

1 De overname van Brandfort ketste begin deze maand op het laatste moment af. Waar ging het mis?

“Brandfort-oprichter Jan Brand wilde meer invloed dan zijn belang van 9 procent zou rechtvaardigen. Hij wilde ook flexibiliteit bij de verkoop van zijn aandelen. Het derde punt ging over de garanties en vrijwaringen die gebruikelijk zijn bij de verkoop van bedrijven. Het gaat er dan bijvoorbeeld om dat de Belastingdienst een controle van de boeken over 2010 komt doen en dat daar nog een naheffing uitkomt. Dit kwam pas helemaal aan het eind van de gesprekken naar voren. De adviseurs van de heer Brand hebben het niet zien aankomen.”

2 Wat voor invloed wilde de heer Brand precies?

“Dat was heel breed. Het ging van de naamgeving van het bedrijf, het sluiten of openen van vestigingen, het verplaatsen van het hoofdkantoor, tot het aanwijzen van commissarissen. Dat kan ik niet verkopen aan een aandeelhouder die ook 9 procent heeft. Hij wilde evenveel invloed als hij zou hebben gehad als de afspraken van zomer 2013 waren blijven staan en hij 27 procent van de aandelen zou hebben gekregen.”

3 Na de aandeelhoudersvergadering van februari leek het of de overname in kanalen en kruiken was.

Eerder werd de koopovereenkomst al twee keer aangepast. Is er bij het eerste bod in juli vorig jaar overhaast gehandeld?

“Ik weet dat de buitenwereld denkt dat het een soort gifpil tegen DPA was, maar dat was niet zo. De gesprekken met Brandfort liepen al ruim daarvoor. DPA heeft die gesprekken wel in een stroomversnelling gebracht, anders zouden we misschien veel later naar bui-

ten zijn getreden met de aankondiging, bijvoorbeeld in oktober. Wat betreft de aanpassing, kwam al snel een aantal pijnpunten naar boven toen wij boekenonderzoek gingen doen. Bij de aankondiging in juli was er nog geen onderzoek uitgevoerd. Dat is door de druk een beetje ondergesneeuwd. Misschien is daarbij wat ondoordachts gedaan.”

4 Terwijl ICT worstelde met DPA werd met u gesproken. Was het een voorwaarde dat u de ingezette koers zou volgen om de baan te krijgen?

“Ik heb me ingelezen om te kijken of ik toekomst zag in ICT en of ik toekomst zag in de combinatie met Brandfort. Ik heb me zelfs afgevraagd of ik toekomst zag in een combinatie met DPA. Maar mijn conclusie was dat er met DPA buiten nieuwe kostenbesparingen geen enkele overlap was. Het paste gewoon niet in het plaatje. Bij Brandfort zag ik wel degelijk een klik. Maar als ik zelfstandig, zonder Brandfort, verder had gewild dan had de raad van commissarissen mij de vrije hand gegeven. Dat je je eigen stempel kan drukken op de organisatie is een van de eisen die iedere bestuursvoorzitter stelt.”

5 Waarom past DPA volgens u niet bij ICT?

“Er is, buiten kostenbesparingen, geen enkele overlap tussen het detacheren van financieel of juridische specialisten - wat DPA doet - met het detacheren van it-personeel en het uitvoeren van projecten waarbij we risico lopen. Wat er nu gebeurt in de hightech-industrie, waar veel van onze klanten zitten, is dat bedrijven het ontwikkelproces volledig uitbesteden, terwijl ze vroeger hele kleine stukjes kennis inhuurden. Wij willen ons verder ontwikkelen als bedrijf dat uiteindelijk dat volledige spectrum



‘DAT JE JE EIGEN STEMPEL KUNT DRUKKEN OP DE ORGANISATIE IS EEN VAN DE EISEN DIE IEDERE BESTUURSVORZITTER STELT’

invult voor klanten, terwijl we nu nog ophouden bij het opleveren van een project.”

6 De auto-industrie is ook hightech. Porsche, een van uw belangrijkste klanten, heeft het beste jaar uit zijn geschiedenis achter de rug. ICT heeft de omzet en winst uit de sector alleen maar zien dalen. Hoe kan dat?

“Wij zijn helaas toeleverancier aan Porsche en niet Porsche zelf. In de automobiellindustrie is het vechten om iedere procent winstmarge. De prijzen van toeleveranciers staan constant onder druk. Dit is een wereldindustrie, als we hier vandaag te veel vragen zijn ze morgen op een ander continent bezig.”