

BrookZZ

groei, durfkapitaal & bedrijfsovername

Olivier Haverkate
en Martin de Groot,
Dujardin Brandkasten.



WAARDECREATIE

Wat is de waarde
van een merk?

FINANCIERING

NPEX als nieuwe
kapitaalroute

OPVOLGING

De tweede generatie
bij familiebedrijf AFAS

SPECIAL

INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

Alles wat u moet doen om uw bedrijf
internationaal uit te bouwen

voor professionele ondernemers



deal 01

Olivier Haverkate en Martin de Groot. Dujardin Brandkasten.

Kastkrakers

OLIVIER HAVERKATE wist al lang dat hij ondernemer wilde worden, maar maakte eerst carrière in loondienst om ervaring op te doen en te sparen. Dit jaar kocht hij Dujardin Brandkasten, samen met de zoon van de vorige eigenaar.

In een werkplaats in Leerdam staan twee medewerkers van Dujardin voor een brandkast, waarin ze drie gaten hebben geboord. Als een chirurg duwt één van hen een endoscoop naar binnen. Ze weten precies hoe ze deze kast, waarvan een bank de code kwijt is, moeten kraken. 'Er is hier enorm veel specialistische kennis', zegt *Olivier Haverkate*, die bewonderend staat te kijken op zijn vierde werkdag. 'Specialistische kennis stond in mijn zoekprofiel. Ik wilde geen bedrijf dat alleen maar handel pleegt.'

Het kraken van kluizen is uiteraard maar een klein deel van de business van Dujardin Brandkasten. Het bedrijf verkoopt brandkasten en elektronische sloten aan winkels en winkelketens, levert service en installeert geldautomaten. Op het bedrijventerrein in Leerdam staan vijf loodsen met honderden gebruikte en nieuwe geldautomaten drie hoog in stellingen. Er staan geldautomaten tussen die uit hun voegen zijn gebarsten na een plofkraak. Het marktaandeel in de service rondom geldautomaten ligt tussen de 85 en 90 procent in Nederland, volgens *Martin de Groot*, zoon van de vorige eigenaar.

Jaar lang onderhandelen

In 2008 zei Haverkate zijn internationale baan bij Philips op om een bedrijf te gaan zoeken. 'Uiteindelijk mis je toch de eindverantwoordelijkheid', verklaart hij zijn keuze om ondernemer te worden. Hij werd interim-manager voor eigen rekening. 'Ik ben heel bewust niet fulltime gaan werken om tijd te hebben om te zoeken en de deal af te ronden. In de eindfase krijg je steeds meer leeswerk, bijvoorbeeld bankstukken, juridische documenten en schrijfwerk, onder andere het businessplan.'

Intermediair *Buyinside* benaderde een aantal bedrijven. Haverkate sprak met een stuk of zeven en ging in december

deal Management buy-in
intermediair BuyInside
overname 11 februari 2011
personeel 30 medewerkers
omzet 5 miljoen euro (2010)
financiering eigen geld en banklening

2009 in onderhandeling met Chris de Groot, die het bedrijf in 2000 had gekocht. Al snel werd duidelijk dat zijn zoon Martin mee wilde doen. De onderhandelingen duurden een jaar. 'Het bedrijf is nooit op de markt geweest en was nog niet verkoopklaar. Bovendien moet de verkoper ook aan het idee wennen.'

Haverkate kende de markt niet en hij had maar één keer undercover als bankier in het bedrijf rondgekeken. 'Dan kun je alleen zien dat alles heel netjes is, maar vervolgens heb ik vooral heel veel met Chris en Martin de Groot gepraat. Ik heb heel veel op internet gekeken, maar voor een groot deel koop je op gevoel.'

Sterk in business development

Bij de waardebeoordeling ging BuyInside uit van de resultaten van de afgelopen jaren in combinatie met het businessplan. 'Het leidende principe is de financierbaarheid: rente en banklening moeten in zes à zeven jaar uit de cashflow kunnen worden terugbetaald', zegt Haverkate.

Haverkate, die een ruime meerderheid van de aandelen kocht, financierde de overname met tonnen spaargeld en een banklening. 'Ik wist al vanaf mijn 24^e dat ik een bedrijf wilde kopen, dus had ik gespaard. Ik ben een ondernemer om een bedrijf te kopen, niet om er een op te zetten. Ik ben goed in business development.' De kosten van bedrijfsmakelaar, jurist, accountant, fiscalist en notaris, die hij meefinancierde, waren ongeveer een ton.

De groeipotentie die Haverkate en De Groot zien, zit in het vergroten van het marktaandeel in Nederland, buitenlandse expansie en het uitbreiden van diensten. 'Retailketens hebben behoefte aan een leverancier die alles regelt', zegt Haverkate. 'Bij de internationale expansie kan ik mijn internationale retailnetwerk gebruiken.'



Olivier Haverkate (40) en Martin de Groot (42)
opleiding Internationale bedrijfskunde Intercollege, Den Haag;
HBO Internationaal Management, Rotterdam
waren directeur verkoop Nederland, Philips;
manager verkoop & marketing Dujardin