

Bankencrisis Bedrijfsfinanciering

Banken karig met bedrijfskrediet

Bert Koopman
Amsterdam

De tijden dat bedrijfskrediet voor het oprapen lag zijn voorbij. Banken, investeerders en participatiemaatschappijen letten scherper op 'een goed verhaal'. Ondernemers worden uitgedaagd om te laten zien wat ze waard zijn.

Rob Raven (43) uit Nieuwerkerk aan den IJssel zet, samen met Marco ten Oever, het bedrijf Marq op dat zich specialiseert in het detacheren van teamleiders voor callcentra. Raven: 'Grote organisaties als ING en Nuon kampen met een groot tekort aan dit soort mensen.'

Voor dit nieuwe initiatief heeft Raven een financieringsbehoefte van € 200.000. Gewapend met een ondernemingsplan voor de komende jaren klopte hij aan bij een grootbank.

Raven: 'De bank kijkt heel erg naar zekerheden en wil hooguit een paar maanden vooruitkijken. Dit betekent dat ik in aanmerking kom voor een kortetermijnfinanciering van € 50.000 aan werkkapitaal, bij lange na niet de gevraagde twee ton.'

De Amsterdamse modeontwerper Ada van Moorst (48) werkt aan



Alleen scherpe plannen maken kans op krediet.

Foto: iStockphoto

de internationale expansie van haar bedrijf. Met haar eigen linge-riëlijn richt ze zich op de beter verdienende dertigplusser. Er kwamen al snel orders binnen uit Duitsland, Iran en Saudi-Arabië.

Van Moorst: 'Banken vonden dit te mager, ik heb mijn bedrijf

dus aanvankelijk met eigen middelen gefinancierd.' Intussen groeide de orderportefeuille. Ook vond ze een partner die bereid was de verkoop van haar producten voor zijn rekening te nemen.

Samen met deze partner stapte ze binnenkort naar de bank voor

groeifinanciering van haar bedrijf. Ze heeft € 300.000 nodig. Op basis van haar orderportefeuille en haar sterke partner verwacht ze geen problemen. 'Kredietcrisis of niet: ik heb een goed verhaal', aldus Van Moorst die dit jaar € 500.000 verwacht om te zetten.

'Alleen bedrijven met een scherp verhaal komen in aanmerking voor bankkrediet', zegt adviseur Maarten den Ottolander van bureau Value Positioning counsel, dat (verborgen) waarden van ondernemingen zichtbaar tracht te maken. Hij krijgt de laatste tijd meer bedrijven die hun ondernemingsplan moeten aanscherpen. 'Financiers worden kritischer.'

Daarbij gaat het om vragen als: is de positionering van het bedrijf onderscheidend genoeg? Waar blijkt dat dan uit? Welke unieke positie wordt geclaimd? Gaat dit verhaal kasstromen genereren?

De keerzijde van het opdrogen van kredietstromen is volgens Den Ottolander dat de dynamiek voor levensvatbare initiatieven minder wordt. 'Interessante bedrijfsconcepten verliezen momentum. De "time to market" wordt langer.'

Ook adviseur Tom Roepers van Claassen, Moolenbeek & Partners raadt bedrijven aan hun kredietaanvraag goed tegen het licht te houden en mogelijke risico's te minimaliseren. 'Ondernemers moeten rekening houden met langere doorlooptijden bij banken.' Hij verwacht dat deze omstandigheden voorlopig niet veranderen.