

IN BUSINESS

Antea Relatiemagazine
Drieëntwintigste jaargang, nummer 1, september 2021

Event
*Joris Luyendijk
bij Frisse Blikken*

PAG 4 - 5

Nieuwe investeringen
Gouweloos

PAG 6 - 7

Veenstra & Stroeve

PAG 16 - 17

Nieuw fonds
*Introductie Antea
Participaties IX*

PAG 13 - 15

Janneke van der Meij:

*'L. Ten Cate
wordt een lovebrand'*

LEES MEER OP PAGINA 10 - 12

INHOUD

Voorwoord

PAGINA 3

Presentatie Joris Luyendijk

PAGINA 4 – 5

Participatie Gouweloos

PAGINA 6 – 7

Interhal verwerft Pabst & Pabst

PAGINA 8

Goed doel

PAGINA 9

Groei DVK in Duitsland

PAGINA 9

Nieuw gezicht bij L. Ten Cate

PAGINA 10 – 12

Introductie Antea Participaties IX

PAGINA 13 – 15

Investing in de woningbouw

PAGINA 16 – 17

Column

PAGINA 18 – 19





VOORWOORD

BEVRIJDING

Inmiddels zijn we bijna allemaal gevaccineerd en is de lockdown definitief voorbij. Wie had kunnen voorspellen dat we 1,5 jaar last zouden hebben van deze pandemie? Ik niet. En ook Mark Rutte niet. Nu we weer bijna terug zijn bij het “oude normaal” voelt het als een bevrijding. Weer lekker uit eten, weer op bezoek bij familie en vrienden en weer gewoon met vakantie.

Ook zakelijk is het weer bijna als vanouds. Bedrijven zijn weer open en het geïsoleerde thuiswerken is grotendeels van de baan. Niets is zo inspirerend om ondernemers face-to-face te ontmoeten. Achter een beeldscherm gaat veel van die inspiratie verloren.

De Coronacrisis laat bij menig bedrijf haar sporen na. Vooral in de evenementen- en horeca-sector zal het nog lang duren voordat de negatieve effecten zijn weggewerkt. De meeste andere sectoren zijn de crisis goed doorgekomen. Mede dankzij de royale overheidssteun. Maar vooral dankzij de ondernemers zelf. In onze portefeuille vielen vooral het snelle handelen en het aanpassen aan de nieuwe omstandigheden op. Chapeau voor alle Antea-ondernemers. De meeste Antea-bedrijven staan er nu veel beter voor dan kort na het uitbreken van de COVID-pandemie.

Nu de lockdown voorbij is achten wij de tijd rijp om ons nieuwste fonds te introduceren, de negende inmiddels. Wat gaat de tijd toch snel. Ik kan me de plaatsing van ons eerste participatiefonds in 1992 nog herinneren als de dag van gisteren, ook al is het bijna 30 jaar geleden.

Antea heeft zich in die 30 jaar ontwikkeld tot een niet meer weg te denken speler in de Nederlandse private equity-markt. Van moeite bij de plaatsing is geen sprake meer. Ons track record, de toegenomen bekendheid van het fenomeen private equity en de lage rente leiden tot een grote interesse in de Antea-fondsen. Maar toch blijft het telkens spannend: wie van de bestaande klanten doet weer mee en wie op de wachtlijst van nieuwe relaties wordt daadwerkelijk participant? De plaatsingsperiode van een nieuw fonds geeft altijd nieuwe energie. Inspirerend om met enthousiasme over participeren en ondernemerschap te praten en kennis te maken met nieuwe mensen.

Ik kijk ernaar uit!

Robert De Boeck

A full-page photograph of a man with grey hair, wearing a dark grey suit jacket over a light blue button-down shirt and dark trousers. He is laughing heartily, his head tilted back and eyes closed. He is leaning his right arm on a wooden podium. The background is a plain, light-colored wall.

Joris Luyendijk

te gast op



Directie-event

Antea organiseert ieder jaar een netwerkbijeenkomst voor de directeuren van de portefeuille-bedrijven. Na de versoepelingen was het gelukkig weer mogelijk om een bijeenkomst te organiseren. Op 1 juli jl. trad journalist en schrijver Joris Luyendijk op, die onderzoek heeft gedaan naar Diversiteit en Inclusiviteit.

Binnenkort verschijnt een boek van zijn hand over dit onderwerp na eerdere succesvolle boeken over onder andere het Midden-Oosten (*Het zijn net mensen*) en bankiers (*Dit kan niet waar zijn*). De deelnemers aan dit evenement kregen van Joris alvast een inkijkje in dit boek.

De aanwezigheid van Luyendijk kon op veel enthousiasme rekenen. Er waren 50 directeuren van Antea-deelnemingen en voormalige deelnemingen op dit evenement afgekomen, dat plaatsvond bij Antea-deelneming Frisse Blikken in Utrecht.

Luyendijk hield een boeiend betoog met de prikkelende titel *Waarom man-*

nen zoals Joris Luyendijk in ons land zo vaak de baas zijn. Hij benadrukte dat Diversiteit veel meer is dan de keuze man-vrouw of zwart-wit. Het gaat bijvoorbeeld ook om het milieu waar iemand uit afkomstig is (klassenmigratie).

Na een uitgebreide en levendige discussie met de deelnemers was het tijd voor de aansluitende borrel en buffet waarbij de ondernemers met elkaar konden kennismaken en ervaringen uitwisselen. De aanwezigheid van managers van voormalige deelnemingen laat zien dat er wederzijds met genoeg wordt teruggekeken op de samenwerking met Antea. Antea nodigt ook deze managers heel bewust

uit voor deze bijeenkomsten. Zij zijn als onderdeel van dit alumni-netwerk de ambassadeurs van Antea.

De gelegenheid werd ook te baat genomen om voor de website van Antea een nieuwe groepsfoto te maken. Op de oude foto op de homepage kwam regelmatig kritiek dat bij Antea geen sprake is van diversiteit. Hierop waren uitsluitend blanke mannen van middelbare leeftijd te zien. Deze kritiek is onterecht. Inmiddels staat bij meerdere portefeuille-bedrijven een vrouw als CEO aan het roer of is er een vrouwelijke CFO. De nieuwe homepage illustreert dat en lokt hopelijk meer vrouwelijke ondernemers naar Antea. Jullie zijn van harte welkom. ■

De BUY-IN Manager

“Ik heb echt geluk gehad. Normaal moet je 2 tot 3 jaar uittrekken voor het vinden van een passend bedrijf als Buy-In Manager, nu lukte het al binnen een halfjaar. Ik kwam voor een kennismakingsgesprek bij Antea en al snel bleek dat we allebei naar hetzelfde bedrijf aan het kijken waren”, aldus Jurriaan Kasius die samen met Antea in april van dit jaar Gouweloos Elektrotechniek overnam.

Na een lange carrière bij Nokia wilde Kasius graag een keer op eigen benen staan en schakelde hij Corporate Finance-adviseur Alexander Boissevain van AenF in om een onderneming voor hem te vinden. “Ik wilde het wel een keer zelf doen in plaats van divisies vertellen hoe ze hun zaken moesten regelen. Een paar jaar geleden had ik al eens om me heen gekeken, maar zo’n zoektocht kost veel tijd en moeite. Dat gaat niet echt naast je werk. Ik heb daarom eind vorig jaar m’n baan opgezegd en Alexander gevraagd me te introduceren bij een aantal investeringsmaatschappijen. Mijn privé-kapitaal was namelijk beperkt en als je dan een participatiemaatschappij erbij betreft kun je naar wat grotere ondernemingen kijken. In november heb ik mijn baan opgezegd en zat dezelfde maand al aan tafel bij Roelant Scheepens van Antea. Zonder introductie van AenF was me dat niet gelukt. Antea heeft wel wat beters te doen dan weer zo’n vrijblijvend gesprek met een MBI-er te voeren.”

Gouweloos

Tijdens het gesprek gaf Kasius aan dat hij naar een elektrotechnisch installatiebedrijf in Rotterdam aan het kijken was dat via Marktlink in de verkoop was gezet. Al vrij snel had Antea door dat het over Gouweloos ging, een propositie waar Antea al even mee in gesprek was over een overname. “Gouweloos is een familiebedrijf uit 1920 dat al die tijd in handen van de familie Gouweloos is geweest. Koen Gouweloos is begin zestig, wilde met pensioen en had geen opvolging binnen de familie. Antea had om diverse redenen interesse in dit bedrijf en zocht iemand die de leiding op zich zou kunnen nemen. Zo hebben we de krachten gebundeld”, aldus Jurriaan Kasius die zich na een paar maanden als een vis in het water voelt bij het Rotterdamse bedrijf.

“Ik zocht een projectmatig technisch bedrijf met familiaal karakter. Dit bedrijf voldoet aan dat profiel. Dit is een klein bedrijf waar mensen zich thuis voelen. Er heerst hier echt het

wij-gevoel waardoor we nauwelijks verloop hebben. Dat is heel belangrijk, omdat het moeilijk is om aan technisch personeel te komen.”

Smart building

Antea vindt vooral de groeikansen van deze sector aantrekkelijk. Gouweloos Elektrotechniek heeft zich gespecialiseerd in de energietransitie en de verduurzaming van (kantoor)panden. Bij de verbouw of herinrichting van kantoor- en bedrijfsgebouwen is de wens van de opdrachtgever vaak een transformatie naar een zogenaamd “smart building”. Voorbeelden van panden die onder handen zijn genomen zijn het Unilever-hoofdkantoor in Rotterdam, maar ook bij Microsoft en Amazon in Amsterdam zijn de specialisten van Gouweloos ingeschakeld. Kasius: “Een ander segment waarin we al jaren actief zijn zijn de gevangenissen. We zijn bij Justitie een preferred supplier. Voordeel van die lange relatie is dat ons personeel bijvoorbeeld al gescreend is. Zo’n screening is een voorwaarde wil je binnen de gevangensmuren



Jurriaan Kasius: 'Het is echt verkeerde zuinigheid om geen adviseur in de arm te nemen'

kunnen werken". Voorbeelden van projecten die net zijn afgerond zijn de gevangenis in Scheveningen en in Nieuwegein. Het volgende project, de penitentiaire inrichting in Almelo, staat alweer op stapel.

Op de vraag aan Jurriaan Kasius wat hij anders wil gaan doen dan zijn voorganger, is hij helder: "Een meer commerciële aanpak, dit omdat er bij Gouweloos tot nu toe weinig aandacht voor geweest is. Dat hoefde ook niet, want we zaten redelijk vol en zijn kieskeurig met welke relaties we samen willen werken. Maar met een meer pro-actieve aanpak kunnen we sterker groeien. Voorwaarde is uiteraard wel dat we de mensen hebben die de projecten kunnen uitvoeren. Via een social-media campagne willen we nieuwe monteurs werven."

Hofleverancier

De eerste aanzet voor die meer commerciële aanpak was de uitreiking van het predikaat Hofleverancier door de Commissaris van de Koning Jaap

Smit en door burgemeester Aboutaleb op 3 september jl. Dit vanwege het 100-jarig bestaan in 2020. "We hebben hier een event van gemaakt waar we ook onze relaties bij hebben uitgenodigd. Het is toch een eer die we graag met onze klanten willen delen. Voor mij was het ook een mooi moment om mijzelf als de nieuwe algemeen directeur van dit bedrijf voor te stellen", aldus Jurriaan Kasius. "Koen heeft uiteraard het dankwoord uitgesproken. Het zou ongepast zijn als ik dat had gedaan terwijl het bedrijf 100 jaar in bezit van de familie Gouweloos is geweest."

Behalve autonome groeimogelijkheden verwacht Kasius ook via overnames mogelijk uit te breiden. "Antea krijgt sinds de bekendmaking van de overname van Gouweloos van fusie- en overname-adviseurs veel installatiebedrijven aangeboden. Met name partijen in onze regio die we vrij eenvoudig kunnen integreren hebben onze voorkeur. Ook op die manier kun je het personeelsbestand uitbreiden."

Goede adviseur

Op de slotvraag wat hij managers adviseert die zich willen inkopen in een bedrijf hoeft Kasius niet lang na te denken: "Neem een goeie adviseur. Zonder Alexander Boissevain was dit niet gelukt. Corporate Finance-adviseurs hebben een netwerk, zowel met potentiële overnametargets als met investeerders. Het is echt verkeerde zuinigheid om het niet te doen". ■

FACTS & FIGURES

GOUWELOOS ELEKTROTECHNIEK

- adviseren, ontwerpen, installeren, onderhouden en beheren van elektrotechnische installaties
- opgericht in 1920
- omzet € 8,6 miljoen
- 24 personeelsleden
- belang Antea: 75%

Website: www.gouweloos.nl

Expansie Interhal in hotels en restaurants

Antea-deelneming Interhal in Breda heeft een belangrijke stap gezet in de beoogde uitbreiding van haar activiteiten in de hotel- en restaurantsector. Na de overname in 2018 van distributeur Ton Hagedoorn B.V. in Amsterdam is nu besloten tot een fusie met een soortgelijke speler in deze markt. Ton Hagedoorn B.V. gaat fuseren met Pabst & Pabst in Arnhem. Pabst & Pabst is evenals Ton Hagedoorn B.V. importeur van verschillende toonaangevende merken die uitsluitend voor de gastronomie, hotellerie en institutionele markt produceren, zoals WMF en Bauscher. Het assortiment bestaat o.a. uit drinkservies, porselein en bestek. Hagedoorn is importeur van merken als Hepp en Schönwald.

De gefuseerde onderneming zal na de fusie verder gaan onder de naam Pabst & Hagedoorn B.V. onder leiding van Erik Pabst.

Pieter Schouten, algemeen directeur van Interhal: "Mijn medebestuurder Guus van der Borgt en ik zijn zeer content met de komende krachtenbundeling waarmee wij onze positie in de professionele markt versterken. Deze markt heeft een dip gekend vanwege Corona, maar is naast de retailsector die wij bedienen, core-business voor ons en een segment met gunstige perspectieven. Sinds de versoepelingen zien we een duidelijke opleving bij restaurants en hotels. De consument lijkt een inhaalslag te maken. Middels de fusie met familiebedrijf Pabst & Pabst

kunnen we deze markt nog beter bedienen met mooie, onderscheidende producten."

Erik Pabst: "Nadat mijn vader een stapje terug heeft gedaan is deze krachtenbundeling met Ton Hagedoorn een logische stap. De combinatie zal nog beter in staat zijn om aan de vraag van onze klanten naar mooi bestek, porselein en glaswerk te voldoen. En daar komt bij dat de cultuur van Interhal en Ton Hagedoorn goed aansluiten bij die van ons bedrijf: doen wat je belooft en de klant staat centraal. Ik verwacht heel veel van deze samenwerking."

Antea neemt sinds 2018 deel in Interhal en heeft een belang van 50%. ■



Erik Pabst en Pieter Schouten toosten op een mooie toekomst



Tijdens het 20-jarig bestaan van Antea in 2019 reikte Jort Kelder een cheque uit van € 11.000 aan Stichting Kiddy Goodpills. Dit bedrag was gedoneerd door Antea-relaties ter gelegenheid van dit jubileum.

Kiddy Goodpills werft fondsen om geneesmiddelenonderzoek bij kinderen mogelijk te maken en ervoor te zorgen dat kinderen de juiste en goed geteste medicatie krijgen.

We vragen Valerie Barth, oprichter en voorzitter van Kiddy Goodpills, aan welk onderzoeksproject deze donatie is besteed. “We hebben in overleg met onze Medisch Wetenschappelijke Adviesraad gekozen voor een onderzoek naar de effecten van langdurig antibioticagebruik bij jonge kinderen met terugkerende luchtweginfecties. Kiddy Goodpills heeft in 2019 € 150.000 ter beschikking gesteld aan Dr. Lilly Verhagen (Wilhelmina Kinderziekenhuis) en Dr. Gertjan Driessen (Juliana Kinderziekenhuis) voor de financiering van dit onderzoek. De Antea-donatie, waar we erg blij mee waren, maakte hier onderdeel van uit.”

De studie is voortvarend van start gegaan en er zijn inmiddels ruim 35 patiënten in het onderzoek betrokken en gemonitord. De verwachting is dat komende winter (zonder

lockdowns) het project met nieuwe patiënten kan worden uitgebreid en dat de studie begin 2024 kan worden afgerond.

Nieuwe studie

Inmiddels is Kiddy Goodpills een nieuwe studie gestart, de zogeheten ePod studie. Prof. Liesbeth Reneman uit het UMC in Amsterdam, is in oktober 2020 gestart met een onderzoek naar de langetermijneffecten van methylfenidaat (een bekende merknaam hiervan is Ritalin) op de ontwikkeling van het brein bij kinderen die gediagnosticeerd zijn met ADHD. Voor dit onderzoek, met een looptijd van 2 jaar, is een bedrag van € 140.000 nodig. Valerie Barth: “We hebben heel bewust dit project geselecteerd. Bijna 100.000 jonge kinderen met ADHD of ADD slikken Ritalin. Welke effecten dit op een kinderbrein heeft is onbekend. Wij vinden het wenselijk dat hier onderzoek naar wordt gedaan, mede omdat Ritalin soms door kinderen wordt geslikt die het eigenlijk niet nodig hebben.”

Mocht u belangstelling hebben om te doneren aan een van de projecten van Kiddy Goodpills, op www.kiddygoodpills.nl is meer informatie te vinden. ■

NIEUWS

DVK *breidt uit* in Duitsland

DVK Media Group heeft de activiteiten van E-Wise Duitsland overgenomen. E-Wise Duitsland houdt zich evenals DVK (via dochteronderneming Prelum Medizinische Medien und Fortbildung) bezig met de digitale bij- en nascholing voor tandartsen. E-Wise heeft zo'n 500 Duitse tandartsen als klant. Doel is om deze activiteit te integreren in die van DVK in Duitsland. André Matera, algemeen directeur van DVK: “We zijn al enige jaren actief in Duitsland. Gezien de omvang van de markt vinden we Duitsland een zeer interessante markt. En de cultuur en de markt ken ik goed. Ik ben zelf in Duitsland geboren en heb jaren in de Duitse zorgmarkt gewerkt. Met E-Wise hebben we in

één klap de mogelijkheid een behoorlijke schaalvergroting te realiseren. Toen deze acquisitie-mogelijkheid zich voordeed hebben we die direct gegrepen.”

Ook Antea, die sinds april 2017 aandeelhouder is in deze uitgeverij/opleider van vooral medici, is erg content met de overname van E-Wise. Roelant Scheepens, partner bij Antea: “Wij juichen internationalisatie zeker toe. Na een dominante positie in Nederland zien we Duitsland als een tweede markt voor DVK. We zijn ervan overtuigd dat André en zijn team hier een fors marktaandeel gaan verwerven en dat Duitsland een waardevolle bijdrage gaat leveren aan de beoogde waardecreatie van DVK.” ■

A portrait of Janneke van der Meij, a middle-aged woman with grey hair, smiling and wearing a black blazer over a white top. She has her arms crossed. The background is a wooden wall with dark and light circular patterns.

Van *goed* naar *goud*

Janneke van der Meij: 'Zonder groei-ambitie had ik dit niet gedaan'

“L. Ten Cate is een prachtig bedrijf met een heel mooi product, maar te weinig mensen weten het. We zijn een goed bewaard geheim. We gaan er alles aan doen om onze naamsbekendheid te vergroten. Ten Cate moet een lovebrand worden”, aldus Janneke van der Meij die sinds december vorig jaar aan het roer staat van dit ondermode- en badmodebedrijf.

Janneke van der Meij is gepokt en gemazeld in retail en in textiel. Na haar studie Bedrijfskunde in Groningen (afstudeerrichting Strategie & Marketing) ging ze werken bij Euretco Fashion en WE Fashion. Daarna werd ze algemeen directeur bij Rags Industry (kinderkleding, onder andere het merk Eager Beaver) en BPC Jeans (private label) en was ze mede-oprichter van het kinderkledingmerk Tumble 'N Dry.

“Toen ik hoorde over de vacature bij Ten Cate dacht ik meteen: dit is op mijn lijf geschreven. Mijn hart ligt bij retail en bij kleding. Het mooie van retail is dat je heel snel veranderingen kunt aanbrengen en effect ziet. Als je als winkelier vandaag je etalage verandert zie je daar gelijk effect van. Mijn kracht is het bouwen van merken in een snel veranderende omgeving. En de retail- en modemarkt verandert heel snel. Stenen winkels verdwijnen steeds meer en zogenaamde verticalen als bijvoorbeeld Zara en Uniqlo veroveren de markt. Zij hebben productie en winkels in één hand en de consument ziet Zara als een merk in plaats van als winkel. Voor een bedrijf als Ten Cate met een mooie historie sinds 1952 bieden die veranderingen volop kansen. Je moet daar zijn waar de consument wilt dat je bent. Ik geloof heilig in onze omnichannel-benadering. Dat houdt in dat we de consument via diverse kanalen bereiken: via onze eigen winkels, via onze webshop, maar we zijn ook een groothandel die levert aan ondermode-winkels, aan de Bijenkorf, aan Albert Heijn en aan Kruidvat. We doen dat zowel met onze merken als met private

label-producten. Daarnaast bieden we onze producten aan via een platform als Bol.com. We willen niet afhankelijk zijn van één klant of één leverancier. We moeten onze eigen commerciële agenda bepalen.”

Groei-ambitie

Op de vraag hoe L. Ten Cate door de Coronacrisis heen is gekomen antwoordt de nieuwe CEO verrassend positief. “2020 is voor ons een heel goed jaar geworden. Bij het uitbreken van de pandemie en de lockdowns werden onze retailklanten geraakt en ook onze eigen outletshops moesten dicht. Maar dat werd volop gecompenseerd door de groei in e-commerce,

“Ten Cate is een voorloper op het gebied van duurzaamheid”

zowel bij onze onlineklanten zoals bijvoorbeeld Wehkamp als bij onze eigen webshop. Daarnaast bleven de winkels van een belangrijke private label-klant als Kruidvat continu open tijdens de lockdowns. Daar komt bij dat dit bedrijf qua aantal mensen te ruim in het jasje zat. Het interim-management dat er voor mijn tijd, sinds najaar 2019, zat, heeft een reorganisatie doorgevoerd die financieel goed heeft uitgepakt. Al met al zijn we heel goed uit deze crisis gekomen en staan we er veel beter voor dan voor de COVID-pandemie. De aandacht is nu weer volop op groei gericht. Aan mij de taak die samen met het team te realiseren. Alleen met elkaar kunnen we die groei

ambitie. Gelukkig heeft Antea ook die groei-ambitie. Zonder die ambitie had ik dit niet gedaan.”

Op diverse manieren denkt Van der Meij die groei te realiseren. Allereerst door uitbreiding van de collecties. “We zijn een bodyfashion-bedrijf en leveren meer dan alleen ondergoed. We hebben nu al badmode, pyjama's en t-shirts in het assortiment en mogelijk komen daar ook BH's bij. We willen niet alleen katoen en polyester leveren, maar ook een nieuwe duurzame stof. De technische ontwikkelingen in duurzame kwaliteit gaan heel snel. We zullen hier in mee gaan en zullen investeren in productontwikkeling.”

Ook zal Ten Cate zich richten op de doelgroep vanaf 30 jaar. “We hebben nog steeds een beetje een oubollig imago. We gaan ons imago oppoetsen. We gaan de collecties verjongen. En door de inzet van social media willen we een jongere consument bereiken. Tegelijkertijd willen we natuurlijk ook onze huidige, wat oudere, klantengroep behouden. We hebben een schare fans die al tientallen jaren klant zijn. We doen al heel veel goed maar het kan nog beter en we willen nog een groter bereik halen. We noemen die strategie intern *Van goed naar goud.*”

E-commerce

Een tweede pijler onder de groeistrategie is het verhogen van de online-omzet via de eigen webshop. “Bij de badmode, goed voor zo'n 10% van onze omzet, hebben we al een belangrijke verandering doorgevoerd. Voor onze badmodemerken TC WOW en Tweka hadden we een eigen website

die los stond van de Ten Cate-webshop voor ons ondergoed. Sinds kort hebben we alles onder de Ten Cate-webshop gebracht, zodat de consument nu al ervaart dat dit merken van Ten Cate zijn. Dit is niet alleen efficiënter maar leidt ook tot waardecreatie voor het merk Ten Cate, dat Antea en ik uiteindelijk willen bereiken. En het is ook logisch. Er is in de 3 merken een overlap in positionering. Het zijn alle 3 hoogwaardige merken met een uitstekende pasvorm in duurzame materialen. Op termijn zullen we de labels TC (dit staat voor Ten Cate) WOW en Tweka vervangen door Ten Cate Swimwear.”

Maar hier houdt het niet mee op. De webshop zal ook meer klantspecifiek worden gemaakt. “Als je 1 meter 80 bent en 70 kilo weegt dan moet je direct op de webshop kunnen zien hoe ons product je staat. Dan wil je niet een afbeelding zien van een model van 1 meter 80 met maatje 34. Dit jaar introduceren we een nieuw ERP-systeem waarna de webshop volledig op de schop gaat.”

“Tot slot kunnen we nog behoorlijke stappen maken op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen.” MVO staat hoog in het vaandel bij Ten Cate en bij Janneke. “We zijn net beoordeeld door de SER voor het Convenant Duurzame Kleding en Textiel en hebben daar het cijfer 8,2 gekregen. Daar zijn we best trots op. We willen een duurzaam product leveren en maatschappelijk verantwoord ondernemen in de breedste zin. We produceren in Turkije, China en Bangladesh en laten daar regelmatige controles bij onze producenten en hun toeleveranciers uitvoeren. We willen geen giftige stoffen, geen kinderarbeid en willen dat de mensen in de fabrieken daar goed worden betaald. Al sinds het tweede kwartaal van dit jaar gebruiken we de hoogste katoenstandaard (zogenaamd GOTS-katoen) en

gaan dit vanaf volgend voorjaar in onze hele collectie gebruiken. Onze successen op het gebied van duurzaamheid zullen we meer moeten uitdragen.” Ook in eigen land is nog veel te winnen aan CO₂-reductie. “We gebruiken nu nog 170 verschillende verpakkingen. Dat gaat terug naar 4. Als iemand via de webshop nu 10 artikelen bestelt krijgt-ie dat toegestuurd in 10 kartonnen doosjes. Dat leidt tot een grote afvalberg. Per jaar versturen wij en onze klanten

‘We willen een jongere doelgroep bereiken’

miljoenen doosjes aan de consument. Dat moet teruggedrongen worden. Ook moet het aantal retouren op de webshopbestellingen terug. Dat ligt nu met 10% al behoorlijk laag in vergelijking met de modebranche, maar dat moet via een verbetering van de webshop nog verder omlaag kunnen.”

Batavia Stad

Deze textielondernemer weet ook heel goed wat ze niet wil met Ten Cate. “We gaan voorlopig niet naar het buitenland. Export is verleidelijk maar de eerste 3 jaar zijn er nog volop groeimogelijkheden in eigen land. Veel bedrijven hebben nachtmerries overgehouden aan hun buitenlandse avonturen.” Ook een uitbreiding van het aantal eigen winkels ligt niet voor de hand, al heeft Van der Meij wel één hartewens. “Ik zou dolgraag meer eigen outletstores openen in onder andere outletcentrum Batavia Stad. Als hét Nederlandse bodyfashion-merk horen we daar te zijn. Daar komen 2,5 miljoen bezoekers per jaar. Een outletstore versterkt je merk. Je consument komt daar in contact met je product. Met Tumble 'N Dry heb ik goede ervaringen in Batavia Stad. Die winkel zat in de Top-10 wat betreft omzet per

vierkante meter. Ik zou daar heel graag volgend jaar een Ten Cate-winkel openen. Het is niet eenvoudig om binnen te komen, maar de eerste contacten zijn gelegd.”

Trots

Janneke van der Meij vertelt vol passie over de successen van Ten Cate. “Ten Cate is een bedrijf waar mensen werken met ziel voor het merk en het product. Dat een bedrijf als De Bijenkorf ons benaderd heeft met de vraag of Ten Cate-damesondergoed opgenomen kan worden in het online-assortiment omdat klanten van De Bijenkorf daar om vroegen, is natuurlijk een groot compliment. Maar ook een private label-klant als Kruidvat die met

ons een groot nieuw contract is aangegaan vervult ons met trots. We zijn al jarenlang partner van Kruidvat voor de levering van ondergoed onder hun merknaam Anni Rolfi. Kruidvat heeft ervoor gekozen om al het ondergoed onder de eigen merknaam Kruidvat te gaan verkopen. Samen met Kruidvat hebben we daar een nieuw concept en nieuwe verpakking voor ontwikkeld. Vorige week is een grote campagne van Kruidvat van start gegaan voor de lancering hiervan. Ten Cate heeft een hele mooie toekomst voor zich.” ■

JANNEKE VAN DER MEIJ

- 52 jaar
- Bedrijfskunde in Groningen (Marketing)
- 1995-1999: accountmanager Euretco Fashion
- 2000-2004: algemeen directeur Rags Industry (kinderkleding)
- 2011-2018: mede-oprichter, retail directeur en algemeen directeur Tumble 'N Dry (kinderkleding)
- sinds december 2020: algemeen directeur en aandeelhouder L. Ten Cate

Website: www.tencate1952.com



Tijd om in te stappen

'Al onze zintuigen staan op scherp'

Deelnemen bij Antea kan niet altijd. De private equity-fondsen hebben een besloten karakter en tussentijds instappen is niet mogelijk. Maar eens in de paar jaar wanneer Antea een nieuw fonds introduceert is het mogelijk om participant te worden. En dan nog maar gedurende een korte periode. Binnenkort doet die unieke gelegenheid zich voor: Antea lanceert binnenkort Antea Participaties IX. Ter gelegenheid hiervan een vragenronde aan het Investment Team.

Waarom nu de lancering van dit nieuwe fonds?

Algemeen directeur en oprichter Robert De Boeck: "We vinden het nu een geschikt moment om dit nieuwe fonds te introduceren. De Corona-crisis lijkt voorbij en het vertrouwen van ondernemers in de toekomst is weer terug. De economische verwachtingen voor zowel de korte als de middellange termijn zijn positief. We zien hele mooie proposities in de markt en verwachten dat er ook de komende jaren pareltjes in het MKB beschikbaar gaan komen voor onze Informal Investors. Ook na de vorige crisis zagen we een opleving ontstaan."

Hoe is het met Antea gegaan sinds de introductie van Antea Participaties VIII?

Roelant Scheepens, partner van Antea sinds 2015: "Dat fonds is van start gegaan begin 2018 en we hebben sindsdien acht mooie bedrijven weten te vinden voor fonds VIII. Dit heeft iets langer geduurd dan verwacht, deels was dit bewust deels onbedoeld. Bewust omdat we in de tweede helft van 2019 pre-corona de waarderingen erg hoog vonden en toen even pas op de plaats hebben gemaakt. Vervolgens barstte de COVID-pandemie begin 2020 uit en zijn we zeker in de

beginfase van die crisis terughoudend geweest omdat we niet wisten welke kant het zou opgaan. We hebben pas in april 2021 weer een investering gedaan (in Gouweloos Elektrotechniek) en vervolgens in juli van dit jaar een participatie genomen in Veenstra & Stroeve, een producent van prefab daken en dakcapellen. Tijdens de crisis hebben we overigens niet stil gezeten. We hebben veel aandacht gegeven aan het beheer van de portefeuille en de bedrijven zoveel mogelijk gesteund in deze soms lastige tijden. Dat is goed gelukt. Bijna alle bedrijven staan er nu beter voor dan aan het begin van de crisis."

Robert De Boeck: "Daarnaast hebben we twee fantastische exits gehad in het crisisjaar 2020. We verkochten APOC Aviation, specialist in gebruikte vliegtuigonderdelen, tegen een rendement van meer dan 57% per jaar en Palladio, een adviesbureau in projectmanagement van infrastructurele projecten. Zeker Palladio hebben we heel bewust in die tijd verkocht. Gezien de beperkte deal-flow in de markt ten gevolge van Corona en de grote hoeveelheid cash bij grotere participatiemaatschappijen leek het ons een goed moment om dit bedrijf dat niet geraakt



'Het goede rendement is niet de enige reden om bij Antea mee te doen'

werd door Corona te verkopen. Dat was een goede inschatting: de interesse was zo groot dat we op deze exit een rendement van meer dan 70% per jaar hebben behaald."

Waarin verschilt dit nieuwe fonds van het vorige?

Pieter Wilde, partner van Antea en betrokken sinds 2007: "De verschillen zijn beperkt. Nog steeds richten we ons op het Midden- en Kleinbedrijf aan de investeringskant en op Informal Investors aan de aandeelhouderskant. We richten ons vooral op bedrijven met een ondernemingswaarde tussen de € 10 en € 35 miljoen, die ofwel groeifinanciering zoeken of waarbij een DGA volledig wil verkopen of via een pre-exit een deel van de aandelen wil verkopen aan een participatiemaatschappij. Ook qua structuur verandert er weinig. Zo is er ook nu weer een Stapel-BV constructie waardoor participanten die via een B.V. mee willen doen deelnemingsvrijstelling hebben. De belangrijkste wijziging is de verhoging van de minimum-deelname van € 150.000 naar € 200.000. Ook hanteren we bij dit minimum niet meer het onderscheid tussen privé-personen en B.V.'s. Tot dusverre was dit voor BV's € 225.000. We hebben dat nu gelijk getrokken naar € 200.000. Wat ook nieuw is is een kortingsregeling voor grotere inschrijvingen op de emissiekosten. Wij vinden het reëel als grotere inschrijvers niet de volledige 3% emissiekosten betalen. Bij deelname vanaf € 500.000 betaalt men 2%; vanaf € 1 miljoen slechts 1% emissiekosten. Dit betaalt men overigens eenmalig. Bij ieder fonds kunnen bestaande participanten zonder emissiekosten meedoen."

Verwachten jullie veel belangstelling in dit fonds?

Roelant Scheepens: "We verwachten veel interesse. Aan de wachtlijst die de afgelopen jaren bij Antea is ontstaan en de

vele mailtjes en telefoontjes van belangstellenden merk je dat veel particuliere investeerders in Private Equity willen investeren. Deze beleggingscategorie behaalt gemiddeld een hoger rendement dan aandelen op de beurs. Tegelijkertijd zijn de mogelijkheden voor particulieren om in participatiefondsen deel te nemen beperkt. De meeste fondsen zijn exclusief voor institutionele beleggers en daar waar deelname voor particulieren mogelijk is is dat vaak alleen mogelijk met grote bedragen. Bij veel fondsen bedraagt het minimum € 1 miljoen terwijl je bij ons al vanaf € 200.000 kunt meedoen. Vrijwel wekelijks worden we door Informal Investors benaderd die bij ons willen meedoen. Tussentijds kan dat niet, dus daarom hebben we een wachtlijst. Voordeel van Antea voor de investeerders is dat we een lang en goed track record hebben. We zijn al sinds 1992 in deze markt actief. Ons gewogen gemiddeld rendement na aftrek van alle kosten over de afgelopen 28 jaar bedraagt 9,7% per jaar. Dat geeft vertrouwen."

Er zijn de afgelopen 10 jaar veel MKB-fondsen bijgekomen. Hoe onderscheidt Antea zich?

"In dit vak gaat het niet alleen om cijfers, het is een peoples business", zegt Pieter Wilde. "Gezien onze ervaring van bijna 30 jaar kunnen wij niet alleen branches en cijfers beoordelen, maar ook de ondernemers. Dat is misschien nog wel het belangrijkste selectie criterium in ons vak: aan wie vertrouwt u je geld toe? Dat doe je niet alleen op basis van ratio, maar ook op gevoel. Vandaar de slogan van dit fonds: *Al onze zintuigen staan op scherp*. We hebben een scherp oog, een luisterend oor, fingerspitzengefühl en onderbuikgevoel. Wat veel entrepreneurs aanspreekt in Antea is de manier waarop we het doen. We gaan nooit op de stoel van de ondernemer zitten. Sommige collega-concurrenten doen dat wel. We

geven een hoge mate van vrijheid in het dagelijks ondernemen. Zeker in het MKB is de ondernemer de ziel van het bedrijf. Als je die teveel belemmert dan frustrert dat. Die aanpak komt mede door de achtergrond van onze aandeelhouders. Onze participanten zijn allemaal zelf ondernemer of ondernemer geweest. Dat geeft een hele andere cultuur dan wanneer je institutionele beleggers als aandeelhouder hebt. Die cultuur dragen we uit naar de bedrijven waarin we deelnemen. Dat verklaart de tevredenheid onder portefeuille-bedrijven over de samenwerking met Antea. Die tevredenheid is cruciaal voor de toekomst. Ondernemers praten met andere ondernemers en goede referenties zijn voor een participatiemaatschappij heel belangrijk. Een ander verschil is dat wij nooit fees in rekening brengen aan de portefeuille-bedrijven. We staan ze bij waar nodig maar doen dat, anders dan veel andere investeerders, gratis. Wij zijn aandeelhouder en die inspanningen komen er aan het einde van de rit als we ons belang weer verkopen, wel een keer uit.

Richting de Informals onderscheiden we ons doordat we hen actief bij het beheer te betrekken. Zo is de Raad van Commissarissen van het fonds, die samen met de Directie beslist over investeringen en exits, samengesteld uit deelnemende participanten. Ook voor de invulling van commissariaten bij deelnemingen zoeken we primair binnen de kring van participanten. Ondernemers willen kunnen klankborden met mensen die zelf ondernemer zijn geweest. We willen heel bewust de aandeelhoudersrol en de commissarisrol scheiden. Wij vanuit het Investment Team vervullen nooit een commissariaat bij een deelneming. Hierin zijn we vrijwel uniek. De meeste concurrenten van Antea vervullen zelf die commissarisrol en daar dienen de participanten alleen als funder. Bij ons gaat het echt om de combinatie van kapitaal en kennis”.

Zijn het vooral bestaande klanten die deelnemen of is toetreding voor nieuwe relaties ook mogelijk?

“De participanten in de eerdere fondsen zijn tevreden over hun deelname in Antea. Dat verklaart ook het grote aandeel bestaande participanten dat in ieder nieuw fonds participeert. Over het algemeen is circa 50% van de participanten in een nieuw fonds een deelnemer in een van de eerdere fondsen; de andere helft neemt voor het eerst deel. We zijn met beide groepen blij. Het grote aandeel bestaande klanten is een teken van vertrouwen. Om dat vertrouwen te belonen geven we bestaande participanten de mogelijkheid de eerste maand van inschrijving (tot 10 november a.s.) zonder emissiekosten deel te nemen. De toetreding van nieuwe participanten geeft ons weer toegang tot nieuwe netwerken en biedt ons de gewenste verjonging”, aldus oprichter Robert De Boeck.

Wat zijn de motieven voor Informal Investors om bij jullie mee te doen?

Roelant Scheepens: “Het rendement is vaak niet de enige reden om deel te nemen. Antea is een interessant netwerk van ondernemers. Je ontmoet gelijkgestemden waar je ervaringen mee kan delen. Het gaat niet alleen om geld verdienen, maar we helpen ook echt ondernemingen in het MKB. Niet alleen met geld om te groeien en met zinvolle adviezen, maar ook door het leggen van contacten waar een bedrijf iets mee kan. Een andere veelgehoorde reden om mee te doen zijn de mogelijkheden tot co-investeren. Als een propositie te groot is voor het fonds, dan word je als participant soms uitgenodigd om in zo'n transactie buiten het fonds om mee te doen. Verder is de actieve betrokkenheid een motief. Met hun ervaring als ondernemer, met commissariaten en familiebedrijven kunnen participanten middels een commissariaat echt een toegevoegde waarde leveren aan de bedrijven in portefeuille. Tot slot spreekt de spreiding veel investeerders aan. Een Antea-fonds investeert in zo'n 10 MKB-bedrijven waardoor je niet al je geld in één mandje legt.”

Het laatste woord is aan de Benjamin van het Investment Team, Business Analyst Coen Binnerts, die sinds april van dit jaar bij Antea werkt.

Wat is je vooral opgevallen die eerste maanden bij Antea?

“Allereerst het grote netwerk van Antea in dit segment van de markt. Vrijwel dagelijks krijgen we van Fusie- en Overnameadviseurs mooie proposities voorgelegd. Dat komt natuurlijk door de goede naam en de historie van Antea. Daarnaast valt me de goede sfeer op in de participantenvergaderingen. In mei maakte ik voor het eerst de Aandeelhoudersvergadering mee van de fondsen. De Directie van Antea kreeg applaus voor het gevoerde beleid in de Corona-crisis en als je dat hoort denk je als nieuwkomer: “Ik heb de goeie keuze gemaakt.”

ANTEA PARTICIPATIES IX

- gespreide private equity-portefeuille
- deelname in 8 tot 12 MKB-bedrijven
- looptijd deelnemingen 5 tot 7 jaar
- fondsomvang ten minste € 25 miljoen
- minimumdeelname € 200.000 (excl. 3% emissiekosten)
- rendementsstreven minimaal 10% per jaar na beheerskosten
- professionele, ervaren beheerder met uitgebreid track record
- inschrijving start 11 oktober a.s., tot uiterlijk 6 januari 2022

Bij interesse kan informatie worden aangevraagd via info@antea.nl of per telefoon op 070-311 59 59 ■

**Let op! U belegt buiten AFM-toezicht.
Geen vergunningplicht voor deze activiteit.**





Jos van der Laan: *"Dit bedrijf staat aan de vooravond van een enorme groei"*

Jos *de* Bouwer

Eind juli realiseerde Antea een participatie in Veenstra & Stroeve in Assen, producent van prefab daken, dakkapellen en steenstripwanden. “Ik begrijp wel dat Antea er vol voor ging. Dit bedrijf is een parel in de bouwsector. Een goede marktpositie, zeer winstgevend en positieve vooruitzichten. Over 5 jaar staat hier op de gevel De nummer 1 in houtskeletbouw”, aldus Jos van der Laan, die meeparticipeert en het stokje overneemt van de twee verkopende DGA's.

Waarom is Veenstra & Stroeve een pareltje?

“Dit bedrijf heeft een gouden toekomst voor zich. Deze markt zal enorm groeien. Er is een woningtekort van 300.000 woningen. Er worden nu 60.000 tot 70.000 woningen per jaar gebouwd. In dat tempo duurt het wel heel lang voordat dit tekort is weggewerkt. Nederland zal moeten versnellen. Met alle stikstof- en CO₂-beperkingen en het tekort aan handjes in de bouw is er maar één manier om dat te doen: pre-fab bouw. Huizen zullen meer en meer in de fabriek worden gebouwd. Dat heeft als voordeel dat je het hele jaar door kan produceren en bijvoorbeeld geen last hebt van vorstverlet. Ook is er veel minder transport nodig en vindt er daarom minder CO₂-uitstoot plaats. Daarnaast speelt kostenefficiëntie een belangrijke rol. Prefab kost daardoor minder. Veenstra & Stroeve merkt nu al dat de vraag enorm is. Maar omdat de fabriek vol zit wordt er veel nee-verkocht. Aanvragen van nieuwe klanten worden nu vaak afgewezen. Als de capaciteit straks is uitgebreid is dat voorbij. Mijn handen jeuken om al die leads op te pakken.”

Vanwaar je overstap naar dit bedrijf?

“Ik was niet actief op zoek. Maar toen ik de advertentie voor een algemeen directeur zag was het alsof de advertentie op mij was gemaakt. Ik liet hem lezen aan mij vrouw en zij zei: “Dit ben jij”. Ik heb toen een brief geschreven maar nog gewacht met versturen. Een dag later word ik gebeld door Ebbinge

met de vraag of ik interesse heb in deze functie. Toeval bestaat niet. Er waren voor mij meerdere redenen voor mijn belangstelling. Allereerst sprak de mogelijkheid om te participeren me aan. Dat geeft het gevoel dat het je eigen onderneming is. Dat geeft nog meer betrokkenheid en de mogelijkheid om in de toekomst mee te profiteren bij een exit. Bij het bedrijf waar ik algemeen directeur was, Albo Deuren, behoorde participatie helaas niet tot de mogelijkheden. Een tweede reden is dat de markt waarin Veenstra & Stroeve actief is, veel meer innovatie kent en groeimogelijkheden heeft dan de deurenmarkt. Een deur is een deur, terwijl Veenstra & Stroeve aan de vooravond staat van een enorme groei in de prefab-productie in de woningbouw.”

De nieuwe leiding bestaat naast jezelf uit de huidige bedrijfsleider en een technisch manager. Waarom een driemanschap?

“De twee DGA's treden terug en hun taken zullen worden herverdeeld. Eén van de DGA's is verantwoordelijk voor Commercie en dat zal vooral op mijn schouders komen te liggen. Ik heb mijn hele leven in commerciële functies bij toeleveranciers in de bouw gewerkt. Daarnaast zal ik de algemene leiding op me nemen. Ook daar heb ik de juiste ervaring voor: de laatste 11 jaar ben ik algemeen directeur geweest. De bedrijfsleider, Eelke Brink, die er 14 jaar werkt, kent alle ins en outs van het bedrijf en heeft de operationele leiding in handen. Gezien de groei-ambities heeft Antea gekozen voor een derde

directielid in de persoon van technisch manager Ferdy van Oostveen, die tot voor kort een soortgelijke functie vervulde bij een concurrent en Veenstra & Stroeve goed kent omdat hij daar in het verleden heeft gewerkt. Vanwege de groeimogelijkheden zal er een extra productiestraat worden gebouwd en uitbreiding van het pand plaatsvinden. Ferdy zal dat project trekken. Ik ben heel blij met dit team. De klik is goed en twee van de drie kennen het bedrijf goed. Daarmee is het risico van het vertrek van beide DGA's onder controle.”

Hoe staat Veenstra & Stroeve er over 5 jaar voor?

“Dan staat er op de gevel in Assen *De nummer 1 in houtskeletbouw*. Dit bedrijf heeft een mooie toekomst voor zich. Ik zie ernaar uit daar een bijdrage aan te leveren. Dat gaat zeker lukken. Niet voor niets schreef ik in mijn brief aan Antea: “Stop maar met zoeken. Ik ben de ideale kandidaat”, aldus deze nuchtere Groninger. ■

FACTS & FIGURES VEENSTRA & STROEVE

- producent van prefab daken, dakkapellen en steenstripwanden
- opgericht in 2006
- omzet € 12 miljoen
- 70 medewerkers
- belang Antea: 51 %

website: www.veenstra-stroeve.nl

Open brief aan Sywert van Lienden

Beste Sywert, jou is groot onrecht aangedaan. De Deal of the Year-Award bij Alex van Groningen is aan je neus voorbijgegaan. Volkomen onterecht. Je voldoet aan alle criteria. Inventiviteit en creativiteit, benutting netwerk en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Inventief en creatief ben je zeker. Fantastisch hoe een gemeente-ambtenaar een order van € 100 miljoen weet binnen te slepen. Je ex-partijgenoot Jan-Peter Balkenende zou je hebben geroemd voor die VOC-mentaliteit. Ook je netwerk heb je uitstekend benut. Het podium dat *OPI* je bood leidde tot steun op het hoogste niveau. Zelfs Prins Constantijn heeft zich voor je ingezet. Logisch ook, hij zet zich in voor startende ondernemers. En een starter was je. Maar liefst 3 dagen bestond je bedrijf toen VWS dit contract met je tekende. Constantijn stuurde een steun-tweetje de wereld in toen de eerste valse berichten over je mondkapjesdeal naar buiten kwamen. Dat deed me denken aan de bagatelliserende reactie van Willem-Alexander op het onderzoek van een gerenommeerd historicus naar zijn schoonvader. Ook die reactie was "een beetje dom". En ook Pieter Omtzigt met wie je samen het CDA-partijprogramma schreef heeft nog een goed woordje voor je gedaan bij de premier. Blijkbaar had-ie toen al last van een burn-out. Net als de ambtenaren van VWS die je deze deal gunden. Zo'n babyface kan geen oplichter zijn moeten ze hebben gedacht. Chapeau overigens dat je nooit naar buiten hebt gebracht wat voor nare vent die Omtzigt eigenlijk is. Als je de bewoordingen leest van CDA-ers over die man dan moet hij wel een hele vervelende kerel zijn. Dat lees ik nergens. De media vinden het verwerpelijk dat je steeds zei dat je inzet voor de mondkapjes belangeloos en zonder winstoogmerk was. Die hebben overduidelijk geen verstand van boekhouden. Die € 28 miljoen voor jou en je twee kornuiten was geen winst, maar een vergoeding voor gelopen risico. Dat je misbruik zou hebben gemaakt van het *OPI*-podium is natuurlijk volkomen onterecht. Laten die criticasters hun pijlen richten op OMT-lid Jan Kluytmans die avond op avond zat te pleiten voor sneltesten terwijl die later een belang bleek te hebben in een bedrijf van sneltesten. Desondanks zien we Kluytmans nog steeds bij *OPI*. En jij niet. Het is echt oneerlijk. Terwijl jij je vooral voor de maatschappij hebt ingezet. Je hebt zelfs je baan er voor opgezegd. Ook voor het CDA-partijprogramma had je weinig tijd. Dat kostte de partij vier zetels bij de verkiezingen maar het nationaal belang stond voorop. Van je CDA-naasten moet je het trouwens niet hebben. De partij onderzocht of ze je konden royeren. Je bent ze zelf voor geweest. Gelukkig is er altijd nog de afdeling Limburg waar je erelid kunt

worden. Samen met Gerd Leers en Maxime Verhagen en de ex-gedeputeerden Ger Koopmans en Herman Vreken. Anders dan je twee mondkapjes-partners, die het geld nodig hebben voor hun hypotheek en hun ouders, heb jij toegezegd de € 9 miljoen die jij verdiende weer terug te storten in maatschappelijke doelen. Je neigt naar het steunen van kankeronderzoek. Als ik jou was zou ik kiezen voor kanker als gevolg van het dragen van giftige mondkapjes. Mag ik een nog paar andere suggesties doen? Het Oranje-fonds heeft een tekort van ruim € 9 miljoen. Niet die van Willem-Alexander en Maxima, maar die van Frank Oranje van Pels Rijcken. Net als jij een creatief ondernemer. Of de Bobcoin van medefilantroop Bob Ultee. Door te beleggen in crypto bij Bob draag je bij aan het welzijn van kindjes in Afrika. Maar wellicht hou je een deel van die € 9 miljoen toch zelf, zo zei je, omdat de media-aandacht je carrière schaadt en je aan je gezin moet denken. Begrijpelijk. Voor jou als ex-CDA'er staat het gezin voorop. Ook de Tweede Kamer nam een motie aan waarin je wordt verzocht dit geld terug te betalen. Dion Graus steunde de motie. Hij heeft ook vast wel wat ideeën over de besteding.

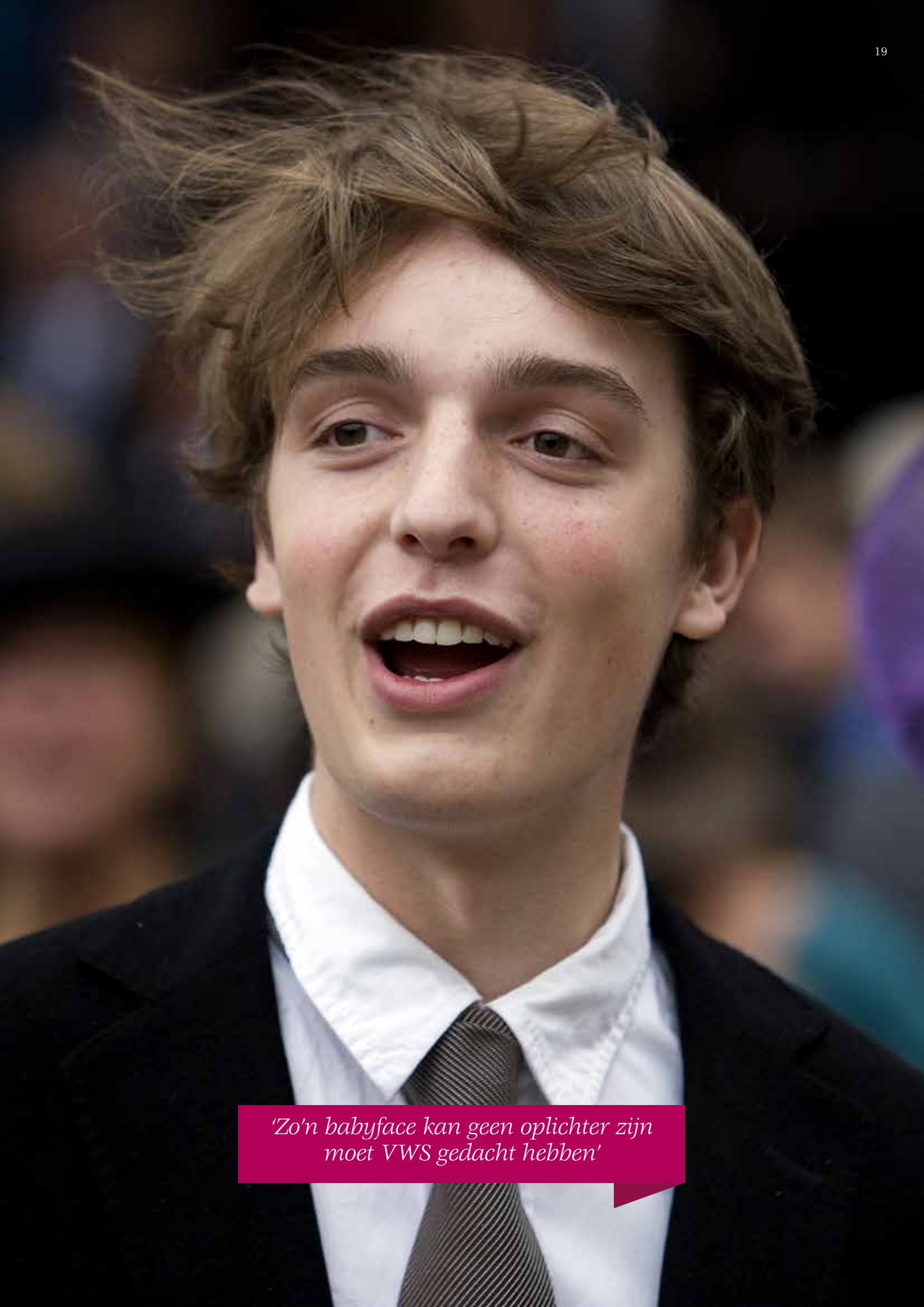
Hij twijfelt nog tussen een project voor mishandelde zwerfhonden in Roemenië en Bulgarije of een fonds voor gedupeerde #MeToo-vrouwen. Sywert, je bent een inspiratiebron voor velen. Enkele dagen nadat je bij Buitenhof toezegde die € 9 miljoen terug te storten kwam Prinses Amalia met

de mededeling dat ze afziet van haar toelage van € 1,6 miljoen per jaar gedurende haar studietijd. Onze toekomstig vorstin heeft goed naar je geluisterd. Ook zij maakte een voorbehoud. Als haar kosten tegenvallen dan heeft ze de toelage wel nodig. Gezien het uitgavenpatroon van de Oranjes een niet geheel ondenkbeeldig scenario. Sywert, ik ga afronden. Ik moet je teleurstellen. Helaas kan ik je niet toelaten als participant in ons nieuwe fonds, Antea Participaties IX. Ik zou je er graag bij hebben, maar we kunnen niet aan jouw rendementsverwachtingen voldoen. Zoveel rendement als jij behaalt met ondernemen, dat lukt ons nooit. Het ga je goed. Kop op. Mocht *OPI* je niet meer willen dan kun je altijd nog bij Harry Mens terecht. Tot de volgende pandemie! Groeten, Robert. ■

Robert De Boeck
Directeur Antea

'Die € 28 miljoen was geen winst maar een vergoeding voor gelopen risico'

Ook te volgen op  via: [Twitter.com/RobertDeBoeck](https://twitter.com/RobertDeBoeck) en maandelijks met een column in de Quote



*'Zo'n babyface kan geen oplichter zijn
moet VWS gedacht hebben'*



A N T E A
participaties

Antea, Stadhouderslaan 100, 2517 JC Den Haag, Nederland.

Tel. 070-311 59 59, Fax. 070-311 59 50, E-mail: info@antea.nl, Internet: www.antea.nl