

Waarom is een MBI-kandidaat een interessante koper?

In de rij van mogelijke verkoopopties neemt de MBI (Management Buy In) vaak de laatste plaats in. Een strategische koper lijkt op het eerste gezicht de meest aantrekkelijke partij om je bedrijf aan te verkopen. Toch zijn er veel verkopers gericht op zoek naar een opvolger in de vorm van een particuliere koper van buiten het bedrijf (een MBI-kandidaat).

Er zijn voor de verkopende directeur grootaandeelhouder dan ook duidelijke voordelen te benoemen van een MBI-transactie boven een strategische verkoop:

- De verkoper hoeft bijvoorbeeld niet aan te kloppen bij zijn grootste concurrenten, vaak de logische strategische kopers, maar tegelijkertijd de partijen die je liever niet vertelt dat het bedrijf te koop staat.
- Een strategische partij is mogelijk bereid een hogere overnamesom te betalen omdat hij verwacht na de overname synergie-voordelen te kunnen behalen. Voor deze zogenaamde strategische premie zal de overgenomen onderneming echter wel een prijs moeten betalen. Zo wordt mogelijk flink gesneden in het personeelsbestand en kan de overname gevolgen hebben voor de lokatie van het overgenomen bedrijf. Een onaantrekkelijk vooruitzicht voor de verkopende dga. Een gedeelte van zijn personeel komt op straat te staan en als hij het onroerende goed in eigendom heeft, is hij is ook nog eens zijn huurder kwijt. Daartegenover zal een MBI-er niet de neiging hebben gelijk een grote reorganisatie door te voeren en zal hij graag een huurcontract willen afsluiten met de verkoper voor een periode van bijvoorbeeld 5 jaar.
- Tijdens een MBI-traject loopt de verkoper niet direct het risico dat concurrentiegevoelige informatie (zoals marges en afspraken met leveranciers) bij de concurrent onder ogen komt.
- De MBI-er is de opvolger van de dga, de identiteit en cultuur van het bedrijf blijft eerder behouden. En de bedrijfsnaam blijft op de gevel!

Overigens is het bij kleinere transacties nog maar de vraag of de strategische partijen zo in de rij staan. Soms is er gewoon geen strategisch alternatief. En als er intern geen opvolger is, zal de MBI-er de meest aangewezen partij zijn om de overname te doen!

Al met al, is de MBI-er als “opvolger” vaak een serieuze optie voor de verkoper en in veel gevallen zelfs het uitgangspunt in het verkooptraject.

Laura Schagen
Managing Partner BuyInside