



Is acquisitie van bedrijven nog wel nodig?

Het 'I amsterdam-syndroom' rukt op in Nederland

Onze economie draait op volle toeren. De werkloosheid is historisch laag. Bedrijven blijven investeren en groeien als kool. Bedrijfskavels gaan als warme broodjes. De leegstand neemt af. Iedereen is blij! Ook de politiek. Diezelfde politiek denkt ook: *mission accomplished*. In de economie hoeven we niet meer te investeren. Immers: de grond is op. De mensen zijn op. De stad is vol. Niks meer aan doen dus. Stop de persen, voordat we ten onder gaan aan ons eigen succes. Kieper die 'I amsterdam' letters maar in de vuilnisbak! Een begrijpelijke reflex? Jazeker, maar ook hartstikke fout. Doe liever het tegenovergestelde! Vier argumenten om juist nu door te pakken.

1. Nieuwe economie vraagt om vinger aan de pols

Was u de vorige crisis al vergeten? Ja, er komen ook weer mindere tijden. En dat kan sneller gaan dan u denkt. Met dank aan een (harde) Brexit, handelsoorlogen, zwakke EU-partners (denk Italië) en een woningmarkt die bijna aan de kook raakt. Daarbij verandert de economie in razend tempo. De 'Next Economy' komt eraan. U kent de *buzz-words* wel: Smart Logistics, Industry 4.0, Internet of Things, AI en robotisering. Nieuwe sectoren, clusters en *cross-overs* staan klaar in de coulissen. De banen van nu kunnen morgen verdwenen zijn. Als beleidsmaker is het al lastig genoeg om het allemaal bij te benen, laat staan om voorop te lopen. Minder aandacht voor economie en bedrijfsleven in deze tijd is evenwel helemáál niet 'smart'! Tenzij u slechts *kickt* op woningbouw en een slaapstad wilt zijn.

2. Nu stoppen met acquisitie betekent straks achteruitgaan

Bedrijvenacquisitie is een kwestie van lange adem. En wanneer deze gericht is op specifieke clusters of kansrijke sectoren, zoals veel steden en regio's pretenderen, dan moet u echt vasthouden aan gemaakte keuzes en doorgaan op ingeslagen wegen. Anders is het einde verhaal voor uw profiel, uw netwerk en uw prospects! Het gevoel met de doelgroep verdwijnt. Het netwerk verstofft, de zichtbaarheid in de markt dooft uit. Als de economie straks stilvalt staat u in feite al met 3-0 achter! En geheid dat de roep om het aantrekken van bedrijven en banen dan weer luider wordt. Overigens, acquisitie is meer dan *sec* bedrijven werven. Het gaat ook om 'account management'; het laten groeien en bloeien van reeds gevestigde bedrijven. Juist in deze tijd zou u hier extra op moeten inzetten. En dan niet *ad-hoc*, maar op basis van een goed uitgewerkt plan dat echt bijdraagt aan de verdere ontwikkeling van deze bedrijven.



3. Zoekt en gij zult (locaties) vinden

Is er in Nederland nou helemaal geen stukje grond meer te krijgen? Toegegeven, er is schaarste. Er zijn steeds minder écht grote kavels beschikbaar. Bovendien is er veel druk vanuit de woningmarkt. Echter, niet elk bedrijf zet zijn zinnen op nieuwbouw. En niet alle ondernemingen willen een XXL distributiecentrum aan de snelweg. Grond in private handen is lastiger te traceren, maar wel degelijk aanwezig. Herontwikkeling van bestaande locaties vergt inspanningen, maar levert op termijn nieuwe kansen. En nog steeds staan er winkels en kantoren leeg. Kortom, het faciliteren van bedrijven kan zeker nog, maar vergt eerder meer dan minder tijd! Mede gezien de groeiende behoefte aan creatieve *hotspots*, campussen, ecosystemen en flex-concepten in binnensteden. Heeft u al een '*innovation district*', *by the way*?

4. Benut het onbenut arbeidspotentieel

We creëren nu vooral banen voor arbeidsmigranten, roept menig politicus. Acquisitie van bedrijven om mensen aan het werk te krijgen lijkt daarmee overbodig. Maar is echt iedereen aan het werk? Is de arbeidsmarkt daadwerkelijk zo afgegraasd als wordt beweerd? Nee, er bestaat nog steeds onbenut potentieel in Nederland. Volgens een recente schatting van het ING Economisch Bureau kunnen nog ongeveer 200 duizend mensen toetreden tot de arbeidsmarkt. Denk aan oudere werknemers, herintredende vrouwen, parttimers en statushouders, mensen die meer uren willen werken. Maar ook hier geldt dat er geen '*inkoppertjes*' meer zijn. U moet aan de bak met uw propositie. En er ligt een flinke verantwoordelijkheid bij de werkgevers. Zij moeten dieper gaan om werknemers te lokken. Bijvoorbeeld met flexibele contracten en werktijden, hippe werkplekken, dertiende maanden, voldoende ontplooiingsmogelijkheden ('*job crafting*'), '*open hiring*' en werving via speciale *platforms*. Niet klagen, maar serieus inzetten op '*employer branding*'. Zet jezelf in de etalage. Boeien en binden dus. Verken ook het internationale potentieel. Wat is over de grens te halen aan vaklui en *expats*, en dan niet alleen in België of Duitsland?

Acquisitie van bedrijven in goede tijden is dus niet altijd een '*walk in the park*'. In feite is het nog harder aanpoten! Blijf dus als regio of gemeente aan de bal. Vecht tegen de '*relax-reflex*' en voorkom *ad-hoc* keuzes die voor de toekomst funest kunnen zijn. Want regeren is vooruitzien. En als het kan verder dan een termijn van vier jaar.

Peije Bruil & Paul Kleijne | ARCUSplus | november 2018