Vlaams Parlement

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 76
van **GRETE REMEN**
datum: 27 oktober 2017

---

aan **PHILIPPE MUYTERS**
VLAAMS MINISTER VAN WERK, ECONOMIE, INNOVATIE EN SPORT

Week van de Bedrijfsoverdracht - Evaluatie

De Week van de Bedrijfsoverdracht vindt jaarlijks plaats in de week voor de herfstvakantie. Zo ook dit jaar. Met de Week van de Bedrijfsoverdracht wil het Agentschap Ondernemen en Innoveren drie doelen bereiken:

- ondernemers aanmoedigen om over bedrijfsoverdracht na te denken en erover te praten;
- ondernemers veel kansen geven om zich te informeren over verschillende aspecten van bedrijfsoverdracht;
- dienstverleners op dat vlak zichtbaar maken.

De laatste week van oktober is gevuld met activiteiten over heel Vlaanderen. Ook buiten deze periode maakt het Agentschap Ondernemen en Innoveren initiatieven bekend die aansluiten bij de doelstellingen van het Masterplan voor opvolging en overname. De overheid besteedt met andere woorden aandacht en middelen aan dit thema.

Gezien het belang van dit initiatief dat ondertussen een jaarlijkse traditie geworden is, is een evaluatie van ook deze editie 2017 aan de orde.

1. Kan de minister een algemeen verslag opmaken van de Week van de Bedrijfsoverdracht 2017 met KPI rond opkomst, partners, kosten etc.?
2. Het doelpubliek bestaat uit ondernemers ouder dan 55.

   In hoeverre is er ook interesse van jongere ondernemers enerzijds en kandidaat-overnemers anderzijds?
3. Hoe verhouden de verschillende types overnames zich?

   a) Vanuit het standpunt van de overdrager: overdracht wegens pensioenleeftijd, al dan niet binnen de familie, persoonlijke redenen (familiale, gezondheidsredenen), financiële redenen, …

   b) Vanuit het standpunt van de overnemer: overname als starter, overname voor groei, continuïteit familiebedrijf ...
4. Zijn er nieuwe of gewijzigde inzichten verworven tegenover de studie van 2015?
5. Wat was de insteek van de Week van de Bedrijfsoverdracht 2017 versus 2016? Welke nieuwe en welke aangepaste initiatieven werden genomen?
6. Welke lessen zullen worden getrokken naar editie 2018 toe?

PHILIPPE MUYTERS
VLAAMS MINISTER VAN WERK, ECONOMIE, INNOVATIE EN SPORT

ANTWOORD
op vraag nr. 76 van 27 oktober 2017
van **GRETE REMEN**

---

1. In de volgende tabel vindt u de KPI's die worden bijgehouden.

KPI's Week van de bedrijfsoverdracht	**2017**
ondernemers aanmoedigen om over bedrijfsoverdracht na te denken en erover te praten	
aantal verstuurde brieven	28.247
ondernemers veel kansen geven om zich te informeren over verschillende aspecten van bedrijfsoverdracht + dienstverleners bedrijfsoverdracht zichtbaar maken	
aantal evenementen	24
diversiteit in de thema's	kwalitatief
totaal aantal deelnemers	721
geregistreerde individuele adviesgesprekken buiten het startevent	36
aantal aangevraagde infopakketten bedrijfsoverdracht	412

Bestedingen Week van de bedrijfsoverdracht	**2017**
mailing naar oudere ondernemers	24.435
mediacampagne	241.935
startevenement van het agentschap	9.358
	275.729

De partners van de Week van de bedrijfsoverdracht doen dit op vrijwillige basis en voor eigen rekening. Het gaat om een mix van ondernemersorganisaties, private dienstverleners en academische instellingen. Dit zijn de partners die dit jaar een activiteit organiseerden.

Partner	**Locatie sessie**	**Effectief aanwezig**
maandag		
Agentschap Innoveren & Ondernemen	3Square Gent	149
Voka	3Square Gent	35
		184
dinsdag		
Unizo	Genk	5
Voka	Mechelen	31
Konsilanto	Mechelen	15
Persona Accounts	Roeselare	2
Familymind	Schelle	0
OBA	webinar	67
EY	Machelen	9
Horecapartners	Antwerpen	2
		131

woensdag		
Grant Thornton	Antwerpen	
ABM plus	Kampenhout	20
EY	Borgerhout	18
Astrealaw	Berchem	20
Sequensis		7
		65
donderdag		
Voka	Waregem	105
NSZ	Antwerpen	60
Persona Accountantss	Roeselare	0
Hancon	Heusden-Zolder	3
VD&P Corp Finance	Gent	7
Antwerp Management School	Antwerpen	14
Unizo - Connect 2.0	webinar	55
EY	Gent	16
Sequensis	Vilvoorde	0
		260
vrijdag		
Voka	Hasselt	20
Horeca Partners	Antwerpen	3
Agentschap Innoveren & Ondernemen - Sowacces - 1819	Brussel	58
		81
	Totaal Week Bedrijfsoverdracht	**721**

2. Wat het doelpubliek betreft, wil ik benadrukken dat de Week van de bedrijfsoverdracht maar één van de acties is die ik onderneem rond het thema opvolging & overname. De partners uit de overheidsopdracht organiseren in de loop van het jaar activiteiten voor specifieke doelgroepen zoals bijvoorbeeld opvolgers in het familiebedrijf en starters en groeiers die willen overnemen.

   De Week van de bedrijfsoverdracht is een breed sensibiliserende campagne die in de eerste plaats de aandacht vestigt op het maatschappelijk belang van bedrijfsoverdracht. De prioritaire doelgroep is daarvoor de groep van ondernemers die omwille van hun leeftijd geacht worden bedrijfsoverdracht op te nemen in de strategie van hun onderneming.

   De mediacampagne spreekt echter ook kandidaat-overnemers aan, zowel starters als groeiers. U kon dat niet alleen horen in de radiospot maar ook zien in de getuigenissen die aan bod kwamen in de publicaties van De Persgroep.

   Dit jaar hebben we aan de partners gevraagd om ook voor kandidaat-overnemers evenementen te organiseren. 7 van de 24 evenementen hadden overnemers als doelgroep. Daar waren in totaal 86 deelnemers. Dat komt overeen met 12% van het totaal aantal deelnemers.

Partner	Titel	Effectief aanwezig
maandag		
Voka	Starten door overname	35
dinsdag		
Unizo	Infosessie: In 12 stappen succesvol een zaak kopen of verkopen	5
Familymind	Opvolgerscafé	0
woensdag		
Sequensis	11 must do's voor een geslaagde overname	7
donderdag		
EY	Groeien door overname	16
vrijdag		
Voka	Ondernemersontbijt: Tips & Tricks bij overnames en Aandachtspunten bij de redactie van aandeelhouders-afspraken	20
Horeca Partners	Een horecazaak overnemen: hoe doe ik dat?	3

3. Om op deze vraag te kunnen beantwoorden heb ik cijfermateriaal nodig over het aantal overnames volgens de redenen die u opgeeft. Die cijfers worden echter niet officieel geregistreerd. Ik kan wel onderzoeken citeren die in de richting gaan van wat u wenst te weten.

   In 2015 liet ik een onderzoek uitvoeren bij kmo's die al meer dan 20 jaar bestaan en waarvan één van de bedrijfsleiders ouder was dan 55 jaar. Een van de vragen van dat onderzoek ging over de verwachtingen m.b.t. de overdracht van de eigendom. De meeste bedrijven (56,3%) verwachten een overdracht binnen de familie; 35,1% verwacht een verkoop aan werknemers, managers, of derden; 8,6% verwacht een liquidatie.
   Ik ben voorzichtig met de resultaten van de enquête van dit jaar. De Persgroep heeft deze uitgevoerd om een aantal trends vast te stellen. Zij geven zelf aan dat het geen wetenschappelijk onderzoek is. Ik citeer u enkele bevindingen:
   - 1 op 3 van de ondernemers in Vlaanderen heeft ooit (een deel van) een bedrijf gekocht of verkocht, bijna 1 op 10 meerdere bedrijven.
   - 1 op 3 van de zaakvoerders verwacht een overdracht van de leiding binnen de komende 5 jaar, 44% binnen de 10 jaar.
     - 1/3 weet nog niet wat ze zullen doen met de vrijgekomen tijd;
     - 1/3 wil vooral meer vrije tijd;
     - 1/3 wil betrokken blijven op het bedrijf.
   - 1/5 van de ondernemers verwacht in de komende 5 jaar de meerderheid van een andere onderneming te verwerven. 1 op 2 verwacht dat helemaal niet.

   - Bij die ondernemers waar overnames niet worden uitgesloten zijn drie gelijke groepen:
     - overnames zitten in de bedrijfsstrategie (1/3);
     - een overname is een idee dat langzaam is gegroeid (1/3);
     - een overname zat niet in de plannen en de mogelijkheid deed zich plots voor (1/3).
   - Opvallend is dat 44% geen grondige marktstudie heeft gedaan voorafgaand aan de overname.

4. Zoals ik al zei liet ik in 2015 een wetenschappelijk onderzoek uitvoeren. De enquête van dit jaar heeft niet die pretentie. Heel wat resultaten uit het onderzoek van 2015

zijn bevestigd. Het belangrijkste nieuwe inzicht is dat als overdragers moeilijk een overnemer vinden, dat vaak weinig van doen heeft met een gebrek aan transparantie in de markt. Overdragers hebben het moeilijk met loslaten terwijl overnemers direct hun eigen stempel willen drukken. Bovendien zijn potentiële kopers terughoudend omdat ze vrezen voor lijken in de kast. Deze twee factoren brengen met zich mee dat het moeilijk is om een juiste overnemer te vinden. Ze wijzen op de noodzaak aan een goede begeleiding van beide partijen, niet alleen op de technische aspecten maar vooral op emotioneel vlak en het scheppen van vertrouwen. Eerstelijnsadviseurs zoals boekhouders en accountants zouden hun klanten de weg kunnen wijzen naar die specialisten.

5. Zoals ik in mijn antwoord op vraag 2 al aangaf, is de Week van de bedrijfsoverdracht een breed sensibiliserende campagne die in de eerste plaats de aandacht vestigt op het maatschappelijk belang van bedrijfsoverdracht. De prioritaire doelgroep is daarvoor de groep van ondernemers die omwille van hun leeftijd geacht worden bedrijfsoverdracht op te nemen in de strategie van hun onderneming. Daarnaast heb ik, meer dan de voorbije jaren, ook andere partijen betrokken: starters en groeiers die willen overnemen, de cijferberoepen en overnamebegeleiders.
   Het startevent op maandag had bijzondere aandacht voor micro-ondernemingen. In de kalender was er een duidelijk onderscheid tussen evenementen en individuele adviesgesprekken. Het slotevent op vrijdag ging over de complementaire rollen van cijferberoepen en overnamebegeleiders in het overnameproces.
   Dat slotevent organiseerden wij samen met de collega's van het Waalse en het Brusselse gewest. Dankzij die samenwerking konden we de beroepsinstituten van de cijferberoepen mee aan boord krijgen. Die samenwerking heeft er ook voor gezorgd dat er dit jaar in de drie gewesten een Week van de bedrijfsoverdracht plaats vond.

6. De Week van de Bedrijfsoverdracht werd in 2017 voor de 7de keer georganiseerd. We mogen stellen dat sinds de start de aandacht voor bedrijfsoverdracht en bedrijfsovername sterk is toegenomen. Het aantal initiatieven van het Agentschap Innoveren & Ondernemen, haar partners en anderen nam eveneens sterk toe. Ook buiten de Week van de bedrijfsoverdracht. Een globaal overzicht van al deze initiatieven is niet beschikbaar. De Week van de bedrijfsoverdracht heeft vooral een sensibiliserend karakter naar al wie er bij betrokken zou moeten zijn. Hoe meer private spelers daarvoor initiatieven nemen, des te beter. De Week van de bedrijfsoverdracht moet vooral een aanleiding zijn om over bedrijfsoverdracht na te denken, er met elkaar over te spreken en er informatie en advies over in te winnen. De evaluatie is nog niet volledig rond. De planning voorziet om begin 2018 conclusies te trekken.