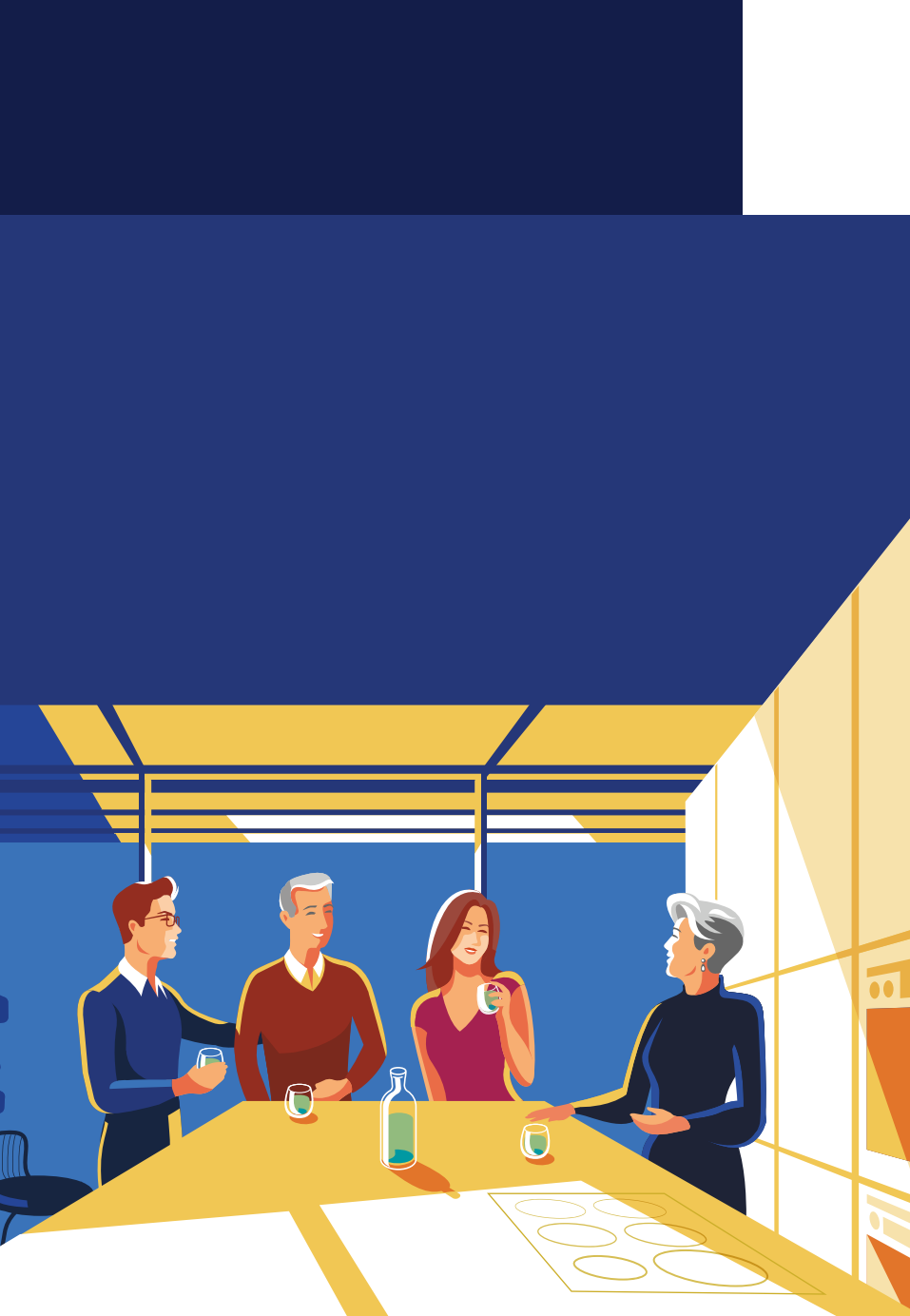




Van Lanschot

Onderzoek Familiebedrijven:

jongere generaties hebben voortrekkersrol in duurzaamheidstransitie

prof.dr. Roberto Flören (Nyenrode Business Universiteit)

mr.drs. Mark Buitenhuis (Van Lanschot Kempen)

drs. Yanka Ditewig RB (Van Lanschot Kempen)



Samenvatting – Grote ambitie voor duurzaamheid bij directeuren familiebedrijven, maar eigen privé-beleggingen nog weinig duurzaam

Veel directeuren van familiebedrijven maken zich zorgen over de leefbaarheid van de aarde voor de volgende generatie. Verder stelt 70% van hen dat duurzaamheid voor de volgende generatie van hun familie nog belangrijker is dan voor de huidige generatie. Dat blijkt uit het nieuwste panelonderzoek van Van Lanschot Kempen, in samenwerking met Nyenrode Business Universiteit. Opvallend hierbij is dat slechts 17% van de directeuren aangeeft dat hun privé-beleggingen duurzaam zijn. De ambitie om de portefeuille te verduurzamen is er zeker. 53% van de directeuren verwacht dat hun vermogensbeheerder zich opstelt als een actieve en betrokken aandeelhouder. Tevens stelt 55% van hen dat zij beleggingen in controversiële sectoren willen uitsluiten in hun beleggingsportefeuille.

Duurzaamheid en generatiekloof

Het is niet verbazingwekkend dat juist de jongere generaties in bedrijfsfamilies meer belang hechten aan duurzaamheid binnen het familiebedrijf. Duurzaamheid is voor 92% van de leeftijdsgroep tussen 25 en 50 jaar van redelijk tot zeer groot belang, terwijl dit percentage bij de oudste leeftijdsgroep slechts 38 bedraagt. De jongere generatie zal dan ook veelal de voortrekkersrol op het gebied van duurzaamheid moeten spelen bij familiebedrijven.

Duurzaamheidstransitie

70% van de directeuren van familiebedrijven geeft aan dat het van wezenlijk belang is voor de waarborging van de continuïteit van het bedrijf om het duurzaamheidsthema te omarmen. Zonder de transitie richting duurzaamheid heeft het bedrijf in de toekomst nauwelijks meer bestaansrecht. Een van de belangrijkste ambities van directeuren van familiebedrijven (72%) is dat het bedrijf bekend wil staan als een aantrekkelijke werkgever op het gebied van duurzaamheid en duurzaam personeelsbeleid. Slechts 55% van de directeuren stelt dat het familiebedrijf goed is voorbereid op ontwikkelingen op duurzaamheidsgebied, zoals wetgeving, innovaties en concurrentie. Qua activa in het bedrijf is er nog wel een lange weg te gaan om deze duurzaam te maken. Slechts 38% van de directeuren kwalificeert de bedrijfsgebouwen als in (zeer) hoge mate duurzaam. Nog minder positief zijn zij over beleggingen in de persoonlijke holding, machines en bedrijfswagens.

Wettelijke verplichte verslaglegging

De verduurzaming van het Nederlandse familiebedrijf wordt meer ingegeven door visie van de eigenaren en strategie van het familiebedrijf dan door externe druk door wetgeving. Bijna een kwart van de

bedrijven weet niet of ze wettelijk verplicht zijn om te voldoen aan duurzaamheidsrapportages. 75% van de familiebedrijven moet nog starten met duurzaamheidsrapportage. Voor 57% van de familiebedrijven is het gebrek aan kennis en ervaring met niet-financiële verslaggeving een belangrijke uitdaging om aan de wet- en regelgeving te voldoen. Veel aandacht zal moeten uitgaan naar het verkrijgen van kennis op dit gebied.



1. Wat is duurzaamheid?

Er zijn veel definities en interpretaties van duurzaamheid. In eerste instantie werd veelal gedacht aan de uitstoot van schadelijke stoffen en vervuiling. Het hebben van zonnepanelen en elektrische auto's wordt vaak als belangrijke duurzame mijlpaal genoemd. Deze ecologische componenten van duurzaamheid zijn zeker van belang. Echter, duurzaamheid staat voor veel meer.

In ons onderzoek gebruiken wij duurzaamheid in de ruime zin van het woord. Het gaat om duurzaamheid en de manier waarop familiebedrijven kunnen bijdragen aan de transitie naar een meer duurzame economie.

Duurzaamheid betekent in dit onderzoek dat aan de behoeften van de huidige generaties wordt voldaan, zonder toekomstige generaties te belemmeren. Hierbij kan gedacht worden aan het goed zorgen voor het milieu. Maar ook aan het goed zorgen voor het welzijn van mensen en de keuze van producten en diensten die het bedrijf aanbiedt.

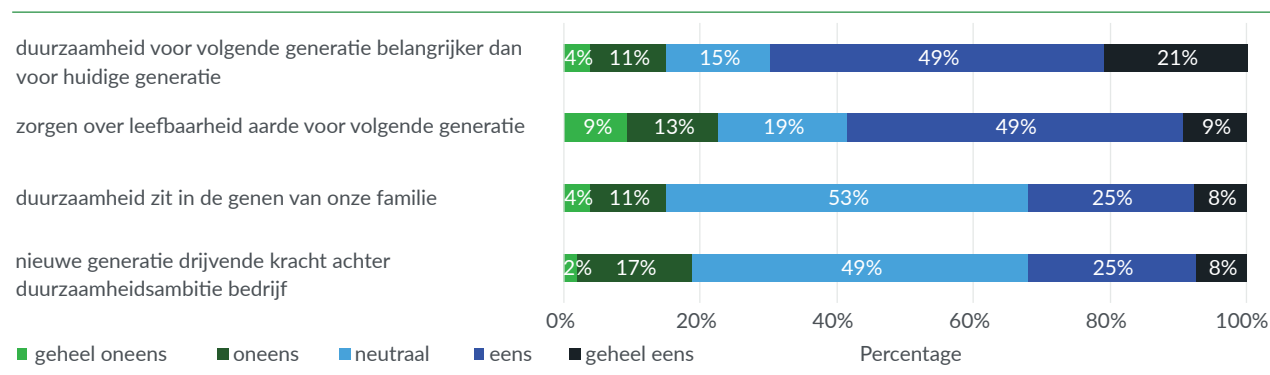


2. Het belang van duurzaamheid en de volgende generatie

Een belangrijke drijfveer voor duurzaamheid bij familiebedrijven is de leefbaarheid van de aarde voor volgende generaties. Zo maakt 58% van de directeuren van familiebedrijven zich zorgen over de leefbaarheid van onze aarde voor de volgende generatie (zie Figuur 1). Voorts stelt 70% van de directeuren dat duurzaamheid voor de volgende generatie van hun familie belangrijker is dan voor de huidige generatie. Slechts een derde van de directeuren stelt dat duurzaamheid in de genen van de familie zit. Daardoor lijkt binnen veel familiebedrijven het duurzaamheidsdenken niet vanzelfsprekend te zijn. Hier zal daadwerkelijk aan gewerkt moeten worden, waarbij de nieuwe generatie een voortrekkersrol wil nemen.

Bij een derde van de familiebedrijven is de nieuwe generatie de drijvende kracht achter de duurzaam-

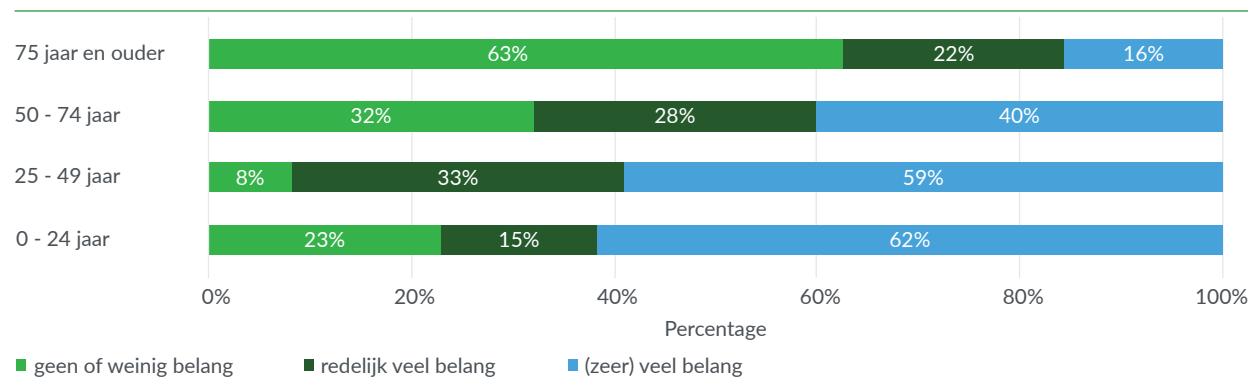
Figuur 1. Duurzaamheid en de volgende generatie in het familiebedrijf



heidsambitie van het bedrijf. Uit onderzoeksresultaten, verkregen uit het Van Lanschot Kempen-Nyenrode Familiebedrijven-onderzoekspanel, blijkt dat bij 26% van de familiebedrijven de nieuwe generatie nog te jong is om een bijdrage te leveren aan de duurzaam-

heidsambitie. Dat betekent dat bij 44% van de familiebedrijven waar de nieuwe generatie oud genoeg is, deze nieuwe generatie al daadwerkelijk de drijvende kracht is achter de duurzaamheidsambitie van het bedrijf. Uit Figuur 2 blijkt dat de directeuren van familiebedrijven aangeven dat er grote verschillen zijn tussen het belang dat de verschillende leeftijdsgroepen in de familie hechten aan duurzaamheid van het familiebedrijf. Dit is in lijn met de bovenstaande onderzoeksresultaten dat juist de jongere generaties meer belang hechten aan duurzaamheid van het familiebedrijf. Niet alleen hecht 77% van de generatie tot 25 jaar redelijk tot (zeer) veel belang aan de duurzaamheid van het bedrijf, ook is duurzaamheid voor 92% van de leeftijdsgroep tussen 25 en 50 jaar van redelijk tot zeer groot belang. Dit percentage bedraagt bij de oudste leeftijdsgroep slechts 38.

Figuur 2. Belang dat verschillende leeftijdsgroepen van familie hechten aan duurzaamheid van het familiebedrijf, volgens directeuren van familiebedrijven.



3. Het familiebedrijf en de duurzaamheidstransitie

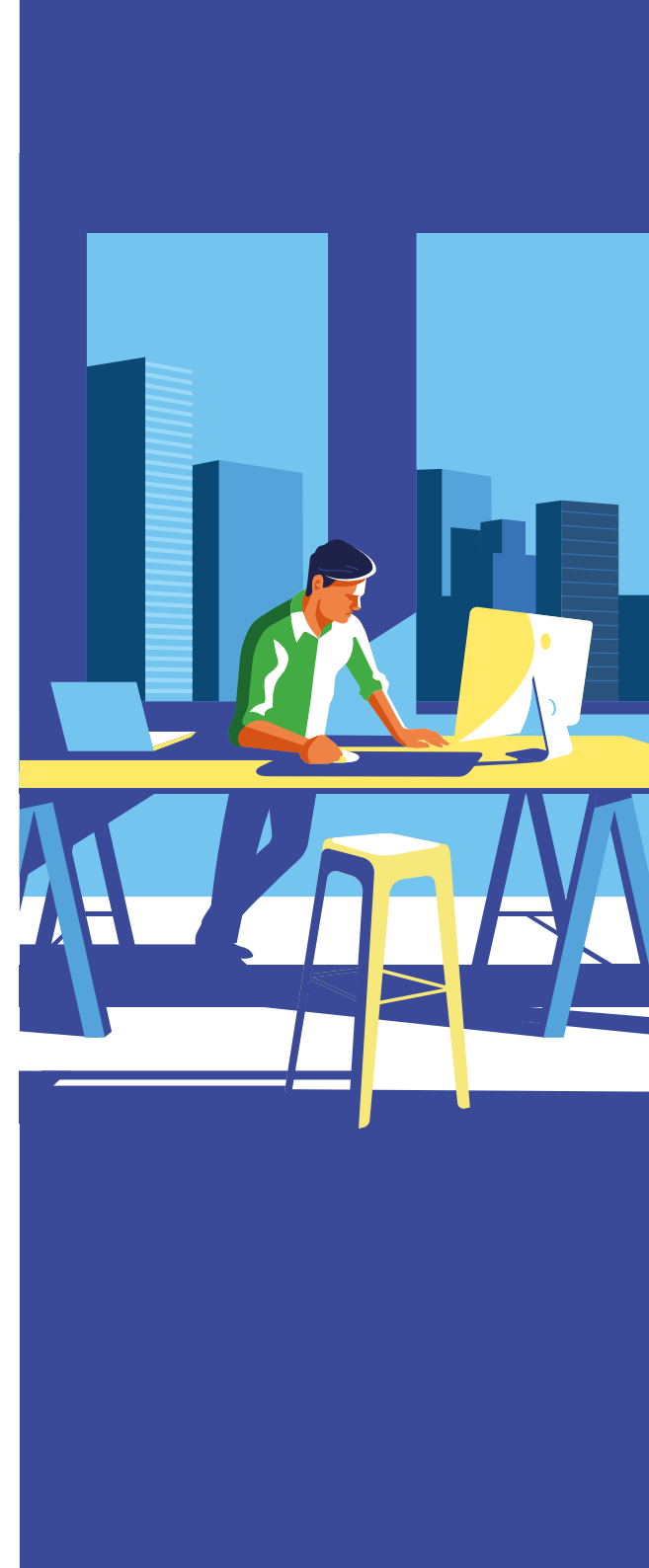
De deelnemers aan het onderzoekspanel zijn bijna allen directeur en (mede-)eigenaar van een familiebedrijf. De urgentie die zij en de volgende generaties van hun familie geven aan duurzaamheid is van grote waarde voor het uiteindelijke slagen van de duurzaamheidstransitie van hun bedrijf. Het uiteindelijke doel hiervan is te komen tot een duurzamere samenleving en economie. Zo geeft 70% van de directeuren van familiebedrijven aan dat het van wezenlijk belang is om het duurzaamheidsthema te omarmen om de continuïteit van het bedrijf te waarborgen (zie Tabel 1). Zonder de transitie richting duurzaamheid heeft het bedrijf nauwelijks meer bestaansrecht in de toekomst. Bij 49% van de familiebedrijven is de directeur daarom actief bezig om het bedrijf duurzaam te maken door in gesprek te gaan met de leveranciers en/of klanten.

Toch geeft slechts 55% van de directeuren aan dat het familiebedrijf goed is voorbereid op ontwikkeling- en op duurzaamheidsgebied (zoals wetgeving, innovaties en concurrentie). Veel familiebedrijven hebben daarom nog een uitdagende weg te gaan richting de duurzaamheidstransitie.

Een van de belangrijkste ambities van de directeuren van familiebedrijven is dat het bedrijf bekend wil staan als een aantrekkelijke werkgever op het gebied van duurzaamheid en duurzaam personeelsbeleid. Maar liefst 72% van de directeuren onderschrijft die ambitie. Een ambitie die overigens goed past binnen de kracht van een familiebedrijf, waar het sociale aspect en de langere termijn richting het personeel hoog in het vaandel staan.

Tabel 1. Stellingen betreffende het familiebedrijf en de duurzaamheidstransitie

	(geheel) oneens	(geheel) eens
Om de continuïteit binnen ons bedrijf te waarborgen, is het van wezenlijk belang het duurzaamheidsthema te omarmen.	9%	70%
Ons bedrijf heeft de ambitie om bekend te staan als een werkgever met een duurzaam personeelsbeleid.	11%	72%
Ons bedrijf is goed voorbereid op ontwikkelingen op duurzaamheidsgebied (denk aan wetgeving, innovaties en concurrentie).	17%	55%
Ik ben actief bezig om mijn bedrijf duurzaam te maken door in gesprek te gaan met onze leveranciers en/of klanten.	15%	49%
De hogere energielasten zijn voor ons een belangrijke aanleiding geweest om te verduurzamen.	43%	26%



4. Redenen voor verduurzaming bij familiebedrijven

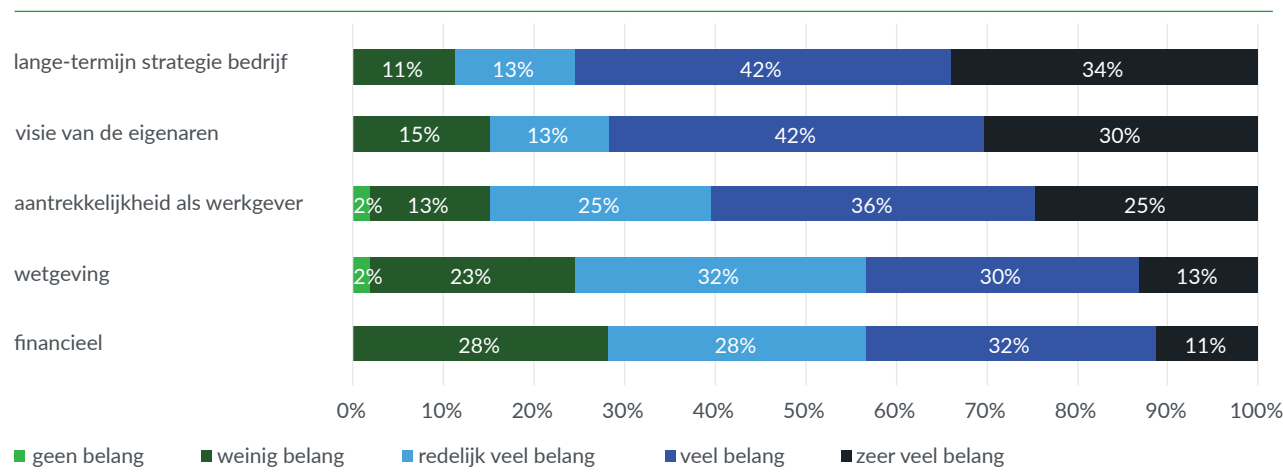
Tabel 1 toont aan dat veel familiebedrijven vanuit hun langetermijnvisie en -strategie bezig zijn met duurzaamheid. De meer recente ontwikkelingen, zoals hogere energieprijzen en wetgeving, lijken een minder belangrijke aanleiding te zijn voor de meeste familiebedrijven om te verduurzamen. Om meer te weten te komen over de beweegredenen van familiebedrijven om verduurzaming in te zetten, is nader ingegaan op dit thema.

Uit Figuur 3 blijkt dat de voornaamste redenen voor familiebedrijven om te verduurzamen niet liggen in externe factoren. Zo geeft 76% van de directeuren van familiebedrijven aan dat de langetermijnstrategie van het bedrijf een belangrijke reden is om te

verduurzamen. Ook stelt 72% van de directeuren dat verduurzaming aansluit bij hun persoonlijke visie of bij de visie van alle eigenaren. Voorts is voor 61% van de familiebedrijven ook de aantrekkelijkheid als werkgever richting de arbeidsmarkt een belangrijke reden om voor duurzaamheid te kiezen.

Voor een minderheid van de familiebedrijven (43%) is wetgeving een belangrijke reden om verduurzaming in te zetten. Hetzelfde percentage aan directeuren van familiebedrijven geeft aan dat zij verduurzamen vanuit financiële overwegingen. De verduurzaming van het Nederlandse familiebedrijf wordt ook meer ingegeven door visie van de eigenaren en strategie van het familiebedrijf dan door externe druk door wetgeving.

Figuur 3. Mate van belang van redenen voor verduurzaming bij familiebedrijven





5. Duurzaamheid van de activa van familiebedrijven

Om te zien hoe de huidige staat is van de verduurzaming binnen de familiebedrijven, is aan de directeuren van de bedrijven gevraagd hoe zij de duurzaamheid van de verschillende activa in hun bedrijf kwalificeren. Uit Tabel 2 blijkt dat er nog veel te winnen valt op het gebied van duurzaamheid bij de familiebedrijven. Slechts 38% van de directeuren kwalificeert de bedrijfsgebouwen als in (zeer) hoge mate duurzaam. Ook de machines en het wagenpark

worden door de meeste directeuren niet als (zeer) duurzaam bestempeld. Nog minder duurzaam kwalificeren de directeuren van familiebedrijven de inventaris van het bedrijf en hun beleggingen vanuit de personal holding. Het mag duidelijk zijn dat er nog een lange route moet worden afgelegd voordat de activa van familiebedrijven als (zeer) duurzaam kunnen worden gekwalificeerd.

Tabel 2. Hoe kwalificeert directeur de duurzaamheid van de verschillende activa van bedrijf

	helemaal niet of nauwelijks duurzaam	in (zeer) hoge mate duurzaam
Gebouwen	11%	38%
Machines	17%	36%
Wagenpark	26%	30%
Inventaris	15%	23%
Beleggingen (in personal holding)	25%	15%

6. Wettelijk verplichte verslaglegging

De afgelopen jaren kwamen er steeds meer verplichtingen voor ondernemingen om stappen te zetten op het gebied van duurzaamheid. Zoals het EU Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) en EU Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD). Vanuit het CSRD moeten bedrijven verplicht rapporteren hoe zij duurzaam ondernemen op basis van de Europese standaarden als zij aan minimaal twee van de volgende drie criteria voldoen:

- meer dan 250 medewerkers,
- meer dan 40 miljoen euro omzet,
- een balanstotaal van minimaal 20 miljoen euro.

Daarnaast zijn er aanvullende eisen vanuit de CSDDD voor grote bedrijven die:

- meer dan 500 medewerkers danwel meer dan 150 miljoen euro omzet hebben, of
- actief zijn in textiel, landbouw of grondstoffen en meer dan 250 werknemers of 40 miljoen euro omzet hebben.

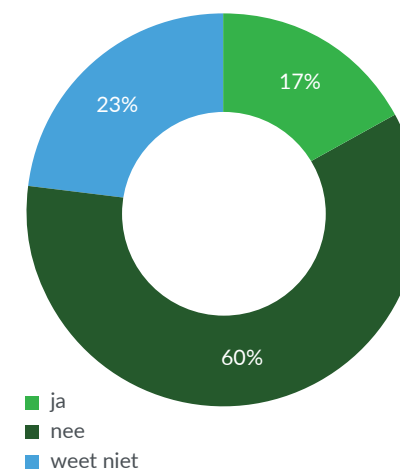
Deze grote bedrijven moeten toetsen of de partijen waarmee zij samenwerken in de keten voldoen aan minimale criteria ten aanzien van mensenrechten, fundamentele arbeidsrechten, milieu – en specifiek klimaatverandering (het hebben

van een bedrijfsstrategie in lijn met het doel om klimaatverandering te beperken tot +1,5 °C). Aan de directeuren van familiebedrijven is allereerst gevraagd of zij verplicht zijn om te voldoen aan het CSRD en/of het CSDDD op het gebied van duurzaamheid. Uit Figuur 4 blijkt dat 17% van de directeuren van de familiebedrijven aangeeft dat zij verplicht zijn om hieraan te voldoen. Opvallend is verder dat 23% van de directeuren aangeeft niet te weten of zij verplicht zijn om te voldoen aan het CSRD en/of het CSDDD. Dat betekent dat er nog veel aandacht mag worden besteed aan het verrijken van de kennis op het gebied van duurzaamheid.

Voor veel bedrijven zal het een uitdaging zijn om te voldoen aan het CSRD en/of CSDDD. Er worden veel rapportages geëist op basis van gegevens die voor veel bedrijven niet of nog niet beschikbaar zijn. Bij de grote bedrijven moeten ook de partners in de keten deze gegevens aanleveren. In dit onderzoek hebben wij de directeuren van de familiebedrijven gevraagd hoe belangrijk de uitdagingen zijn voor hun bedrijf om aan deze wet- en regelgeving te kunnen voldoen.

Uit de resultaten zoals gepresenteerd in Figuur 5 blijkt dat de directeuren van familiebedrijven nogal

Figuur 4. Familiebedrijf verplicht om te voldoen aan het CSRD en/of de CSDDD op het gebied van duurzaamheid

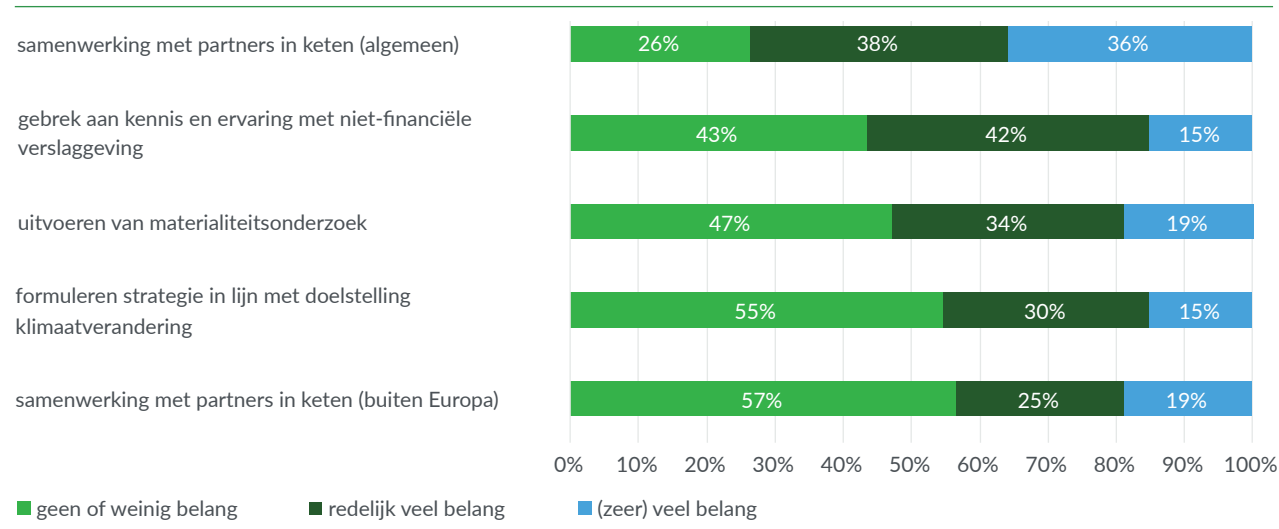


wat belangrijke uitdagingen voorzien. 74% van hen voorziet een redelijk tot zeer belangrijke uitdaging bij de samenwerking met partners in de keten. Als overigens wordt gevraagd naar de uitdaging voor samenwerking met ketenpartners buiten Europa voorziet slechts 44% een grote uitdaging. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat een groot aantal bedrijven geen ketenpartners heeft buiten Europa. Anders zou deze uitdaging wel een groter belang hebben verkregen.

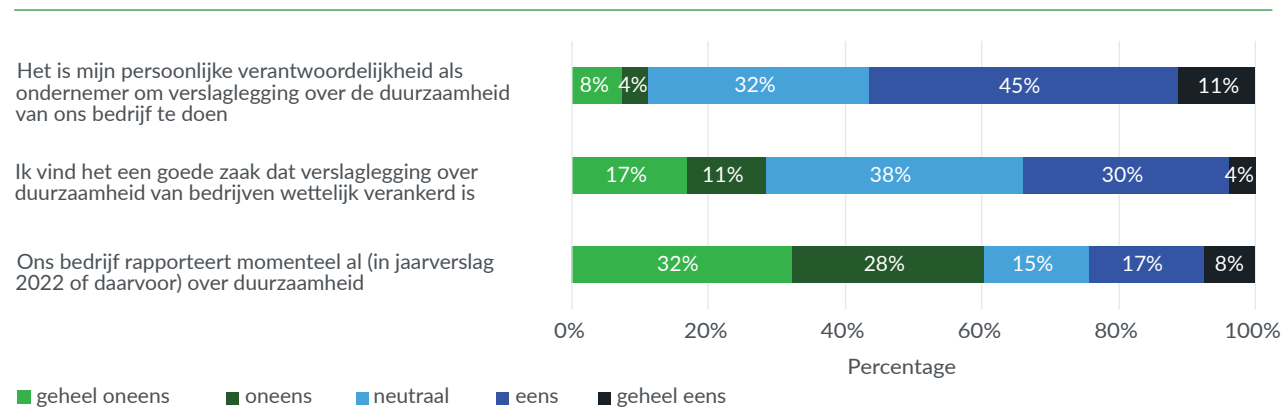
57% van de familiebedrijven ziet het gebrek aan kennis en ervaring met niet-financiële verslaggeving als een belangrijke uitdaging om aan de wet- en regelgeving te voldoen. Het uitvoeren van materialiteitsonderzoek is voor 53% van de familiebedrijven een eerste bijzondere uitdaging.

Het is opvallend dat al een kwart van de familiebedrijven rapporteert over duurzaamheid (zie Figuur 6). Omgekeerd bekeken, betekent dit dat nog een zeer groot gedeelte van de familiebedrijven moet starten met een rapportage over duurzaamheid. Wel stelt 56% van de directeuren dat zij het als hun persoonlijke verantwoordelijkheid als ondernemer zien om verslaglegging over de duurzaamheid van hun

Figuur 5. Belang van uitdagingen voor familiebedrijf om aan wet- en regelgeving op het gebied van duurzaamheid te voldoen



Figuur 6. Stellingen betreffende verslaglegging over duurzaamheid



bedrijf te doen. Daarentegen is 28% van de directeuren het oneens met de stelling dat zij het een goede zaak vinden dat verslaglegging over duurzaamheid van bedrijven wettelijk verankerd is. Er is daardoor nog werk te verzetten voordat de rapportage over duurzaamheid gemeengoed is. De wettelijke verplichtingen zullen echter een flinke stimulans hiertoe worden.

Aan de respondenten van het onderzoekspanel hebben wij ook gevraagd of zij adviezen konden geven aan andere ondernemers om duurzaamheid verder vorm te geven in het familiebedrijf. Een bloemlezing van deze adviezen staat in Kader 1.

Kader 1. Adviezen van directeuren van familiebedrijven hoe duurzaamheid vorm te geven

Verantwoordelijkheid nemen:

- Streef naar sociale en milieu-gerichte verantwoordelijkheid. Daarom zijn wij als bedrijf lid geworden van B-corp.
- Luister goed naar mensen die het weten en geen enkel ander onderliggend belang hebben, zoals André Kuipers. Een ruimtevaarder ziet met eigen ogen de verwoestingen die wij als mensheid aanrichten.
- Als onderneming heb je meer invloed dan als enkel individu. Gebruik die invloed dus ten positieve, óók als dat zal leiden tot lagere winst.
- Wie goed doet, goed ontmoet. Denk goed na over wat je 'nalaat'.

Strategie:

- Duurzaamheid moet onderdeel worden van de ondernemingsstrategie
- Begin met het definiëren van kernwaarden en ambities rondom dit thema. Ga er vervolgens praktisch en gewetensvol mee om.
- Doelstellingen zetten en een jarenplan opstellen. Maak doelstellingen haalbaar en passend bij het bedrijf.
- Maak het thema duurzaamheid een vast onderdeel van de visie- en strategievorming, van de marketing- en de innovatiestrategie en van het personeelsbeleid.

- Duurzame productieprocessen of technologieën hebben de toekomst, dus investeer daar in.
- Zorg voor een lange termijn plan om duurzaamheid te integreren in de bedrijfsvoering. Maak een lange termijn plan met een roadmap.
- Neem duurzaamheid als doel en daarmee wordt het een tool. Met deze tool moet geld verdiend worden!

Personeel:

- Werk aan betrokkenheid en commitment zowel intern en extern.
- Creëer een roadmap hoe we als bedrijf en met z'n allen naar een duurzame oplossing toewerken. Draagvlak en het uitspreken van doelstellingen helpt ons enorm.
- Toets de bevindingen in alle gelederen van de organisatie. Het is niet alleen een 'speeltje' van de directie. Draagvlak van onderaf is noodzakelijk.
- Zie duurzaamheid als kans om personeel te binden en te behouden.

Consument:

- Onze consument wil niet voor duurzaamheid betalen.
- Pak de greenwashende corporates aan. Zij willen geen cent méér betalen voor onze daadwerkelijk groene

diensten. Alleen de 'bottom line' telt voor hen.

- Onderzoek eerst de noodzaak binnen het bedrijf. Consumenten willen totaal niet bijdragen aan de duurzaamheid vanwege prijsstijgingen. Zij hebben het al moeilijk genoeg.

Stapsgewijs:

- Kom in actie. Richt je op verandering en niet direct op vastlegging.
- Begin eerst eens met een ESG-rapportage. Dat is al een hele uitdaging.
- Vervang alles wat vervangen moet worden met de meest duurzame oplossing die op dat moment beschikbaar is en past bij het doeleinde.
- Breng focus aan. Je kunt niet alles tegelijk, dus start waar je als onderneming de meeste impact kunt maken. Een (dubbele) materialiteitsanalyse kan erg goed helpen in het aanbrengen van focus.

Weerstand:

- Doe alleen het wettelijk noodzakelijke. Dit thema wordt schromelijk overdreven. Wetgeving lost dit niet op.
- Zorg ervoor dat je niet voorop loopt.
- De nieuwe wetgeving jaagt ondernemers alleen maar op kosten.

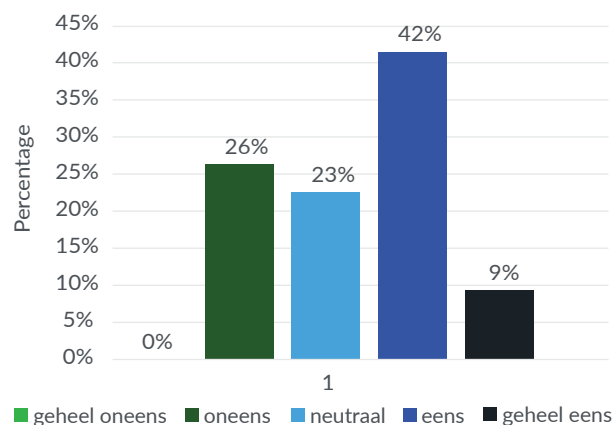
7. Duurzaamheid en privé-vermogen

Naast de vermogensbestanddelen die tot het familiebedrijf behoren, hebben veel directeurs van familiebedrijven ook privé-vermogen opgebouwd. Gezien familie, bedrijf en eigendom bij familiebedrijven overlappende systemen zijn, is het interessant om meer te weten over de duurzaamheid van het privé-vermogen.

De helft van de directeurs van familiebedrijven stelt dat zij, als het om duurzaamheid gaat, op dezelfde manier naar hun privé-vermogen als naar hun bedrijf (zie Figuur 7). Ruim een kwart van de directeurs is het oneens met deze stelling.

Net als bij de activa in het bedrijf, is er onderzocht hoe de directeurs de duurzaamheid van de verschillende activa in privé kwalificeren. In Tabel 3 staan de resultaten gepresenteerd. Bijna de helft van de directeurs van familiebedrijven heeft een eigen woning die in (zeer) hoge mate als duurzaam kan worden gekwalificeerd. Echter alle overige

Figuur 7. Stelling: Als het gaat om duurzaamheid, kijk ik op dezelfde manier naar mijn privé vermogen als naar mijn bedrijf



vermogensbestanddelen in privé worden door de directeurs vaker als helemaal niet of nauwelijks duurzaam bestempeld, dan dat deze kwalificeren als in (zeer) hoge mate duurzaam.

Tabel 3. Hoe kwalificeert eigenaar de duurzaamheid van de verschillende activa in privé

	helemaal niet of nauwelijks duurzaam	in (zeer) hoge mate duurzaam
Eigen woning	11%	49%
Overig onroerend goed, recreatief	21%	19%
Verhuurd onroerend goed	26%	19%
Beleggingen in fondsen, aandelen, obligaties, etc.	23%	17%
Auto's voor privé gebruik	38%	15%



8. Vermogensbeheer en duurzaamheid

Duurzaamheid treedt steeds sneller binnen in het persoonlijke domein van directeuren van familiebedrijven. Het is daarom interessant of zij in hun vermogensbeheer overwegingen meenemen voor duurzaam beleggen. In de resultaten die in Tabel 4 zijn gepresenteerd, valt op dat voor een aanzienlijk deel van de directeuren van familiebedrijven duurzaamheid een belangrijke rol speelt in de overwegingen van hun vermogensbeheer. Zo geeft 55% van de directeuren aan dat zij specifieke beleggingen (bijvoorbeeld in wapenfabrikanten en de tabaksindustrie) willen kunnen uitsluiten in hun beleggingsportefeuille. Voorts geeft 53% van de directeuren aan dat zij het bij het beleggen van hun vermogen belangrijk vinden dat hun vermogensbeheerder zich opstelt als betrokken en actieve aandeelhouder. Waarbij duurzamer gedrag wordt aangespoord van de bedrijven waarin wordt belegd. Ook stelt 40% van de directeuren dat zij met het beleggen van hun vermogen een positieve impact willen bewerkstelligen door specifiek te beleggen in bedrijven of fondsen die bijdragen aan de Duurzame Ontwikkelingsdoelen van de VN (SDG's).

Tabel 4. Stellingen betreffende vermogensbeheer en duurzaamheid

	(geheel) oneens	(geheel) eens
Ik vind het belangrijk dat specifieke beleggingen zoals het beleggen in wapenfabrikanten kunnen worden uitgesloten in mijn beleggingsportefeuille.	25%	55%
Bij het beleggen van mijn vermogen, vind ik het belangrijk dat mijn vermogensbeheerder zich opstelt als betrokken en actieve aandeelhouder, waarbij duurzamer gedrag wordt aangespoord van de bedrijven waarin wordt belegd.	19%	53%
Met het duurzaam beleggen is het mijn intentie om waarde te creëren voor alle belanghebbenden en “goed te doen”, door bijvoorbeeld te kiezen voor een bedrijf, dat het op het gebied van duurzaamheid beter doet dan een sectorgenoot.	17%	51%
Met het beleggen van mijn vermogen wil ik positieve impact bewerkstelligen door specifiek te beleggen in bedrijven of fondsen die bijdragen aan de Ontwikkelingsdoelen van de VN (SDG's).	17%	40%
Bij de keuze voor een vermogensbeheerder is voor mij een belangrijk criterium dat er op een duurzame manier wordt belegd.	21%	38%

De belangen die directeuren van familiebedrijven hechten aan de duurzaamheid van hun beleggingsportefeuille, geeft ook uitdagingen en kansen voor de vermogensbeheerders. Ten slotte stelt 38% van de directeuren dat het bij de keuze voor een vermogensbeheerder voor hen een belangrijk criterium is dat er op een duurzame manier wordt belegd.

Over Van Lanschot Kempen

Van Lanschot Kempen is een onafhankelijke, gespecialiseerde wealth manager, actief in private banking, investment management en investment banking. Ons doel is het behoud en de opbouw van vermogen, op een duurzame manier, zowel voor onze klanten als voor de samenleving waar we deel van uitmaken. Door onze langetermijnfocus willen we onze klanten helpen om door de onvermijdelijke transitities van onze tijd te navigeren en het creëren van positieve financiële en niet-financiële waarde. Van Lanschot Kempen, genoteerd aan Euronext Amsterdam, is de oudste onafhankelijke financiële instelling van Nederland met een geschiedenis die teruggaat tot 1737.

Over Nyenrode Business Universiteit

Nyenrode Business Universiteit is de enige particuliere universiteit van Nederland, opgericht in 1946 voor en door het bedrijfsleven. Nyenrode is een begrip op het gebied van familiebedrijven en doet hier al sinds 1992 onderzoek naar. De connectie met het bedrijfsleven is nog steeds haar levensader, waarbij de onderzoeksresultaten ten goede van zowel het bedrijfsleven als de studenten komen.

Over het Van Lanschot Kempen-Nyenrode Familiebedrijven-onderzoekspanel

In 2022 zijn van Lanschot Kempen en Nyenrode Business Universiteit een onderzoekspanel gericht op familiebedrijven gestart. Momenteel nemen

126 familiebedrijven deel aan het panel. 81% van de respondenten is daadwerkelijk zelf directeur in het familiebedrijf, terwijl 91% van de respondenten eigenaar is van het familiebedrijf. De deelnemende familiebedrijven hebben een rijke historie. Zo is 17% van de bedrijven minstens 100 jaar oud, en nog eens 42% van de deelnemende bedrijven is tussen de 50 en 100 jaar oud. De deelnemende familiebedrijven zijn relatief groot. Ruim 36% van de bedrijven heeft maximaal 50 werknemers, 27% heeft tussen de 50 en 100 werknemers, terwijl 17% meer dan 250 werknemers heeft.

De gegevens voor het onderzoek naar familiebedrijven, vermogen en duurzaamheidstransitie zijn in de periode van 11 tot 25 mei 2023 verzameld. In totaal hebben 53 van de 126 familiebedrijven deelgenomen aan het onderzoek. Wij zijn zeer dankbaar dat deze families en bedrijven tijd en energie hebben vrijgemaakt om deel te nemen aan het onderzoek. Zonder hun medewerking zou dit rapport niet tot stand zijn gekomen.



Disclaimer

De informatie die is opgenomen in deze publicatie is uitsluitend bestemd voor algemene doeleinden. Met uw individuele specifieke omstandigheden is geen rekening gehouden. De informatie kan niet worden beschouwd als een juridisch, financieel, fiscaal of ander professioneel advies. Wij adviseren u op grond van de informatie niet meteen tot actie over te gaan en voorafgaand aan uw eventuele actie eerst deskundig advies in te winnen. Deze publicatie is geen aanbod en u kunt aan deze publicatie geen rechten ontleen.

Bij de totstandkoming van deze publicatie hebben wij de grootst mogelijke zorgvuldigheid betracht bij de selectie van externe bronnen. Wij kunnen niet garanderen dat de informatie van deze bronnen die in deze publicatie is opgenomen juist en volledig is of in de toekomst zal blijven. Wij aanvaarden geen aansprakelijkheid voor druk- en zetfouten. Wij zijn niet verplicht de informatie die we hebben opgenomen in deze publicatie te actualiseren of te wijzigen. Alle rechten ten aanzien van de inhoud van de publicatie worden voorbehouden, inclusief het recht van wijziging. Het is niet toegestaan de gegevens in de publicatie geheel of gedeeltelijk te reproduceren, in welke vorm dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Van Lanschot NV.

Overige informatie

Van Lanschot NV is statutair gevestigd aan de Hooge Steenweg 29, 5211 JN te 's-Hertogenbosch, KvK 's-Hertogenbosch nr. 16038212 met btw-identificatienummer NL.004 670632.B.01. Van Lanschot NV is als bank geregistreerd in het Wft-register en staat onder toezicht van De Nederlandsche Bank NV (DNB), Postbus 98, 1000 AB Amsterdam, en de Autoriteit Financiële Markten (AFM), Postbus 11723, 1001 GS Amsterdam. Van Lanschot NV kan optreden als aanbieder van betaal-, spaar- en kredietproducten, als bemiddelaar in verzekeringsproducten en als aanbieder en/of uitvoerder van beleggingsdiensten.

Voor eventuele klachten inzake onze financiële dienstverlening kunt u zich richten tot uw eigen kantoor van Van Lanschot NV, de afdeling Klachtenmanagement van het hoofdkantoor, Postbus 1021, 5200 HC 's-Hertogenbosch of het Klachteninstituut Financiële Dienstverlening (KiFiD), Postbus 93257, 2509 AG Den Haag.