

Virksomheder dropper opkøb i vækstmarkeder

Krise og usikkerhed får danske virksomheder til at tænke mere kortsigtet og dropper opkøb på eksotiske vækstmarkeder for at prøve at forsvare hjemmemarkedet, viser ny undersøgelse

OPKØB

Af Jesper Kongskov og Lasse Friis

De er udmærket klar over, at de bør satse på vækstmarkeder i Asien eller Sydamerika, alligevel går de danske virksomheder efter mere defensive opkøb på hjemme- og nærmarkederne.

Det viser en ny undersøgelse som rådgivningsvirksomheden Deloitte står bag. Deloitte har i sit CFO-barometer spurgt koncernfinansdirektørerne i de 100 største danske virksomheder om virksomhedernes strategier for vækst via opkøb. Bare siden april i år har mange danske virksomheder ændret strategien og kigger nu mere på mere komfortable



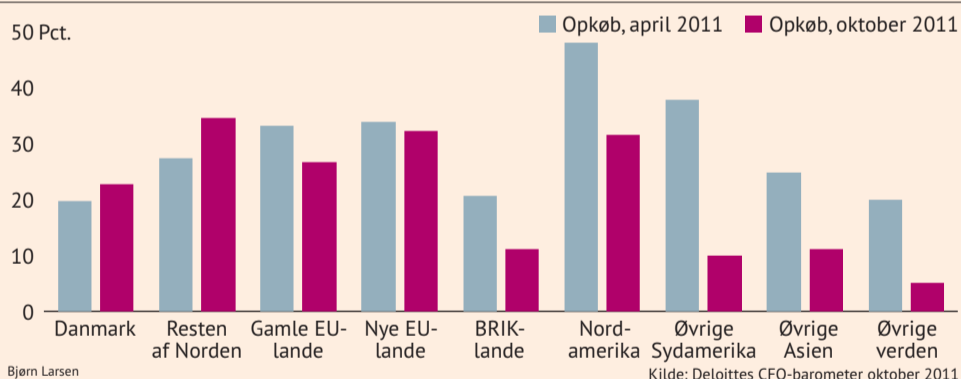
De to store landbrugsselskaber Danish Crown og Arla Foods er eksempler på selskaber, der kigger mere på opkøb i Tyskland end i eksempelvis Kina, selv om begge virksomheder ser store vækstrater i netop Kina. Her fra Danish Crowns slagteri i Oldenburg Tyskland. Arkivfoto: Claus Haagensen/Chili

opkøbsmuligheder tæt på det danske hjemmemarked, viser undersøgelsen.

I april ventede hver femte således, at de ville købe op i Brasilien, Rusland, Indien eller Kina, også kaldet BRIK-landene. Nu er det kun hver tiende. Også troen på opkøb i det øvrige Asien og Sydamerika er halveret på bare et halvt år.

Virksomheder dropper opkøb på eksotiske markeder

Virksomheders vækst gennem opkøb fordelt på geografier



“Virksomhederne tænker nu langt mere defensivt. De er ikke komfortable med opkøb i eksempelvis Asien, selv om de godt ved, at det er der, de burde købe op. De tænker mere kortsigtet nu,” siger Jeppe Larsen, partner i Deloitte.

Han bakkes op af Frederik Aakard, partner i Audon Partners, som rådgiver i virksomhedshandler.

“Det var i BRIK-landene, at de virksomheder, som tænker

strategisk, gerne ville være. Men jeg tror desværre, at mange danske virksomheder pga. deres størrelse og risikoen nu vil købe op tættere på. Og så accepterer de, at de ikke får så meget vækst ud af det,” siger Frederik Aakard.

Ændret tankegang

De to store landbrugsselskaber Danish Crown og Arla Foods er eksempler på selskaber, der kigger mere på opkøb i Tysk-

land end i eksempelvis Kina, selv om begge virksomheder ser store vækstrater i netop Kina.

Den ændrede tankegang i de danske virksomhedsledelser skyldes bl.a. ønsket om at beskytte sin markedsposition på de velkendte nærmarkeder i og omkring Danmark, hvor væksten ventes at blive yderst begrænset i de kommende år, påpeger Deloitte. “Det kan være for at købe kun-

der og varemærker og så kan man måske samtidig tage noget kapacitet ud af nærmarkedet. Det er bare forkert at gøre, for det kommer man jo ikke ud på vækstmarkederne af,” siger Jeppe Larsen.

Der er stor forskel på risikopppetitten hos de helt store og de mellemstore virksomheder.

“De helt store virksomheder tør stadig godt købe op i vækstmarkederne, hvis den rette mulighed opstår inden for deres kerneforretning. Men i niveauet af virksomheder under de store er det helt rigtigt, at mange kigger mere på opkøb i kernemarkederne,” siger Niels Peder Nielsen, der er partner i det amerikanske

“De helt store virksomheder tør stadig godt købe op i vækstmarkederne, hvis den rette mulighed opstår inden for deres kerneforretning. Men i niveauet af virksomheder under de store er det helt rigtigt, at mange kigger mere på opkøb i kernemarkederne”

Niels Peder Nielsen, partner i det amerikanske konsulenthus Bain & Co

konsulenthus Bain & Co., som rådgiver store virksomheder om strategi og opkøb.

Henning Aasmul Olsen, der er partner i advokatfirmaet Bruun & Hjejle, mener at mange danske virksomheder bør nytænke deres opkøbsstrategi.

“Traditionelt er danske virksomheder vokset via opkøb i Norge og Sverige i første trin, så Europa i andet trin, og så resten af verden derfra. Men i dag er man altså nødt til at springe nogle trin over, og gå direkte efter væksten, der hvor den er,” siger Henning Aasmul Olsen.

jeko@borsen.dk
lafr@borsen.dk

Kreditklemme påvirker opkøbsstrategien

KREDITKLEMME

Efter en længere periode med løbende forbedring af låne- og kreditvilkårene for danske virksomheder er kreditklemmen vendt tilbage for fuld tryk, viser ny under-

søgelse fra Deloitte blandt de 100 største danske virksomheder. 56 pct. af de adspurgte i Deloitte's CFO-barometer mener, at adgangen til ny finansiering nu er vanskelig. Det er en stigning på 27 pct. i forhold til april i år.

Bankernes tøven med at finansiere opkøb spiller også ind på danske virksomheders opkøbsstrategier, der derfor satser mere sikkert.

“Det er nemmere at overbevise banken om at være med til at finansiere et opkøb i nær-

markedet, fordi det kan være svært at overskue risikoen i et asiatiske opkøb eksempelvis. Det spiller formentlig også ind på virksomhedernes ændrede opkøbsstrategi,” siger Jeppe Larsen, der er partner i Deloitte. JKO

CHRISTINE HVELPLUND
DIAMONDS & JEWELLERY

PAVÈ RING
18 Karat Hvid, Gul el. Rosa Guld. Laves i flere forskellige bredder.
9,35CT 185.250,00 dkr.

HVELPLUND

WATCHES & JEWELLERY

STRØGET ØSTERGADE 15 · TEL. 33 12 02 05
STRØGET VIMMELSKAFET 47 · TEL. 33 91 39 10

Fine Jewellery

LYNGGAARD

ØDRUPVEJ 56 · 2920 CHARLOTTENLUND · TEL. 39 63 68 61
STRANDVEJEN 163 · 2900 HELLERUP · TEL. 39 62 15 56