



'The fear of missing out'

Over Brexit-stress en het EMA-virus

Een scherpe propositie opbouwen, de juiste netwerken ontwikkelen en onderhouden, een gerichte profilering uitrollen. Zo werkt ongeveer het aantrekken van buitenlandse bedrijven die goed passen bij een gekozen regionaal profiel. Maak een plan en hou je d'r an! Het liefst twee jaar of langer. Een volhardende acquireur laat zich dan niet van de wijs brengen door *hypes* en oprispingen in het economisch landschap. Toch? *But then came Mr. Brexit*. Allen naar Londen!

Hoezo Hollandse nuchterheid?

Beleidsmakers en bestuurders lijken aardig van slag door deze Britse *faux-pas*. Steden en regio's van diverse plimage willen direct profiteren van de vermeende uittocht van Britse bedrijven. Vliegreizen worden geboekt en *call centers* gemobiliseerd om bedrijven te lokken. Want juist ónze clusters en ecosystemen sluiten uitstekend aan! Én we roepen een Brexit-desk in het leven. Waren we net goed en wel gekomen van de Tesla-*hype* – met z'n allen flirten met eloquente Elon die in Europa 'iets met batterijen' wilde gaan doen – en dan krijgen we dit. Je zou bijna denken dat er lokaal en regionaal niks meer te halen valt. Veel beginnersfouten worden weer gemaakt. Zonder enig marktgevoel gaan acquireurs de boer op. Lukraak worden bedrijven benaderd. Hapsnap acquisitie dus.

Nauwelijks vissen in de Brexit-vijver

Dat kan anders. Een meer doordachte en professionele aanpak behoedt ons voor het verspillen van belastinggeld. Maar dat vergt voorbereiding: eerst denken, dan pas doen. Focus op de feiten. Om welke maatregelen gaat het nou precies? En wat is de invloed daarvan op het vestigingsgedrag van welk type bedrijven? Maar ook: hoe goed kennen we die Britse bedrijven in onze eigen regio nou eigenlijk? Voorlopig zijn alleen de grotere, internationale financiële dienstverleners aan het verhuizen geslagen. En niet naar Boxtel of Hoogeveen, zelfs niet naar Utrecht, maar (soms) naar Amsterdam en vooral naar steden zoals Frankfurt, Parijs en Dublin. Toegegeven: EMA heeft wél voor Nederland gekozen. Inderdaad, dat is een vette vis. Die overigens wel weer veel vetter wordt gemáákt. De komst van EMA naar Amsterdam zou een aanzuigende werking hebben op honderden bedrijven in de farmaceutische industrie en medische technologie. Maar welke bedrijven zijn dat dan écht? Wat doen ze, hoe groot zijn ze? De patiënt wordt hier helaas niet veel beter van: naast de Brexit-stress hebben we nu dus ook last van het EMA-virus!

No more FOMO, een portie GBV graag

Onzin, horen wij u zeggen. We kunnen toch niet braaf gaan zitten afwachten terwijl de le- ren en de Fransen aan de haal gaan met de krenten uit de pap? Dit is toch een schoolvoorbeeld van pro-actieve acquisitie? Zo heurt het: voet tussen de deur, en scoren! Inder-



daad, Nederlandse acquireur, u hoeft niet achter het bureau af te wachten als het om de Brexit of EMA gaat. Wel mag een enigszins doordachte aanpak worden verwacht. Het echte werk begint dan gewoon in de regio. Ga het gesprek aan met Britse of Amerikaanse bedrijven in de eigen achtertuin en met experts van brancheverenigingen, sectoren en banken. En durf bij een gebrek aan aanknopingspunten te besluiten om de 'Brexit'-markt links te laten liggen of de inspanningen op een lager pitje te zetten. Exit die Brexit!

Er is meer dan de Brexit

Overigens moet u zich misschien wel meer zorgen maken om ándere zaken. Het Trump-effect (America First, importheffingen, verlaging van de zakelijke inkomstenbelasting), de verslechterende marktpositie van West-Europa in FDI, de groeiende Mergers & Acquisitions-markt wereldwijd, de positie van Nederland op het gebied van fiscaliteit en de tekorten aan grond en arbeid. Zodat er ook op lange termijn nog wat te acquireren valt. Kortom: 'Gezond Boeren Verstand' in plaats van 'Fear of Missing Out'. Op basis hiervan op de valreep nog vier gouden Brexit-tips:

1. De Brexit raakt niet alleen Britse bedrijven, maar ook bedrijven uit Azië en de Verenigde Staten. Deze laten het Verenigd Koninkrijk wellicht eerder links liggen bij hun Europese locatiekeuze, of verplaatsen hun Britse vestigingen naar het vasteland;
2. Kijk niet enkel en alleen naar bedrijven, maar ook naar internationaal talent. Deze doelgroep maakt eerder of zelfs nu al de oversteek naar het continent;
3. Benut de expertise van het NFIA-netwerk. Dat is er immers voor geëquipeerd, zowel qua capaciteit en netwerken in Den Haag én Londen.
4. Onderzoek de mogelijkheden om het lokale bedrijfsleven te ondersteunen op het gebied van handel met het Verenigd Koninkrijk of juist nu met alternatieve markten.

Peije Bruil & Paul Kleijne, ARCUSplus, maart 2018