

INITIATIEFVOORSTEL

Onderwerp: Aandacht voor familiebedrijven

Van: CDA Provincie Utrecht

1. Waarom dit voorstel?

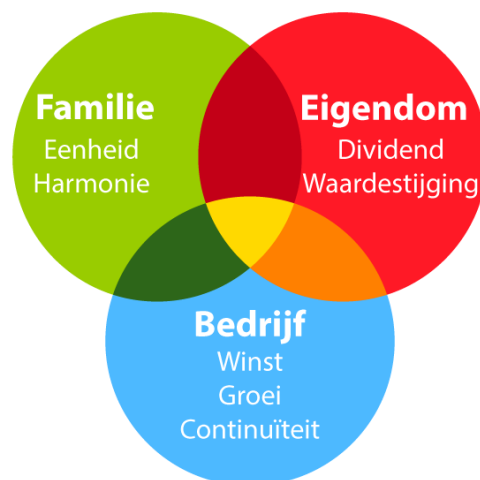
Familiebedrijven zijn de ruggengraat van de Utrechtse economie. In de provincie Utrecht is 61% van de bedrijven een familiebedrijf, 27% van de banen is binnen een familiebedrijf en zij dragen bij aan 31% van de totale omzet¹.

Wanneer we het hebben over familiebedrijven dan wordt daarbij de definitie Europese Commissie uit 2009 gehanteerd. Die bepaalt dat een familiebedrijf een bedrijf is wanneer:

1. de meerderheid van de zeggenschap, verbonden aan het eigendom, in handen is van een natuurlijk persoon dan wel de familie. Deze meerderheid kan direct of indirect zijn.
2. tenminste één familielid formeel betrokken is bij het bestuur van de onderneming.
3. bij beursgenoteerde bedrijven: tenminste 25% van de zeggenschap in handen van de familie is. ZZP-ers vallen niet onder deze definitie.

Uit onderzoek van onder andere ING² en Nyenrode³ blijkt dat familiebedrijven een sterke regionale binding hebben en beter uit de crisis zijn gekomen dan andere bedrijven. Daarnaast blijkt dat familiebedrijven een grote maatschappelijke betrokkenheid hebben⁴. Ze doen meer aan duurzaamheid en innovatie dan niet familiebedrijven. Ook doen zij meer aan scholing en opleidingsplaatsen en is de werkgelegenheid sterker toegenomen. En is de maatschappelijke betrokkenheid van familiebedrijven groter dan bij bedrijven die geen familiebedrijf zijn. Ze zijn nauw verbonden bij de lokale gemeenschap, besluitvorming ligt in de regio en er is vaker een band met lokale toeleveranciers en lokale verenigingen. Hierdoor dragen ze in belangrijke mate bij aan de leefbaarheid en sociale cohesie⁴. Familiebedrijven zijn meer dan niet-familiebedrijven gevestigd 'in de provincie'. Zij zijn ooit ontstaan in kleinere plaatsen en zijn niet snel geneigd deze te verlaten. Hierdoor voorzien familiebedrijven bovengemiddeld in stages en startplekken in deze gebieden en dragen specifiek bij aan het bestrijden van de jeugdwerkloosheid⁵.

De reden dat juist familiebedrijven het op deze thema's beter doen dan niet familiebedrijven, heeft te maken met het feit dat ze niet bezig zijn met winst op korte termijn. Ze kijken meer naar de lange termijn; het bedrijf gezond overdragen aan de volgende generatie. Dit maakt ook dat ze minder afhankelijk zijn van de kapitaalmarkt en minder vatbaar zijn voor fluctuaties in de economie. Concluderend blijkt dat familiebedrijven een waardevolle bijdrage leveren aan de Utrechtse economie. Het grootste gedeelte van familiebedrijven is een Midden-Klein Bedrijf. Familiebedrijven zijn heel divers namelijk horecazaken, handelsondernemingen, bouwbedrijven, agrarisch etc.⁶



Afbeelding 1: drie cirkel model familiebedrijven (Tagiuri en Davis 1994)

¹ <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2017/16/familiebedrijven-goed-voor-343-miljard-omzet-in-2015>

² https://www.ing.nl/nieuws/nieuws_en_persberichten/2013/04/Familiebedrijven_laveren_sterk_door_woelige_tijden.html

³ Family business in the Netherlands: Characteristics and success factors, R.H. Flören, L.M. Uhlaner & M.M. Berent-Braun.

⁴ PWC, Het familiebedrijf: veelzijdig belang voor de Nederlandse economie (2016)

⁵ FBned, Position paper familiebedrijven. 2017

⁶ <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/38/ruim-270-duizend-familiebedrijven>

Familiebedrijven zijn op veel vlakken niet anders dan niet familiebedrijven. Wat maakt hen nu juist uniek? Dat zit hem in de familieband. Er is daardoor een overlap tussen de familie, het eigendom en het bedrijf. Naast de voordelen die we hierboven beschrijven, blijkt dat juist deze familieband op het moment van bedrijfsopvolging of grote groei tot extra complicaties kan leiden.

Ongeveer 70 procent⁷ van de familiebedrijven overleeft een bedrijfsopvolging niet. Dit wordt ook bevestigd door promotieonderzoek van Dr. Ilse Matser⁸. Opvolgingsproblematiek is een specifieke uitdaging voor familiebedrijven. Zij kunnen hun opvolger enkel werven uit de kleine familiekring terwijl andere bedrijven dat breed kunnen doen. Vaak speelt mee dat over bedrijfsopvolging onvoldoende of te laat wordt nagedacht en dat er geen goede voorbereidingen worden getroffen. De overgang in leiding en eigendom vraagt veel expertise van bedrijven en een lange voorbereidingstijd. Tenslotte blijkt uit onderzoek van de Kamer van Koophandel⁹ en de Hogeschool Utrecht¹⁰ dat het aantal bedrijfsoverdrachten door de vergrijzing zal toenemen; 35% van de ondernemers is ouder dan 50 jaar. Het probleem is dus urgent.

Op dit moment is er nauwelijks aandacht en ondersteuning voor deze specifieke opvolgingsproblematiek. Familiebedrijven hebben veel steun nodig bij het overdrachtsproces en doorgaans duurt de overdracht langer dan bij niet familie-opvolging. Uit onderzoek van Dr. Lex van Teeffelen blijkt dat de Kamer van Koophandel niets meer doet aan ondersteuning anders dan digitale informatie verstrekken. Het hele voorlichtingsprogramma's is afgebouwd. Er is geen cursusaanbod of een vouchersysteem zoals in de ons omliggende landen (ter bevordering van professioneel advies). Dit staat in schril contrast van veel EU-landen zoals België, Finland, Duitsland, Kroatië, Malta en Polen waar deze problemen uiterst serieus worden genomen en worden aangepakt. Zo is in België en Duitsland reeds jaren geleden besloten net zoveel geld uit te trekken voor de ondersteuning van bedrijfsopvolging als van het begeleiden van starters.

Ook in het onderwijs zien we deze mismatch. Op het MBO, HBO en de Universiteiten ligt de focus op starters terwijl er meer opvolgers nodig zijn (circa 60.000 per jaar).¹¹

2. Wat houdt het voorstel in?

Bewustwording van het belang van familiebedrijven is een eerste stap om meer aandacht te krijgen voor familiebedrijven. Juist omdat familiebedrijven het ook relatief goed doen op het gebied van werkgelegenheid, duurzaamheid, innovatie, opleidingen en armoedebestrijding en het tegengaan sociale uitsluiting¹², kunnen zij een waardevolle voortrekkersrol spelen op deze thema's. Thema's die op de laatste na, binnen onze provinciale kerntaken vallen.

Er is algemeen onderzoek gedaan naar de aantallen en kracht van familiebedrijven, specifieke kennis ontbreekt. Bijvoorbeeld over het belang en aandacht voor dit soort bedrijven binnen de provincie Utrecht.

Een goede voorbereiding op bedrijfsopvolging kost gemiddeld tien jaar. Zowel overdracht van de leiding binnen het bedrijf als van het eigendom vergt veel tijd en energie. Op die moeten voorbereidingen worden getroffen. Er is een divers aanbod van informatie, trainingen en cursussen specifiek voor familiebedrijven via commerciële partijen en kennisinstellingen. Een helder overzicht van beschikbare kennis en aanbod aan deskundigheidsbevordering ontbreekt. De Hogeschool Utrecht heeft bijvoorbeeld een Minor Bedrijfsovername en Franchising en heeft al aangegeven graag mee te werken in het delen en creëren van kennis op dit gebied.

Wat vooral gemist wordt in Utrecht, is een netwerk van familiebedrijven¹³. Veel brancheorganisaties hebben hun eigen netwerken de verbinding tussen deze netwerken specifiek voor familiebedrijven ontbreekt nog. Juist dit netwerk kan ondersteuning bieden bij de uitdagingen die specifiek spelen bij

⁷ <https://www.rabobank.com/nl/press/search/2016/two-thirds-of-family-businesses-do-not-survive-a-transfer.html>

⁸ <http://pers.uu.nl/innovatie-familiebedrijf-steunt-op-sociale-netwerken/>

⁹ <https://www.bedrijventekoop.nl/blog/kvk-signaleert-gat-in-de-markt-bij-advisering-bedrijfsopvolging>

¹⁰ https://www.researchgate.net/publication/306960373_Groeierende_impact_van_bedrijfsopvolging_op_de_Nederlandse_economie_Schattingen_voor_20142015

¹¹ https://www.researchgate.net/publication/306960938_Meer_kans_van_slagen_bij_bedrijfsopvolging?liip=urn%3Ali%3Apage%3Ad_flagship3_people%3B8e6NtfLSTJO8jSerUr4dQ%3D%3D

¹² PWC, Het familiebedrijf: veelzijdig belang voor de Nederlandse economie (2016)

¹³ De constatering van dit gemis komt vaak van ondernemers die al tegen specifieke problemen aanlopen.

familiebedrijven. Familiebedrijven leren vooral van andere familiebedrijven die in eenzelfde situatie zitten of hetzelfde hebben meegemaakt. Door middel van bijeenkomsten, een-op-een gesprekken, stages en andere vormen van kennisuitwisseling kan nog meer dan nu van elkaar worden geprofiteerd. De kracht zit hier in het onderlinge netwerk en de expertise van mensen die uit eigen ervaring kunnen putten en delen.

Binnen de provincie Utrecht is een aantal partijen met een sterk netwerk op het gebied van ondernemers actief. Denk daarbij aan VNO-NCW, MKB Midden-Nederland, accountantskantoor BDO, Rabobank en de Kamer van Koophandel. Door gebruik te maken van wat er al binnen de provincie Utrecht aanwezig is en dit aan te vullen met de kennis vanuit kennisinstellingen, kunnen we bijdragen aan het versterken van het specifieke netwerk van familiebedrijven. Daarvoor is nodig dat de bewustwording en kennis bij deze partners wordt vergroot. In diverse aparte bijeenkomsten van de bovengenoemde partijen is afgelopen periode gesproken over het ineenslaan van de handen door een samenwerking op te zetten, waarbij ieder vanuit zijn eigen rol familiebedrijven op de kaart zet in Utrecht. Er ontbreekt echter op dit moment nog een verbindende schakel.

De provincie Overijssel is reeds gestart om in samenwerking met Hogeschool Windesheim op diverse terreinen onderzoek te doen naar familiebedrijven. Doordat de provincie Overijssel al eerste ervaringen heeft opgedaan ligt er voor Utrecht een mooie kans om hierbij aan te sluiten en samen op te trekken in het onderzoek in de ondersteuning van familiebedrijven.

3. De drie pijlers van het voorstel

Doel van dit voorstel is om antwoord te geven op de vraag: Wat kan de provincie Utrecht doen om familiebedrijven zo te steunen dat zij meer waarde kunnen toevoegen aan onze economie en samenleving? Dit voorstel steunt op drie pijlers:

Bewustwording

1. Er is aandacht voor familiebedrijven in de provincie Utrecht. Bij nieuwe voorstellen wordt, waar relevant, specifiek aandacht besteed aan de positie van familiebedrijven.
2. In 2018 wordt de aftrap gegeven door een aantal bijeenkomsten familiebedrijven. Doel van deze bijeenkomsten is bewustwording: het netwerk te activeren en het belang en de kracht van familiebedrijven te onderstrepen en verbindingen te leggen.

Kennis

3. Aansluiten op onderzoek reeds ingezet door de provincie Overijssel en de provincie Gelderland¹⁴ in samenwerking met Hogeschool Windesheim¹⁵ waarbij ook de Hogeschool Utrecht een rol zal spelen. Dit onderzoek is enerzijds kwantitatief (in samenwerking met het CBS) en anderzijds kwalitatief, praktijkgericht onderzoek. Doel is om meer specifieke kennis te ontwikkelen over de familiebedrijven in Utrecht.

Platform

4. Dit netwerk is een publiek-private samenwerking van bestaande verbanden en organisaties binnen de provincie Utrecht. Hiertoe wordt een samenwerkingsovereenkomst gesloten tussen de Provincie Utrecht, de Kamer van Koophandel, VNO-NCW, MKB Midden-Nederland, de Hogeschool Utrecht en verdere belanghebbende partijen. Het doel van het platform is om familiebedrijven structureel te adviseren en te attenderen op wet- en regelgeving en te inspireren bij een jaarlijkse netwerkbijeenkomst waar alle familiebedrijven in de Provincie Utrecht zijn uitgenodigd.
5. Er komt een vast aanspreekpunt binnen de provincie Utrecht van 1,0 FTE die buiten de bovengenoemde bijeenkomsten actief is voor de Utrechtse familiebedrijven. Deze persoon attendeert actief de familiebedrijven over actuele wet- en regelgeving en beschikbare subsidies. Verder zal deze persoon de familiebedrijven met elkaar in contact brengen bij veel

¹⁴ <https://www.gelderland.nl/Provincie-maakt-werkt-van-familiebedrijven>

¹⁵ <http://www.overijssel.nl/over-overijssel/cijfers-kaarten/economie/familiebedrijven-ov/>

voorkomende uitdagingen waar deze specifieke doelgroep voor staat. Tenslotte zal deze persoon passieve familiebedrijven benaderen en proberen aan te sluiten bij het provinciale familiebedrijven netwerk.

4. Financiële consequenties:

Voor dit voorstel is een bedrag van jaarlijks maximaal € 100.000,-- nodig, wij verzoeken u dit bedrag beschikbaar te laten stellen in de kadernota 2018 uit de gereserveerde middelen van programma 4, Economische ontwikkeling.

Hiervan wordt € 65.000,-- besteed aan het aantrekken van 1,0 FTE. € 35.000,-- zal worden besteed aan een jaarlijkse netwerk bijeenkomst, promotie, onderzoek naar en ondersteuning van de Utrechtse familiebedrijven.

5. Vervolgproces en communicatie

De Staten worden jaarlijks geïnformeerd over de voortgang, resultaten en effecten. Daarnaast wordt bij werkbezoeken, waar relevant, specifiek aandacht gegeven aan ontwikkelingen en resultaten bij familiebedrijven. In diverse provinciale communicatiekanalen zoals op www.provincie-utrecht.nl vinden familiebedrijven een plek.