

Moderne generationsskifte: Et salg

JETTE MEIER CARLSEN, EVA ANDERSEN
Offentliggjort 20.10.11 kl. 03:01

Det bliver stadig mere almindeligt at sælge sin virksomhed frem for at lade den gå i arv til næste generation. • Heldigvis lyder det fra en specialist i virksomhedssalg. For verden er en anden i dag.

Fakta

Solgt

Der blev i alt solgt omkring 150 danske virksomheder i 2010 - primært til udenlandske virksomheder. Tallet forventes højere i år.

Kilde: Henrik Audon

Den gamle patriark, der stolt overgiver sit livsværk til næste generation, bliver et stadigt sjældnere syn. De unge vil have et andet, friere liv end det at følge i fars fodspor. Ofte har de heller ikke evnerne til at overtage pladsen for bordenden, da den moderne verden kræver en anden type virksomhedsleder end fars søn.

Derfor bliver et salg typisk afslutningen på et flot forretningseventyr, fortæller direktør Henrik Audon, Audon Partners A/S, som udgør den danske del af en af verdens største alliancer af rådgivningsvirksomheder inden for køb, salg og fusion af mellemstore virksomheder, M&A International Inc.

»Tidligere var det næsten udelukkende alderen, der bestemte, om en virksomhed blev solgt. Det er stadig alderen - men i tillæg er kommet globaliseringen, individualiseringen og den teknologiske udvikling, som har ændret betingelserne. Resultatet er, at rigtig mange virksomheder bliver solgt, selvom ejeren langt fra er nået til skelsår og alder,« forklarer Henrik Audon.

Han har været i branchen i 27 år og fortæller, at det tidligere blev betragtet som forfærdeligt, hvis ikke man kunne lade sin virksomhed gå i arv til børnene. I dag er det en udbredt erkendelse blandt virksomhedsejere, at det er bedst, at virksomheden bliver solgt og kommer over i et ejerskab, der kan skabe den nødvendige vækst.

Hurtig udvikling

Udviklingen går så stærkt, at ejere af mellemstore virksomheder er nødt til at investere kraftigt for at klare sig i den internationale konkurrence, og det kan forekomme uoverskueligt og risikabelt. Dertil kommer, at unge mennesker får uddannelser, der giver nye og spændende muligheder, og de har ikke lyst til at være afhængige af forældrene. Henrik Audon peger også på, at gennemsnitsalderen på virksomhedsejere, der sælger deres virksomhed, rasler ned, hvilket hænger sammen med, at den teknologiske udvikling lynhurtigt forgylder, men også forælder produkter og forretningskoncepter.

Han oplever dog stadig virksomhedsejere, der lader følelserne råde. Og så går det tit galt.

»Man kan skabe megen ulykke, hvis ikke man er realistisk. Jeg har set mange livsværk gå ned og kender alle varianter af sørgelige situationer. Derfor bruger jeg megen energi på at fungere som familiens rådgiver, inden den beslutter sig.«