

SvD NÄRINGSLIV

17 sätt att sänka ett bolag

Hetsen för att notera nya bolag är stor på de olika aktielistorna. Men en del bolag verkar ibland ha tittat i en "anti-manual" för hur man skapar förtroende hos investerarna inte bara i samband med introduktionen, utan också på sikt.



25 juli 2014 kl 18:01, uppdaterad: 29 juli 2014 kl 08:19

SvD Näringsliv har den senaste tiden skrivit flera artiklar om Bactiguards **BACTIB -0,76%** misslyckade introduktion. Tidigare tvingades Candyking dra tillbaka sin notering. Men det är inte bara de här två bolagen som tycks ha sneplat i en "anti-manual" för introduktioner.

För placerarna är det bra att ha koll på anti-manualen, och stämna av mot de bolag man vill köpa aktier i. För bolagen gäller det att använda anti-manualen som just en anti-manual.

När proppen plötsligt går ur ökar risken för att det följer med bolag som borde slipa på sitt erbjudande något varv till. De misstag som en del företag gör drabbar hela aktiemarknaden.

SvD:s antimanual:

1. Hitta en ny storägare med dåligt rykte

Som huvudägare bör du strunta i inläsningsperioden i samband med introduktionen, och sälja dina aktier i förtid.

När introduktionen väl är avklarad och du som huvudägare efter ett tag vill sälja ditt återstående innehav, gör det gärna vid en oväntad tidpunkt som kan skapa osäkerhet kring företagets utveckling. Se framför allt till att det inte finns någon välrenommerad köpare som kan kliva in och skapa

förtroende som ny storägare. Allra helst ska du givetvis hitta en ny storägare med dåligt rykte på aktiemarknaden.

2. Vräk ut aktier utan att de andra är beredda

Se till att ha en storägare som vräker ut aktier i samband med att bolaget noteras på börsen, utan att övriga aktieägare är beredda på det.

3. Justera resultatet så mycket som möjligt

Snygga till resultat- och balansräkningar så mycket som möjligt. Allt som kan justeras för att uppvisa så stark resultatutveckling som möjligt måste utnyttjas. Det ger goda möjligheter till kommande besvikelser för resultatutvecklingen när bolaget väl är noterat.

4. Se till att balansräkningen är klen

Se till att balansräkningen är klenast möjliga, så att bolaget inte klarar av en svacka i verksamheten. Även om skuldsättningen är hög ska så lite pengar som möjligt hamna i bolaget. De nya pengarna som kommer in i samband med noteringen ska i stället gå direkt till de gamla ägarna.

5. Ha stora visioner

Stora visioner är väldigt viktiga. Tala om hur enorm marknaden är för produkten eller tjänsten ni säljer. Helst ska det vara en global marknad, där en marknadsandel på några få procent ger årliga intäkter som är hundratals gånger större än marknadsvärdet på ert bolag. Därtill kommer ju att er produkt är betydligt bättre än alla konkurrenters.

6. Blås upp innehållet i undersökningar

Köp in olika undersökningar som visar er produkt eller tjänsts överlägsenhet, och blås upp innehållet i dessa.

7. Överdriv alla positiva nyckeltal

Jämför ditt bolags värdering med konkurrenters genom att överdriva alla era positiva nyckeltal, och undvik att nämna alla negativa aspekter.

Kombinera gärna de stora visionerna med svag balansräkning och höga löpande kostnader, så att ni kan återkomma flera gånger till aktieägarna och begära in nya pengar. Då får de det fina valet mellan att se pengarna försvinna gång på gång, eller att bli utspädda till oigenkännlighet.

8. Agera helt annorlunda mot vad ni sagt

Tala högt och brett om hur bra ni är på hållbarhet och sociala frågor, i allt från miljö till kvinnorepresentation och hur ni agerar på olika internationella marknader. Ta fram fint presentationsmaterial kring detta, men agera sedan helt annorlunda i verkligheten.

9. Skapa svagt förtroende

Anställ ansvariga för kommunikationen, och ta in rådgivare på samma område, med dåligt rykte på kapitalmarknaden. Dessa vet precis hur man ska göra för att skapa svagt förtroende för företaget.

10. Roter ledande befattningar före börsintro

Byt ut så många ledande befattningshavare och styrelseledamöter som möjligt inför introduktionen. Ju mer man kan rotera ledande befattningar, och desto mindre man kommunicerar kring det, desto bättre.

11. Stora omorganisationer – hela tiden

Kontinuitet är överhuvudtaget en styggelse. Stuva om i verksamheten också rejält inför introduktionen, köp, sälj och slå samman. Stora omorganisationer är också bra, särskilt om de är ständigt återkommande.

12. Stressa fram introt

Utnyttja starkt börsklimat för introduktioner, som det nuvarande, maximalt.

Stressa fram introduktionen så mycket som möjligt, och runda alla hörn du kan hitta. Hellre snabbt än genomarbetat.

Låt marknadsavdelningen sköta all extern kommunikation, så att det bara filtreras fram positiv information. Resten ska gömmas undan.

13. Var så osynlig som möjligt

Var osynlig och onåbar, särskilt vid negativa händelser och situationer.

Efter introduktionen ska all kommunikation dras ned till ett minimum, och gärna endast ske i samband med kvartalsrapporten. Se också till att lägga kvartalsrapporten samma dag som så många större och viktigare bolag som möjligt, så att risken för uppmärksamhet minimeras.

14. Blanda in släktingar i affärerna

Ha affärer med närstående, exempelvis släktingar, på ett sätt så att det precis ligger utanför vad som måste redovisas.

Låt finansörerna sitta på flera olika stolar i samband med introduktionen, så att det uppstår oklarheter vems intressen de egentligen företräder.

Använd närstående till dyr finansiering.

15. Vilseled småspararna

Välj ett lågt pris per aktie, helst ska en aktie vara billigare än ett frimärke. Det är ett praktiskt sätt att vilseleda mindre rutinerade småsparare. Vänd dig också enbart till småsparare, risken för att verksamheten får en kritisk genomlysning är större om institutionella investerare också tittar på bolaget.

16. Skapa säljtryck

Se till att ha ett stort spann på utförsäljningspriset så investerarna inte vet vad de ska betala.

Låt banken eller investmentbanken som du jobbar med få investerarna att förstå att aktien i det här klimatet riskerar att bli övertecknad säkert fem-sex gånger, och att de måste teckna betydligt fler aktier än de egentligen vill ha. Blir den sedan bara övertecknad tre gånger, och investerarna får betydligt fler aktier än de räknat med, skapas ett fint säljtryck direkt trots att aktien på pappret var rejält övertecknad.

17. "Inga problem, vi går till börserna istället"

Bjud ut ditt bolag till alla tänkbara industriella köpare eller riskkapitalister.

När de dömt ut ditt företag som för dyrt, för undermåligt i verksamheten och med för dåliga framtidsutsikter, så svara bara "Det är inga problem. Vi går till börsen istället."

TORBJÖRN ISACSON Fristående analytiker på SvD Näringsliv
torbjorn.isacson@svd.se