de consument niet meer middels dure advertenties over gaat tot een aankoop maar proactief kiest voor de producten van het merk.

Smart equity – goed voor personeel en onderneming

Het stereotiepe beeld van private equity is: bedrijven overnemen met een groot deel bankfinanciering, personeel ontslaan, herstructureren en doorverkopen. NMP werkt niet zo, maar moet het personeel van overgenomen bedrijven daar wel van overtuigen. Dat gebeurt door de strategie uit te leggen. Bouwen aan samenwerking en groei gaat lastig samen met een saneringsronde. NMP gaat niet op de stoel van medewerkers zitten, maar laat ze hun werk doen. Er zal eerder in overleg met onze ondernemers extra hoogwaardig personeel bijkomen in nieuwe disciplines. Die uitleg geeft rust. Ook financiert NMP haar transacties zonder een bank. Hierdoor wordt de onderneming met minder schuld belast. Onze ondernemingen kunnen wel gebruik maken van de gebruikelijke werkkapitaal financiering, om zo hun groei te financieren. Dit kunnen zowel NMP als een bank verstrekken.

Toekomstbestendig

Duurzaamheid en sociaal beleid zijn voor NMP belangrijk. Aspecten zoals diversiteit en antidiscriminatie krijgen aandacht. Daarmee loopt NMP vooruit op Europese wetgeving die binnenkort voor het groot MKB gaat gelden. Op termijn wordt dergelijke regelgeving ongetwijfeld ook in het kleinbedrijf doorgevoerd.