

Column Kennismail Regio Top 40: Lokale MKB-kennis versterkt onze positie

Zojuist is de nieuwe Rabobank MKB Regio Top 40 verschenen. We zijn trots op dit kennisproduct omdat het onderstreept waarvoor de Rabobank voor staat: dichtbij, betrokken en toonaangevend. Op twee punten is het onderzoek vernieuwd.

Dit jaar staat het MKB centraal, tegen een regionale achtergrond. Daar ligt immers de belangrijkste markt van het bedrijfsleven. Ook andersom is er een hechte relatie: het MKB bepaalt tot 80% van de regionale toegevoegde waarde. In de uitwerking hebben we gekozen voor financieel-economische kengetallen die een thermometer zijn voor de gezondheid van het bedrijfsleven, de solvabiliteit, liquiditeit, arbeidsproductiviteit, winstmarge en investeringsbereidheid. We kijken naar de periode 2007 tot en met 2011, zodat we ook kunnen laten zien hoe het lokale bedrijfsleven door de crisis komt.

De belangrijkste uitkomsten staan in een handzame brochure. Het zal duidelijk zijn dat de winstmarge in de afgelopen vijf jaar in alle veertig regio's is gedaald en dat een deel van het MKB het moeilijk heeft. Er zijn voor de hand liggende regionaal-sectorale verschillen. Zo is ook in het MKB de arbeidsproductiviteit in de industrieregio's hoog. Maar op enkele andere punten zijn minder gemakkelijk regionale patronen en verklaringen te geven. Ook niet als we in de analyse een spade dieper steken, door bijvoorbeeld naar de sectorstructuur te kijken.

Dit betekent dat er andere factoren zijn die het verschil bepalen. Ik ben ervan overtuigd dat deze op het vlak van het ondernemerschap en specifieke lokale omstandigheden liggen. Dat is voor ons een moeilijk meetbare factor, maar voor lokale Rabobanken goed te overzien. Vele malen beter dan vanuit een kantoor op de Zuidas.

De tweede innovatie zit in de ontsluiting van de onderzoeksresultaten. Op regionaal niveau zijn de resultaten via onze [website](#) eenvoudig opvraagbaar. We zijn benieuwd wat u daarvan vindt. Het is een proef die we bij een positieve respons willen uitbreiden. Lokale banken hebben daarbij een streepje voor. Zij zijn immers de lokale marktmeester en worden met de aanvullende kennis in hun rol ondersteund. Met deze informatie in de hand kunnen zij hun positie in de markt gericht versterken, niet alleen vanuit commercieel oogpunt, maar ook waar het gaat om relatiebeheer, beïnvloeding en versterking van het werkgebied. Commercie en coöperatie, om het zo maar te zeggen.

Dat dit werkt, weet ik uit eigen ervaring. Deze week zat ik samen met collega's van lokale banken aan tafel bij achtereenvolgens vier burgemeesters in het Groene Hart, drie gedeputeerden in Zeeland en grote tuinders in de Bommelerwaard. En reken maar dat dat te danken is aan de sterke positie die lokaal is opgebouwd en de unieke kennispropositie die we kunnen bieden. Mooi dat we daaraan met de MKB Regio Top 40 een steentje kunnen bijdragen.

Willem van der Velden, hoofd Regionaal Onderzoek, KEO
augustus 2012