

Persbericht

Contact: Isabel Box
Pers & Communicatie
Tel.: + 32 2 302 25 51
Gsm: + 32 485 31 79 63
E-mail: ibox@deloitte.com

Volgende generatie leiders familiebedrijven meer open voor samenwerkingsverbanden, maar praktijk volgt niet.

Om hun groei veilig te stellen, kiezen familiebedrijven liever voor overnames dan voor joint ventures of allianties

Brussel – 27 juni 2018

De volgende generatie leiders van familiebedrijven staat meer open voor niet-traditionele zakelijke samenwerkingsverbanden dan de oudere generaties, maar verkiest in de realiteit nog altijd overnames boven joint ventures of allianties, zo blijkt uit een nieuwe studie van Deloitte Private: 'Next-generation family businesses: Exploring business ecosystems'.

Om succesvol te zijn in de dynamische en complexe zakelijke ecosystemen van vandaag zullen veel familiebedrijven een mentaliteitsverandering moeten ondergaan, om met een bredere blik te kijken naar de diverse types zakelijke relaties waarmee ze marktaandeel kunnen winnen. Zo kan een bredere instelling familiebedrijven helpen om sneller een digitale strategie te ontwikkelen. De studie en het vorige [Deloitte Global Private-onderzoek](#) tonen immers aan dat bijna 40 procent van de bedrijven nog niet over een digitale strategie beschikt, of hier nog volop aan werkt.

Van alle respondenten in het onderzoek, 575 huidige en toekomstige directeurs van familiebedrijven uit 52 landen, ziet 89 procent de meerwaarde van zakelijke ecosystemen in. Toch vinden ze het moeilijk om eraan deel te nemen én tegelijk zowel hun identiteit als bedrijf als hun cohesie en waarden als familie te behouden. Bemoedigend is wel dat 65 procent in de voorbije drie jaar zijn interactie met derden heeft verhoogd. De bevraagde bedrijfsleiders hechten veel waarde aan het bezit van activa en intellectuele eigendom (IE), waardoor ze binnen het concept van zakelijke ecosystemen vaker kiezen voor overnames dan voor samenwerkingsverbanden om hun bedrijf te laten groeien.

Ecosystemen bieden innovatiemogelijkheden

Een grote meerderheid (89 procent) van de respondenten is het erover eens dat zakelijke ecosystemen een organisatie in staat stellen om te innoveren voorbij haar eigen capaciteiten. Wanneer echter gevraagd wordt naar hun werkelijke deelname aan innovatieprojecten, antwoordt meer dan de helft (53 procent) dat ze in de voorbije drie jaar zelden of nooit een samenwerkingsverband zijn aangegaan met andere organisaties. Dat wijst erop dat althans sommige familiebedrijven nog steeds terughoudend zijn om samen te werken met externe partijen. Daarnaast zegt 32 procent van de respondenten dat hun bedrijf enkel wil werken aan nieuwe diensten en/of producten met organisaties waarmee ze al een langdurige relatie hebben.

Toenemend aantal interacties

65 procent van de next-gen-directeurs van familiebedrijven heeft in de voorbije drie jaar het aantal interacties met derden verhoogd. Familiebedrijven interageren – directe klanten en leveranciers niet meegerekend – het vaakst met klanten van hun klanten. 47 procent van de respondenten zegt dat ze dit wekelijks of maandelijks doen. Interessant is dat 42 procent van de respondenten zegt dat ze ook wekelijks

of maandelijks interageren met concurrenten. Mogelijk een aanwijzing dat familiebedrijven – al dan niet bewust – deelnemen aan bredere zakelijke ecosystemen dan ze traditioneel gewend zijn.

Overnames om toegang te krijgen tot innovatie

Overnames waren in de voorbije drie jaar het type bedrijfscombinatie waarvoor de respondenten het vaakst hebben gekozen (46 procent). Ook de volgende drie jaar verwachten ze meer te investeren in overnames dan in andere vormen van bedrijfscombinatie. Op de vraag waarom ze kozen voor een bedrijfscombinatie gaven de respondenten diverse antwoorden, maar de meeste redenen hingen toch samen met het verwezenlijken van groei, schaalvoordelen en innovatie. Nikolaas Tahon, managing partner Deloitte Private: *"Uit het onderzoek bleek ook dat familiebedrijven veel waarde hechten aan intellectuele eigendom (IE). Daarbij zegt 63 procent van de respondenten dat IE 'zeer' of 'redelijk' belangrijk is voor hun organisatie. In zakelijke ecosystemen hoeven de deelnemers niet noodzakelijk hun eigen activa of IE te bezitten, terwijl ze wel kunnen profiteren van de voordelen aangezien het competenties bijeenbrengt en risico's spreidt."*

Het digitale bewustzijn is laag

Bij 26 procent van de respondenten is de strategie voor digitale transformatie stevig verankerd; nog eens 35 procent zegt dat hun digitale strategie vrij recent is. Bijna 40 procent geeft aan nog geen digitale strategie te hebben of er nog volop aan te werken.

De volgende generatie leiders is zich meer bewust van de impact van digitalisering dan de andere familieleden die actief zijn in het bedrijf, en zal zich dan ook moeten inspannen om hen de waarde van digitale technologie te doen inzien. De meerderheid van de respondenten (52 procent) zei echter dat ze zich slechts 'enigszins' bewust zijn van digitale technologieën. Hoog tijd dus om zich vertrouwd te maken met de mogelijkheden en implicaties daarvan.

Een open mentaliteit vereist

Meer dan de helft van de respondenten is ervan overtuigd dat hun bedrijf zijn strategie op het gebied van samenwerkingen, fusies en overnames, en allianties moet veranderen, ofwel tot op zekere hoogte (53 procent), ofwel aanzienlijk (17 procent). *"Om de mogelijkheden van moderne zakelijke ecosystemen ten volle te benutten, zou de nieuwste generatie directeurs van familiebedrijven een meer flexibele, open mentaliteit moeten aannemen, waardoor ze meer kunnen variëren in de relatietypes die ze nastreven",* zegt Nikolaas Tahon. *"De meeste leiders zijn zich er wel van bewust dat verandering noodzakelijk is, maar sommigen beseffen wellicht nog niet in welke mate die veranderingen nodig zijn. Ze zouden moeten nagaan hoe hun bedrijfsmodel effectief kan functioneren in een evoluerend zakelijk ecosysteem, zonder daarbij de geschiedenis en de tradities van het familiebedrijf te verwaarlozen."*

Over de 'Next generation family businesses'-studie

Van 8 januari tot 28 februari 2018 ondervroeg Deloitte Private 575 next-gen-directeurs van familiebedrijven (onder hen 27 Belgische bedrijfsleiders) uit 52 landen aan de hand van een online enquête. 'Bedrijfsleiders van de volgende generatie' waren in deze context degenen die in de voorbije drie jaar het leiderschap van de organisatie hebben overgenomen, of dit naar verwachting binnen de drie jaar zullen doen.

Van alle familiebedrijven die deelnamen aan de enquête, had 51 procent een jaarlijkse omzet van minder dan 50 miljoen euro, 33 procent een turnover tussen 50 en 250 miljoen euro, en 16 procent een jaaromzet van meer dan 250 miljoen euro.

Slechts 11 procent van de bedrijven werd minder dan 20 jaar geleden opgericht. Bijna 36 procent werd 20 - 49 jaar geleden opgericht, 37 procent 50 - 100 jaar geleden, en 15 procent meer dan een eeuw geleden.

De meerderheid van de respondenten (53 procent) behoort tot de tweede generatie bedrijfsleiders, 29 procent tot de derde generatie, en 18 procent tot de vierde of latere generatie.

Deloitte in België

Deloitte is met meer dan 3.800 medewerkers en 12 kantoren in België de grootste organisatie op het gebied van audit, accounting, juridisch en belastingadvies, consulting en financial advisory services.

Onze dienstverlening richt zich zowel naar de grootste nationale en internationale ondernemingen als naar kmo's, de publieke sector en non-profit organisaties. Deloitte België is een onafhankelijke en zelfstandige organisatie en een member firm van Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Voor het boekjaar 2017 werd een omzet gerealiseerd van 480 miljoen euro.

Deloitte Belgium CVBA is de Belgische verbonden onderneming van Deloitte NWE LLP, een lid van Deloitte Touche Tohmatsu Limited die zich richt op de hoogste kwaliteit bij het leveren van professionele dienstverlening en advies. De dienstverlening is gebaseerd op een wereldwijde strategie voor meer dan 150 landen. Daartoe is de expertise beschikbaar van meer dan 263.900 professionals in alle werelddelen. Voor het boekjaar 2017 bedroeg de omzet meer dan 38.8 miljard US dollar.

Deloitte verwijst naar een of meerdere member firms binnen DTT Limited, dat een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid is in de UK, en het netwerk van haar member firms, die elk een juridisch aparte en zelfstandige eenheid zijn. Bezoek <http://www.deloitte.com/about> voor een meer gedetailleerde beschrijving van de wettelijke structuur van Deloitte Touche Tohmatsu Limited en haar member firms.