

Verleid een investeerder

Oprichtingsplannen? Nieuwe producten ontwikkelen? Expansiedrift? Voor al die zaken is een hoop geld nodig – geld dat niet altijd bij de bank of via eigen kanalen voor handen is. Private investeerders, de zogeheten informal investors, kunnen uitkomst bieden. Hoe kun je die voor je winnen?

■ door ARNOUD BREITBARTH

AMSTERDAM – Nerveus ijsbeert een groepje ondernemers door de grote hal. Ze moeten straks een zaal vol investeerders toespreken in de hoop dat één van de toehoorders bereid is te participeren in een van hun ideeën. Terwijl tien entrepreneurs hun plannen pitchen aan potentiële investeerders, nemen wij plaats tussen de 'wandellende zakken met geld' en vragen hoe ze te verleiden zijn.

„Dat is al de eerste en veelgemaakte fout”, corrigeert de buurman ons direct. „Wij zijn geen zakken met geld. Informal investors willen niet alleen aandelen kopen en rendement zien, ze willen ook een bedrijf met raad en daad bijstaan. Dáár zit nou juist onze toegevoegde waarde. En dat doen we niet in de spotlights, maar vaak op de achtergrond.” Dat is ook de reden dat hij niet met naam in de krant wil: „Anders heb je als investeerder zo honderd brieven op de deurmat.”

Investeerder Paul Kranendonk is daar minder bang voor. „Natuurlijk, hobbyisme viert hoogtij bij financieringsaanvragen, er zitten de nodige onrealistische ideeën tussen. Daarom hou ik me niet echt bezig met start-ups, liever investeer ik in ondernemers die al wat bereikt hebben en wier bedrijf een impuls kan gebruiken.”

Dan is Kranendonk op de jaarlijkse pitchbijeenkomst van New Venture en ABN Amro Informal Investment

Services, die we bijwonen, eigenlijk aan het verkeerde adres. Hier komen juist alleen starters. „Als investeerder sluit ik niets uit. Het gaat erom dat je affiniteit hebt met een ondernemer en zijn product. Je hoeft niet exact te weten hoe iets werkt, maar je moet wel snappen hoe een product in elkaar zit. Een ondernemer moet dus helder en simpel uitleggen wat hij doet”, adviseert Kranendonk.

De man die een trainings-systeem heeft ontworpen voor al dan niet gehandicapte sporters, doet dat ook. Maar hij vertelt op zo'n verbeterde – haast agressieve – manier, dat hij op weinig

enthousiasme kan rekenen. „Hij probeert ons een schuldgevoel aan te praten. 'U met veel geld moet toch wel iets over kunnen hebben voor de mensen die het minder getroffen hebben?!' Met dat toontje kom je niet ver”, meent een investeerder. De ondernemers die zakelijk maar luchtig hun bedrijf pre-

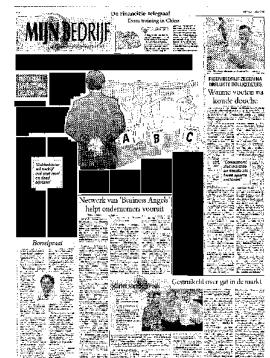
senteren, worden beduidend serieuzer genomen.

Wie geldschietters wil verleiden, moet sympathiek overkomen. „De vent is, zeker bij start-ups, belangrijker dan de tent”, stelt investeerder Idgar van Kippersluis. „Bij het overnemen van een bestaand bedrijf kun je door het management heen kijken, maar bij starters is er niet veel meer dan een idee. Dan moet de klik met de ondernemer in kwestie aanwezig zijn.”

„Het gaat ook om de moraliteit. Vraagt een ondernemer niet te veel salaris? De afgelopen vijftien jaar zijn jongeren te veel met zichzelf bezig geweest in plaats van met hun bedrijf – dat geldt voor zowel bankiers als ondernemers, die vonden zichzelf doorgaans geweldig”, weet investeerder Dolf Gransberg. „Durf daarom aan te geven waar je krachten en vooral zwaktes liggen. En geef aan hoe je die zwaktes denkt op te lossen.”

De ondernemers die precies zeggen naar wat voor soort investeerder ze zoeken (iemand met kennis op het gebied van marketing) trekken meteen de aandacht van de zaal. „Daarmee tonen ze dat ze een uitgedacht plan hebben”, meent een geldschieder.

Robbert Mica probeert investeerders te vinden voor zijn bedrijf Soler, dat een applicatie heeft ontwikkeld waarmee consumenten via internet binnen een kwartier een goede en goedkope offerte voor zonnepanelen krijgen, zonder dat het opmeten van het dak noodzakelijk is. „Van het bedrag dat we nodig hebben, willen we graag € 100.000 via een informal investor binnenhalen. We kunnen het geld eigenlijk volledig bij de bank lenen, maar mijn compagnons



en ik missen kennis op het gebied van bedrijfsfinanciën.”

Als Mica in zijn presentatie aangeeft daarom vooral op zoek te zijn naar een ondernemer die het klappen van de zweep kent, springt een aantal investeerders van de stoel: hij gaat naar huis met twaalf afspraken met potentiële geldschietters.

Volgens Hugo Westerink, directeur van ABN Amro Informal Investment Services en in die hoedanigheid actief als koppelaar tussen investeer-

der en ondernemers, is er momenteel veel geld beschikbaar in het informele circuit. „Investeerders zien in bedrijfsdeelnames een goed alternatief voor beleggen, zowel in start-ups als in groei-ondernemingen en bedrijven die aan de vooravond van grote veranderingen staan. De aandelenbeurzen vinden ze nu toch wat riskant.”

„Bedrijven zijn door de crisis goedkoper geworden, dus is het logisch dat ook grote concerns aan het rondsnuffelen

zijn om bedrijven op te kopen”, vult Gransberg aan. Veel investeerders vinden het dan ook onbegrijpelijk dat een ondernemer die een nieuw soort coating heeft ontwikkeld, niet overgenomen wil worden door Akzo Nobel. „Die brengen straks gewoon een concurrerend product op de markt, en dan is die jongen weg”, luidt het commentaar. „We investeren natuurlijk alleen als een bedrijf levensvatbaar is.”