

Stockholm, 2012-02-24

Företagsförvärv som bygger på företags specifika kompetenser är mer framgångsrika än andra

Fusioner och förvärv som redan från början är utformade att förbättra eller utnyttja företags unika förmågor ("capabilities") – de som ger ett unikt kundvärde och som konkurrenterna har svårt att matcha – ger mätbart bättre aktieägaravkastning än transaktioner som inte har samma fokus. Det visar en ny studie av managementkonsultföretaget Booz & Company.

I studien undersöktes 320 transaktioner som ägt rum mellan 2001 och 2009 i åtta branscher. Booz & Company analyserade aktieägaravkastningen under de två första åren efter transaktionens genomförande samt inkluderade performance-data från perioden 2001 till 2011. Studien visar att transaktioner med fokus på att öka eller komplettera det förvärvande företags unika förmågor gav en avkastning på hela 12 procentenheter högre än de som inte hade samma fokus. Detta gäller för samtliga undersökta industrier, och i störst utsträckning för förvärv inom retail, technology och media.

- Studien visar en viktig sida av M&A som är nödvändig för alla företag som vill växa oorganiskt; transaktioner med fokus på att förbättra eller att bygga på företags unika förmågor ("capabilities") resulterar i affärer som ger bättre avkastning än andra. Detta har aldrig varit viktigare än idag, när gamla beprövade strategier som kostnadssynergier inte är tillräckliga för att höja sig över mängden. Företag måste gräva djupare för att hitta framgångsrika affärer och det bästa sättet är att utgå från företags unika förmågor och kompetens och hur dessa matchar med det bolag man vill förvärva, säger **Niklas Eidmann, Sverigeansvarig för Booz & Company.**

Booz & Company ser tre huvudsakliga typer av företagsförvärv:

- **Dra nytta av befintliga förmågor på nya marknader ("Leveraged Deals").** Detta är sådana affärer där det förvärvande företaget kan dra nytta av sina unika förmågor och kompetenser och tillämpa dessa på de produkter och tjänster som förvärvas.
- **Utöka förmågor ("Enhancement Deals").** Det här är affärer där köparen förvärvar nya förmågor och kompetenser för att fylla befintliga behov eller svara på förändringar på marknaden.
- **Affärer med begränsat fokus på förmågor ("Limited Fit Deals").** Dessa affärer varken förbättrar eller tillämpar köparens kärnkompetens på ett avgörande sätt och tillför ofta köparen produkter eller tjänster som kräver förmågor som köpande bolag inte har.

Sammantaget fann studien att de förstnämnda transaktionerna som drar nytta av befintliga förmågor gav en större ökning av den årliga totalavkastningen (+3,9 procentenheter jämfört med marknadsindex) än sådana där köparen utökade sina nya förmågor (+0,4 procentenheter). Båda dessa gav bättre avkastning än transaktioner med ett begränsat fokus på förmågor (-9,1 procentenheter).

-
- Resultaten från denna studie bekräftar ytterligare våra tankar kring vad som är kärnan i ett företags lönsamhet, värdeskapande och konkurrensfördelar: dess fokus på företagets unika förmågor. Ett företag som bättre än andra kan bygga ett system hur det skapar värde för kunderna och på vilket sätt detta värde levereras kommer konsekvent att lyckas bättre än sina konkurrenter. Ett sådant företag kommer att investera i ett antal viktiga förmågor, spendera mindre på annat, fokusera på att prioritera företagsförvärv för att stärka dessa förmågor, säger **Fredrik Vernersson**, Nordenansvarig för verkstads- och transportindustrin på Booz & Company.

Metod

Studien är baserad på en analys av 320 företagsförvärv som ägde rum mellan 2001 och 2009 i åtta branscher (kemi, konsumentvaror, elindustri, läkemedel och sjukvård, verkstadsindustri, informationsteknik, media och detaljhandel). Man mätte totalavkastningen för varje förvärvande bolag under de två första åren efter closing jämfört med index för stora bolag i det land som bolaget har sitt säte. Exempel på dessa index är S&P 500 i USA, FTSE 100 i Storbritannien, CAC 40 i Frankrike och DAX i Tyskland. Uppgifterna uppskattas ha en felmarginal på plus eller minus 6 procentenheter.

För mer information, vänligen kontakta:

Sara Hamilton, Booz & Company, telefon: 0708-96 95 85, e-mail: sara.hamilton@booz.com.

Niklas Eidmann, Booz & Company, telefon: 0708-96 95 04, e-mail: niklas.eidmann@booz.com

Fredrik Vernersson, Booz & Company, telefon: 0708-96 95 84, e-mail:

fredrik.vernersson@booz.com

Läs hela rapporten på www.booz.com.

Om Booz & Company

Booz & Company är ett ledande managementkonsultföretag som hjälper världens främsta företag och organisationer inom den privata och offentliga sektorn. Vår grundare, Edwin Booz, skapade professionen när han etablerade det första managementkonsultföretaget 1914. Idag, med våra drygt 3300 medarbetare på 60 kontor världen över, bidrar vi med insikt och kunskap, djupgående funktionell expertis samt ett praktiskt och handfast angreppssätt att bygga kompetens och leverera konkreta resultat. Vi har ett nära samarbete med våra klienter för att skapa och leverera konkurrensfördelar.