



Familiebedrijven en beleid

Auteur(s):

Ybema, G.

*De auteur is staatssecretaris van Economische Zaken. Met dank aan Sander Baljé.***Verschenen in:**

ESB, 85e jaargang, nr. 4273, pagina 761, 29 september 2000

Rubriek:

Thema

Trefwoord(en):

familiebedrijven

Familiebedrijven hebben problemen met de bedrijfsopvolging en groei. Hoe kan dit opgelost worden en door wie?

In de nieuwe economie speelt ondernemerschap een cruciale rol. Verschillende instellingen en bedrijven komen onafhankelijk van elkaar tot de conclusie dat een ondernemende samenleving, in al haar facetten, noodzakelijk is om de groeibelofte van de nieuwe economie te verzilveren ¹. Gezien het werkgelegenheidsbelang (zie kader) spelen ook familiebedrijven hierin een duidelijke rol. Uit verschillende onderzoeken blijkt echter dat familiebedrijven in vergelijking tot andere bedrijven twee specifieke knelpunten ondervinden: bedrijfsopvolging en groei. Hoe kan ervoor gezorgd worden dat deze, nauw met elkaar verbonden, problemen de familiebedrijven minder tot last worden? In dit artikel probeer ik op deze vraag een antwoord te geven.

Definitie en belang van familiebedrijven

Over de definitie van familiebedrijven bestaat internationaal nog geen overeenstemming ². In Nederland wordt veelal uitgegaan van de definitie die vanaf 1992 door Universiteit Nyenrode wordt gehanteerd ³. Volgens deze definitie is een bedrijf een familiebedrijf, indien het aan minstens één van de volgende drie criteria voldoet: meer dan vijftig procent van de aandelen of certificaten is in handen van één familie; één familie is in staat aanzienlijke invloed uit te oefenen; een belangrijk aantal leden van de ondernemingsleiding is afkomstig uit één familie.

Aantal familiebedrijven

Het aantal familiebedrijven in Nederland is aanzienlijk (zie [tabel 1](#)). Het is een misvatting dat familiebedrijven alleen voorkomen in het midden- en kleinbedrijf. Bijna de helft van de grote Nederlandse bedrijven is een familiebedrijf, terwijl ook voor 37 procent van de Fortune 500 in de Verenigde Staten geldt dat zij een familiebedrijf zijn ⁴.

Tabel 1. Aantal familiebedrijven in Nederland, 2000

Aantal Werknemers	aantal bedrijven ^b	% familie- bedrijven	aantal familie- bedrijven
1 - 9	285.000	85 ^a	242.000
10 - 99	57.100	77	44.000
100 of meer	6.700	47	3.100
totaal	348.800	83	289.100

a. Schatting..

b. Centraal Bureau voor de Statistiek, Statistisch jaarboek 2000, Sdu-uitgeverij, Den Haag, 2000.

Ook het belang van familiebedrijven voor de Nederlandse economie wordt vaak onderschat. Zo komt meer dan veertig procent van de werkgelegenheid ruim veertig procent van het bbp voor rekening van de familiebedrijven ⁵. De continuïteit van familiebedrijven is dan ook van essentieel belang voor de Nederlandse economie.

Bedrijfsopvolging

In Nederland bestaat er, net als in veel andere Europese landen en de Verenigde Staten, een behoorlijk aantal familiebedrijven dat de komende jaren te maken krijgt met opvolging (tenminste 6000 per jaar). Slechts een klein percentage van de familiebedrijven is echter actief met de bedrijfsopvolging bezig (zeventien procent) ⁶.

Van de ondernemers die met opvolging bezig zijn of erover nadenken, ondervindt bijna de helft één of meer grote knelpunten.

Wordt tijdig een bedrijfsopvolger gevonden dan komt dat vaak ten goede aan de prestaties van het familiebedrijf. Zo constateert het EIM in een recent onderzoek naar groeipatronen van het Nederlandse bedrijfsleven dat omslagpunten naar een hoger groeipad samenvallen met het aantreden van een nieuwe generatie ondernemers ⁷.

Serieel ondernemerschap

Daarnaast schept het goed regelen van de bedrijfsopvolging ook meer ruimte voor het seriële ondernemerschap. Daaronder wordt verstaan: ondernemers die hun bedrijf verkopen en vervolgens weer een nieuw bedrijf opzetten, een nieuwe ondernemer gaan begeleiden of in hem investeren. Vaak wordt bij seriële ondernemers gedacht aan relatief jonge en ambitieuze mensen die door middel van een beursgang kapitaal vergaren met het doel een nieuw bedrijf op te zetten. Dat nemen we dikwijls waar in sectoren als de informatie- en communicatietechnologie. Maar ook ondernemers van familiebedrijven in geheel andere sectoren kunnen na de bedrijfsopvolging een rol als seriële ondernemer gaan vervullen: of als nieuwe ondernemer, of als 'informal investor' of als coach van een startende ondernemer. In de Verenigde Staten krijgt deze trend al gestalte. Zo blijkt uit recent onderzoek onder snelle groeiers, dikwijls familiebedrijven, dat zij vaak al eerder een bedrijf hebben opgezet: bijna vijftig procent meer dan in Nederland. Door de knelpunten met betrekking tot bedrijfsopvolging voor familiebedrijven te verminderen kan deze potentiële bron van seriële ondernemers beter worden benut. Naar verwachting heeft dit vervolgens een positief effect op het benutten van het in Nederland aanwezige 'informele kapitaal', op het aanbieden van coaching en advies door (oud)-ondernemers en tenslotte op het vergroten van het aantal starters. Kortom; een duidelijke impuls voor het Nederlandse ondernemerschap!

Groei

De groei van een onderneming is afhankelijk van interne- en externe factoren ⁸. In een onderzoek van de universiteit Nyenrode naar groeibarrières worden twee barrières beschreven, respectievelijk de arbeidsmarkt en de kapitaalmarkt, die ervoor zorgen dat de groeicijfers van familiebedrijven wat lager uitvallen ⁹. De problemen op de arbeidsmarkt blijken voornamelijk door het negatieve imago van familiebedrijven te worden veroorzaakt. De problemen op de kapitaalmarkt komen vooral voort uit de gebrekkige communicatie tussen financiers en familiebedrijven. Familiebedrijven zijn van mening dat financiers onvoldoende begrip hebben voor de karakteristieken van hun bedrijf. Financiers zien daarentegen het risicoprofiel van de familiebedrijven, zeker ten tijde van bedrijfsopvolging, als een groot probleem.

Oplossingen

Ondernemerschap is in eerste instantie de verantwoordelijkheid van de ondernemer zelf. Dat geldt uiteraard ook voor familiebedrijven. Zij moeten zelf zorg dragen voor een goede interne bedrijfsvoering. Daar hoort ook het plannen van de bedrijfsopvolging en het benutten van het groeipotentieel bij.

Branche-organisaties en private partijen als banken en accountants kunnen vooral een rol spelen bij het bewust maken van het opvolgingsprobleem bij de familiebedrijven. Dat gebeurt inmiddels volop. Dat is ook niet vreemd: familiebedrijven vormen immers een grote doelgroep met specifieke adviesbehoeften.

Rol van de overheid

De verantwoordelijkheid van de overheid, ligt in het scheppen van condities waarbinnen succesvol ondernemerschap mogelijk is. Zo bevordert de overheid dat knelpunten in het Belastingstelsel voor familiebedrijven worden weggenomen. In het wetsvoorstel *Ondernemerspakket 2001* ¹⁰ is een zogenaamde doorschuifregeling voor een onderneming naar mede-ondernemers voorgesteld. Met deze regeling verbeteren de kansen voor succesvolle bedrijfsovernames sterk en de continuïteit van bedrijven wordt niet langer bedreigd indien opvolging niet op een adequate manier in familieverband geregeld kan worden (zeventig procent zoekt nog steeds een opvolger binnen de eigen familie). In het rapport *De warme, de koude en de dode hand* van de werkgroep Modernisering Successiewetgeving wordt een aantal voorstellen gedaan om belastingheffing over ondernemingsvermogen bij vererving en schenking te reduceren. Het kabinet zal zo spoedig mogelijk beginnen met het formuleren van een standpunt over deze voorstellen ¹¹.

Daarnaast levert de overheid via de Kamers van Koophandel door middel van een pakket voorlichtingsproducten een bijdrage aan bewustwording bij de doelgroep. In het beleid gericht op (potentiële) snelle groeiers wordt bekeken of er meer aandacht voor familiebedrijven en bedrijfsopvolging in het Growth Plus-netwerk noodzakelijk is (Growth Plus is een netwerk van en voor snelgroeïende bedrijven) ¹². Via de recentelijk ingestelde commissie Ondernemerschap en Onderwijs wordt intensief gewerkt aan het positiever benaderen van ondernemerschap door leerlingen en studenten. Deze aanpak zal ook een positief effect hebben voor de aantrekkingskracht van familiebedrijven. Wat betreft de knelpunten op de kapitaalmarkt denk ik dat het voornamelijk een probleem van ongelijke informatie is. De overheid kan met het Besluit Borgstellingsregeling MKB een positieve bijdrage leveren, maar de grote slag moet gemaakt worden door beide partijen zich beter te laten verdiepen in elkaars positie.

Conclusie

Familiebedrijven kunnen een belangrijke rol in onze economie blijven spelen. Maar dan dienen hun knelpunten wel opgelost te worden. De ondernemers zijn daar in eerste instantie zelf verantwoordelijk voor. De rol van de overheid ligt op een aantal terreinen, variërend van het Belastingstelsel tot de commissie Ondernemerschap en Onderwijs. Daarnaast dienen branche-organisaties en private partijen zich nadrukkelijk(er) te manifesteren op het terrein van bewustwording en advisering aan familiebedrijven

-
- 1** Zie onder andere OESO, *A new economy? The changing role of innovation and information technology in growth*, Parijs, 2000. ING, MKB, *Miljoenennota 2000*, Amsterdam, 2000.
- 2** W.C. Handler, Succession in family business: a review of the research, *Family Business Review*, 1994, blz. 133-157.
- 3** R.H. Flören, The significance of family business in the Netherlands, *Family Business Review*, 1998, blz. 121-134.
- 4** M.C. Shanker, J.H. Astrachan, Myths and realities: family businesses' contribution to the US economy - A framework for assessing family business statistics, *Family Business Review*, 1996, blz. 107-123.
- 5** R.H. Flören, The significance of family business in the Netherlands, *Family Business Review*, 1998, blz. 121-134.
- 6** EZ, *Ondernemerschapmonitor maart 2000*, Den Haag, 2000.
- 7** EIM, *Groeipatronen van bedrijven*, Zoetermeer, 2000 (onderzoek in opdracht van EZ).
- 8** EZ, *De ondernemende samenleving*, Den Haag, 1999 (TK, 1998/1999, 26376 nr. 1).
- 9** Universiteit Nyenrode, *Stimuleren van groei bij familiebedrijven*, Breukelen, 1999.
- 10** Op 27 juni 2000 aangeboden aan de Tweede Kamer, NR. 00/145
- 11** Ministerie van Financiën, maart 2000.
- 12** G. Ybema en S.H. Baljé, [Snel groeien in de informatie-economie](#), *ESB*, blz. 903-905, 1999.