

**‘HET VERKOPEN
VAN MIJN
BEDRIJF WAS
NOOIT EEN
DOEL OP ZICH’**

Michel Krechting

14 Eind 2007 kocht Michel Krechting de zieltogende fabrikant van fietskinderzitjes, GMG. Een jaar later introduceerde hij het innovatieve kinderzitje Yepp. Daarmee bouwde hij het bedrijf uit tot marktleider in onder meer de Benelux en Denemarken. Dit jaar verkocht hij zijn onderneming aan het Zweedse Thule. Een succesverhaal? ‘Het had evengoed anders kunnen lopen,’ zegt hij, ‘maar daar waren we dan ook wel weer uitgekomen.’

GMG verkocht

GMG was een compacte organisatie met, naast Michel, twee fulltime medewerkers en vier parttimers. De fulltimers, Sven en Ruud zijn overgegaan naar Thule. Voor de vier parttimers is een goede afvloeiingsregeling getroffen. ‘Dat gaat me natuurlijk aan het hart maar ik weet dat zij goed terecht zullen komen.’

‘Dan ga ik ermee naar de concurrent’

Van origine is Michel industrieel ontwerper. Een ondernemende geest heeft hij altijd gehad en het eens-begin-ik-iets-voor-mezelf-gevoel was hem ook niet vreemd. Toch duurde het tot zijn 55ste voordat hij daar echt werk van maakte. ‘Op dat moment was ik directeur bij een bedrijf in professionele verlichting waar ik regelmatig overhoop lag met de wisselende vicepresidenten. Tot tweemaal toe heb ik getracht dat bedrijf te kopen maar de wil tot verkopen ontbrak. Een bedrijfsadviseur zei me “je stopt met zeuren, of je gaat weg”.’

Niet van scratch

Dat was voor Michel het moment om invulling te geven aan een eigen onderneming. Van scratch beginnen wilde hij niet. Dus keek hij om zich heen voor andere opties. Als industrieel ontwerper was hij begin jaren tachtig nauw betrokken geweest bij de ontwikkeling van eerste fietszitjes voor de firma Dremefa in Doesburg. Zij brachten onder meer een autostoeltje op de markt onder de naam Bobob. Een fietsstoeltje lag in het verlengde. Dat werd Bobike waarmee het bedrijf al snel marktleider werd. ‘Alleen bleef Bobike in mijn ogen stilstaan. Ik bedacht een plan om het bedrijf te revitaliseren, maar de

eigenaren zagen het toen niet zitten. Dus zei ik: “dan ga ik ermee naar de concurrent”.’

De Gebroeders Melkert in Gouda, GMG, produceerde al sinds 1934 kinderzitjes. Ook dat bedrijf dreigde de concurrentiestrijd te verliezen. Michel belde op, vroeg naar de directeur met de meeste aandelen of de meeste senioriteit en ging op gesprek. Uiteindelijk kocht hij de onderneming. ‘GMG had toen nog een eigen productiefaciliteit. Die heb ik gesloten omdat het nieuwe GMG volledig ging outsourcen. Het marketing- & sales kantoor hevelde ik over naar Haarlem en later Zwanenburg. Wat ik toen vooral kocht was de naamsbekendheid, de distributie en toegang tot de tweewielerbranche. Begin 2008 maakte ik een rondje langs de grootste klanten en groothandels. Daar kreeg ik regelmatig te horen: “we gaan stoppen met GMG”. “Schuif dat nog een jaar op”, zei ik dan, “want we





komen met een zeer innovatief, nieuw product”.' Michel ging samen met Peter van der Veer Designers de uitdaging aan om binnen een jaar een nieuw fietskinderzitje te introduceren. 'We moesten een totale omslag voor GMG realiseren om de marktpositie terug te winnen. In nog geen twaalf maanden wisten we een totaal nieuw zitje te ontwikkelen dat we in januari 2009 op de Fietsvak, de nationale vakbeurs voor de fietsbranche, onder de naam Yepp introduceerden.'

Open communiceren

Dat Yepp een internationaal succes geworden is mag duidelijk zijn. Toch zijn er twee momenten geweest waarop het ook negatief had kunnen uitpakken. 'Direct na de lancering ging het al bijna mis,' memoreert Michel. 'Sommige van de eerste zitjes die we uitleverden vielen door een constructiefout van de fiets. Dat was totaal onvoorzien, vooral omdat het product wel TNO goedgekeurd was. We hebben toen de hele partij terug moeten roepen en snel een betere constructie moeten vinden. Door snel handelen en in het hele traject open te communiceren wisten we goodwill te behouden. Het tweede moment deed zich voor eind 2010 toen

we financiering nodig hadden onder meer om onze groei doelstellingen te realiseren. Geen bank die dat toen aan wilde. Daarop kwamen we in een alternatief financieringstraject terecht van "friends/family/fools". Was dat niet gelukt dan weet ik niet of Yepp het succes geworden was dat het nu is.'

Weer verkopen

Bij de start van zijn onderneming wist Michel al dat hij het ooit weer zou verkopen. 'Niet dat dat een doel op zich was maar ik heb nu eenmaal het eeuwige leven niet. Ik had voor mezelf ook niet zozeer een moment bepaald waarop dat moest gebeuren. Het kwam vorig jaar in beeld toen ik wat gezondheidsproblemen kreeg. Opvolging door mijn kinderen zat er niet in, dus dan moet je op zoek. Overname door eigen medewerkers bleek na serieus onderzoek ook niet mogelijk en dus zocht ik naar een externe partij. Via Lansigt kwam ik in contact met Iris Corporate Finance waarmee ik gelijk de juiste klik voelde. Niet alleen in zakelijk opzicht maar ook in de persoonlijke betrokkenheid waarbij goed gekeken werd hoe ik het wilde inrichten. Zes à zeven partijen toonden interesse. Het Zweedse outdoormerk Thule bood

uiteindelijk de beste condities. Zij kregen onder geheimhouding de prototypes van de tweede generatie kinderzitjes te zien, de Yepp Nexxt. Die paste precies bij wat Thule voor ogen had met hun eigen toekomstig productportfolio. Wel is Thule een beursgenoteerde onderneming. Dat betekent dat zij bij overnames heel veel protocollen en procedures in acht moet nemen zoals een gedegen onderzoek doen naar de over te nemen onderneming. Dat leverde aan mijn kant soms zoveel hoofdbreken op dat ik op enig moment zei: "laten we de verkoop maar een jaartje uitstellen". Ook dat heeft Iris CF goed weten te faciliteren.'

Wat gaat hij nu doen? 'Dat ben ik nu aan het bekijken. Het zou een adviserende rol kunnen zijn voor het mkb op het gebied van innovatie, designmanagement of start-ups bijstaan met kennis en een stukje financiering. Misschien het onderwijs... De wegen liggen wat dat betreft nog open.'

Krechting Holding

📞 06 - 5372 3782

✉️ mkrech@xs4all.nl

🌐 /in/michel-krechting-923552