

Zeven breekijzers,

Vernieuwing is de brandstof voor groei. In 2009 en 2010 portretteerde 'de Accountant' zeven kantoren die elk op hun eigen wijze werken aan die vernieuwing. Circa anderhalf jaar later is het interessant om te zien of deze breekijzers succes boeken met hun aanpak.

TEKST: NART WIELAARD | BEELD: CORBIS

Een computermuis is een erg handig ding. Toch duurde het dertig jaar voor deze innovatie van de tekentafel zijn weg vond naar een massale toepassing. Iets dergelijks speelt veel innovaties parten: goede ideeën hebben tijd nodig en ondernemers moeten volhardend zijn in het najagen van hun ideeën voor vernieuwing. Twee jaar geleden startte 'de Accountant' een serie interviews met vernieuwers in de accountantsmarkt en die serie maakte duidelijk dat er wel degelijk ideeën zijn voor vernieuwing. Hoe staan deze ondernemers er nu voor?

VERDIENMODEL

Frans Kemper is de eerste die reageert op het verzoek eens bij te praten en mag in dit verhaal dan ook het spits afbijten. 'Zijn' kantoor **SVC** kiest al jaren voor dienstverlening aan financiële dienstverleners – zoals

MARTIN NOORDZIJ: 'WE MOETEN NIET ZOZEER DE FACTUUR VOOR DE KLANT OMLAAG BRENGEN MAAR ONZE WAARDE VERHOGEN TEGEN DEZELFDE KOSTEN.'

intermediairs, gevolmachtigden en verzekeraars – omdat je juist voor die markt specialistische kennis moet hebben. Dat moet in deze tijd haast wel een lastige business zijn, want het verdienmodel van intermediairs wordt aangevreten doordat provisies voor veel producten worden verboden. Er is dan ook een flinke schifting in deze markt aan de gang. Toch klinkt Kemper optimistisch. Sinds het vorige gesprek is het kantoor gegroeid van tien naar twintig medewerkers. "En we verwachten binnenkort op 25 te zitten. Voor een deel heeft die groei te maken met de fusie met een kantoor dat zich specifiek richt op fusies en overnames in deze sector, voor een ander deel is het autonome groei. We houden in elk geval onverkort vast aan de focus op deze markt en zijn er nog steeds van overtuigd dat een goede multidisciplinaire aanpak met veel branchekennis vruchten afwerpt. Ook de eigen ontwikkelingen gaan door. Het afgelopen jaar ontwikkelden we ook een online tool waarmee we samen met de klant de AO/IC bewaken, hetgeen uiteindelijk weer een belangrijke basis is voor ons accountantsdossier."

ADMINISTRATIEFABRIEK

Hoe gaat het op dit moment met FD Plaza, een soort administratiefabriek voor financiële dienstverleners die intermediairs de financiële administratie compleet uit handen neemt? Kemper: "Heel eerlijk? Dat groeit langzamer dan verwacht. Voor het primaire proces – zoals schadeafhandeling, het opmaken van de polis en het innen van premies – vinden intermediairs het al heel gebruikelijk om een derde in te schakelen. Voor de financiële administratie is dat nog niet zo gebruikelijk. Dat gaat in de toekomst zeker veranderen maar er moet

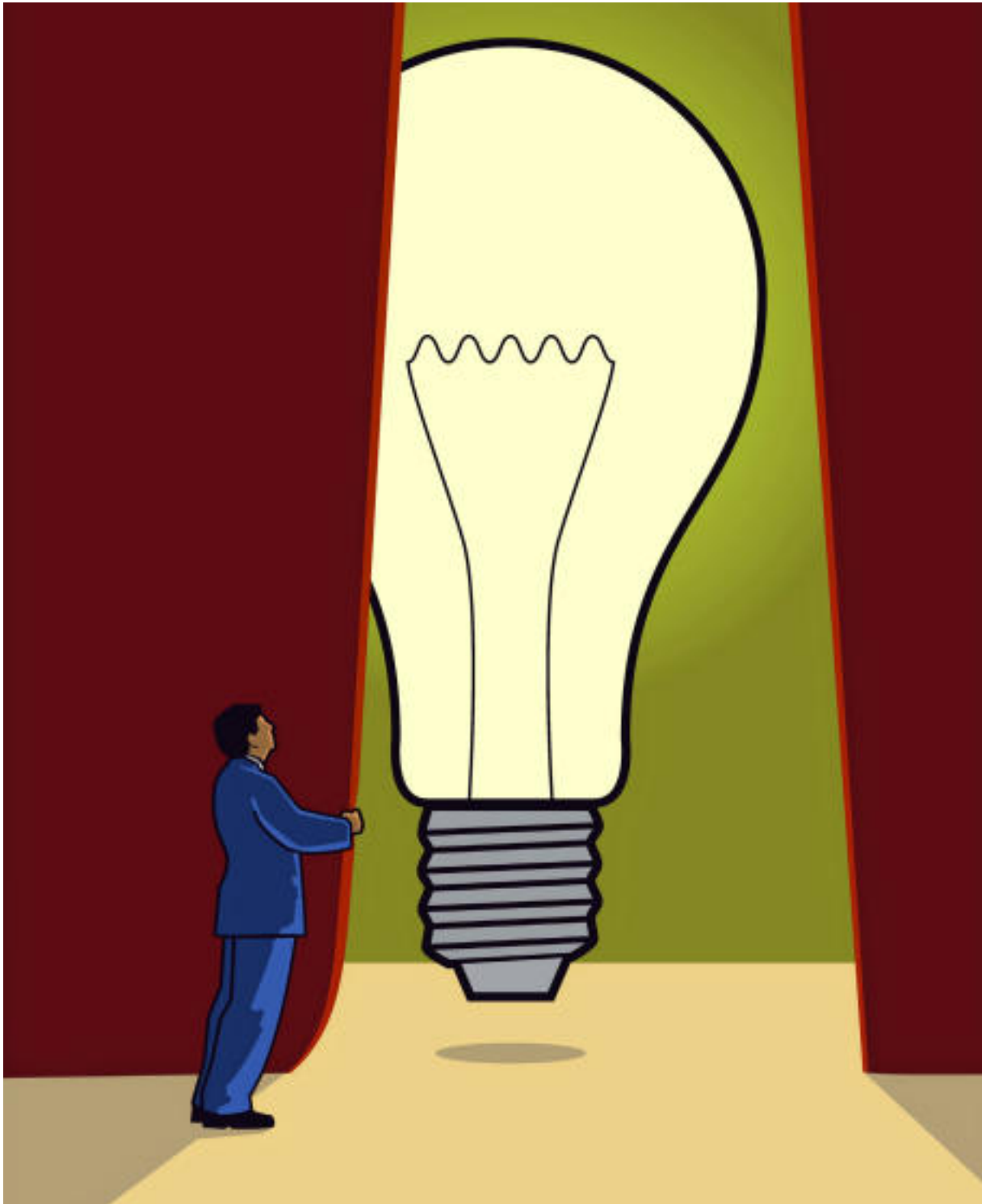
GRATIS

Het feit dat u dit tekstkader leest, bewijst dat het werkt. Iedereen is te porren voor gratis dienstverlening, ook al weet iedereen dat er geen echte *free lunches* bestaan en dat er voor elke dienst op wat voor manier dan ook inkomsten moeten zijn.

In het geval van Wave Accounting is het aanbod wel buitengewoon helder. Dit Canadese bedrijf biedt kleinere ondernemingen – tot een omvang van negen personen – namelijk aan hun boekhouding geheel gratis te doen. U leest het goed. Het concept is hoog geautomatiseerd, want *manual entry is dead*. Wave Accounting is ook helder over waar het bedrijf dan wel geld aan verdient: aan deals met partijen zoals verzekeraars of computermakers die aanbiedingen op het dashboard van de klant tonen. Advertenties dus. "We earn our paycheck by cutting your costs." Zo zegt het bedrijf zelf-verzekerd. Dat is erg slim, want juist een partij die de boekhouding voor een ondernemer doet zit immers bovenop een bak data die het mogelijk maakt om maatwerk producten of adviezen te bieden. Met die data weet je precies waar de behoeften liggen. Dat kan leiden tot aanbiedingen die niet als spam worden ervaren maar daadwerkelijk waardevol zijn. Juist daarom won het bedrijf al enkele *innovation awards* en zijn investeerders ingestapt. Het wachten is op een Nederlandse aanbieder...

Zie voor een groot aantal reacties het bericht over Wave Accounting op Accountant.nl, plus een aantal vervolgb berichten over 'gratis boekhouden'.

twee jaar later



MARTIN NOORDZIJ: 'WE GAAN VERKLARINGEN AFGEVEN DAT EEN PENSIOENREGELING VOLDOET AAN DE WETTELIJKE EISEN EN DAT HET OPTIMALE ERUIT IS GEHAALD.'



Meer op
Accountant.nl/
Vaktechniek

JACOB KIENSTRA: 'INMIDDELS DOEN WE ZAKEN MET DRIE VAN DE BIG FOUR-KANTOREN, EEN SAMENWERKING WAARVAN DE SCHAAL TOENEEMT.'

nog een cultuuromslag komen. Op dit moment lopen er een aantal interessante initiatieven in combinatie met de service providers voor de primaire processen. Overigens moeten we ook onszelf kritisch aankijken. We hebben er ten aanzien van FD Plaza simpelweg niet hard genoeg aan getrokken dit jaar."

SCHAALVERKLEINING

Het Amsterdamse **Kop of Munt** – met tegenwoordig ook een nevenvestiging in Delft – lijkt van de bevroegde kantoren qua marktbenadering nog het meest op SVC, ook al is het een heel ander kantoor. Kees Leijs hield destijds al een gloedvol betoog over de waarde van een specialistische marktfocus – in zijn geval de creatieve sector – en hoe belangrijk het is de taal van je klant te spreken. Dat blijkt hij nu nog steeds te doen. In 'zijn' markt is geen sprake van schaalvergroting maar juist schaalverkleining: "We zien in de creatieve sector steeds meer netwerken van individuen of kleine organisaties opkomen. Het gevolg voor ons: meer klanten maar een lagere omzet per klant. Als organisatie moet je daar dus ook goed op inspelen." Nieuw in de marktbenadering – sinds dit najaar – is een 'best friends-relatie' met Mazars: "Wij geloven net als Mazars dat je je alleen echt kunt inleven in je klant als je de sector goed kent. Mazars heeft ook een sterke positie in creative industry en we vullen elkaar qua dienstverlening en kennis perfect aan."

NICHE MARKT

Ook nieuw is dat Leijs een andere nichemarkt in het vizier heeft: die van de zelfstandige behandelcentra (ZBC's), privéklinieken met een speciale overheidsvergunning om 'verzekerde zorg' te bieden. Hij verwacht dat deze sector – als gevolg van maatschappelijke ontwikkelingen – de komende jaren sterk zal opkomen en zette naast Kop of Munt dan ook een aparte organisatie hiervoor op. Ook hier is inmiddels de samenwerking met Mazars aangegaan: "Mazars heeft een vijftigprocentbelang in BronMazars, de organisatie van waaruit we deze markt bedienen. Wat daarbij ook meespeelt is dat het voor een relatief kleine organisatie best lastig is te voldoen aan de eisen van een Wta-vergunning. Met de slagkracht van Mazars erbij kunnen we dat veel efficiënter inrichten."

BUSINESS COACH

Een paar kilometer bij Kees Leijs vandaan zetelt **Nieuwint & Van Beek**, dat in 2009 bij monde van Martin Noordzij heel duidelijk was over zijn ambities: "We hebben hier de smaak van innovatie leren waarderen en kunnen niet meer zonder. Onze uitdaging voor de

komende jaren is om iedereen om te vormen tot business coach."

Anderhalf jaar later is de vraag: is dat gelukt? Noordzij: "We zitten er middenin. We dwingen ons om met nieuwe dingen bezig te zijn en zijn ons zeer bewust van de noodzaak daarvan. We moeten niet zozeer de factuur voor de klant omlaag brengen maar onze waarde verhogen tegen dezelfde kosten. En ik geloof er heilig in dat dat kan. We verkeren in een lastige markt waarin groei erg lastig is, maar voor de verdere toekomst ben ik optimistisch."

BUITEN DE SECTOR KIJKEN

Het kantoor organiseerde onlangs nog een sessie met een groep klanten om over de toekomst te praten en helder in kaart te krijgen wat zij van een accountant verwachten. "En daarbij moet je ze vooral niet zelf de woorden in de mond leggen", zegt Noordzij. "En je moet je ook niet te veel laten leiden door wat anderen in de sector doen, maar vooral buiten je eigen wereld zoeken naar voorbeelden hoe het anders kan. We kunnen bijvoorbeeld voor een efficiënte aanpak leren van de logistieke sector."

Nieuwint & Van Beek was afgelopen jaar niet in staat om groei te realiseren, maar Noordzij is niettemin optimistisch over de lange termijn. Van ideeënarmoe is in elk geval geen sprake, want hij belooft een aantal dingen te gaan doen die breken met traditionele conventies.

Een tipje van de sluier? "Een daarvan is een verklaring dat een klant alle subsidies aanboort waar hij recht op kan doen gelden. Een andere ligt op het vlak van pensioenen. We gaan verklaringen afgeven dat een pensioenregeling – zowel directeur-groot aandeelhouder als collectief – voldoet aan de wettelijke eisen en dat het optimale eruit is gehaald. Dat zijn dingen waar klanten echt wat aan hebben."

Hoe valt dat in een beroepsgroep die bij dergelijke initiatieven al gauw in de vaktechnische reflex schiet door te stellen dat dit niet kan? "Ik ontmoet weerstand maar daar laten we ons niet door tegenhouden. We gaan het in 2012 gewoon doen."

FLEXIBELE SCHIL

Een brutaal mens heeft de helft van de wereld. En dat is weer een mooi bruggetje naar het volgende kantoor dat de afgelopen jaren ook als een breekijzertje functioneerde in de markt. **The Independence Company** (TIC) toonde aan dat ook in de accountantsmarkt de tijd rijp is voor een flexibele arbeidschil. Flexibilisering klinkt logisch: een accountant kan zich dan bijvoorbeeld in het begin van het jaar laten inhuren door een accountants-

JORIS JOPPE: 'WE HEBBEN OOK EEN KANTOOR IN BRUSSEL GEOPEND. WE GROEIEN DUS RUSTIG DOOR.'



JORIS JOPPE: 'KLANTEN WILLEN GEEN ACCOUNTANT DIE STIL ZIT.'

kantoor voor de jaarrekeningcontroles en de rest van het jaar zich bijvoorbeeld als controller in de markt zetten. Dat is maar een van de voordelen van het concept dat TIC ondernemende accountants biedt. Talentvolle en ondernemende accountants kunnen via dit model afscheid nemen van het typische piramidemodel dat binnen met name de big four-kantoren nog steeds domineert. In het begin keken die kantoren dan ook met gezonde argwaan naar TIC. Jacob Kienstra toont zich namens TIC strijdvaardig en optimistisch: "Het concept begint aan te slaan in de markt. We hebben de slag gemaakt van gedoogd worden naar geaccepteerd worden door de markt. Inmiddels doen we zaken met drie van de big four-kantoren, een samenwerking waarvan de schaal toeneemt."

CRISIS

Volgens zijn collega Eltjo Drent heeft TIC nu dertig TIC-professionals: "Dat is conform de verwachting. We zijn gestart met dit concept tijdens de economische crisis van 2008 en hebben dus economisch de wind nooit in de zeilen gehad. De tarieven staan onder druk, maar dat is feitelijk koren op onze molen, want we kunnen met deze aanpak meebuigen met het budget van de opdrachtgever. We bieden big four-kwaliteit tegen een betaalbaar tarief."

Beiden zijn volledig overtuigd dat dit franchiseconcept inspeelt op de eisen van een nieuwe generatie accountants die zelf aan de knoppen van zijn/haar ontwikkeling wil zitten en zich niets laat vertellen.

Is het niet lastig om ondernemende accountants te vinden, aangezien deze beroepsgroep ondernemerschap en externe focus vaak niet in de genen heeft? "Klopt. Een TIC-professional kan niet achteroverleunen tot de opdrachten binnenstromen en we verwachten een sterk ondernemende houding. Maar via mond tot mond reclame komen de juiste mensen toch wel bij ons uit."

Kiest u



Accountant 1
Wervingskosten:
Ander W&S bureau

€ 12.000

accountant 1 of

RENÉ SCHOLTEN: 'EEN SCAN VAN DE MVO-PRESTATIES ZAL NOOIT EEN BELANGRIJKE PIJLER WORDEN.'

WTA-VERGUNNING

Frans Kemper van het eerdergenoemde SVC laat weten momenteel toch te overwegen een Wta-vergunning aan te vragen, al deed hij dat tot voor kort heel bewust niet. "Want onze klanten worden als gevolg van consolidatie in de sector groter en wij moeten meegroeien. We worden steeds meer door grote gevestigde partijen (waaronder verzekeraars) benaderd en op dit moment moeten we dan nog nee verkopen voor de wettelijke controles."

Ook TIC koos er destijds bewust voor om geen Wta-vergunning aan te vragen. Is dat nog steeds zo? Drent: "Absoluut. We gaan niet certificeren, want dan worden we weer een accountantskantoor en dat is nu juist wat we niet willen. Daarmee hebben we ook de handen vrij voor een adviserende rol en dat wordt erg goed ontvangen in de markt."

Tussen neus en lippen door laat Kienstra ook nog weten bezig te zijn met een nieuw idee: "We zien een rol voor ons weggelegd in het verzorgen van financieringsaanvragen. Veel simpele bedrijfsfinancieringen zijn voor veel banken nogal bewerkelijk en wij denken dat we dat proces kunnen versoepelen en daarmee waarde kunnen creëren. Als wij tien rechttoe rechtaan financieringen bundelen en op de juiste wijze aanbieden aan een bank, dan is iedereen daarbij gebaat. De bank heeft minder administratief werk en de ondernemer krijgt zijn financiering rond."

TUACC

In het rijtje breekijzers mag **Coney** niet ontbreken. Het kantoor is onder accountants bekend omdat Pieter de Kok en Joris Joppe de aanstichters waren van de tweet-ups die onder de noemer Tuacc streven naar vernieuwing van de accountancy. Men zet al jaren hoog in op data-analyse en process-mining als alternatief voor de traditionele controleaanpak. Want met de informatie die dat oplevert kun je echt wat betekenen voor je klanten, zo betoogde De Kok destijds.

Joppe beaamt dat ook nu. "We kunnen voor de belangrijkste risico's specifieke bestandscontroles uitvoeren die slimme verbanden leggen of opmerkelijke transacties rapporteren. Dat varieert van een controle op dubbele betalingen tot veel geavanceerdere toepassingen. Doel is dat je als accountant zekerheid krijgt met een geautomatiseerde gegevensgerichte aanpak en tegelijkertijd op een handzame manier de ondernemer iets geeft waarmee deze beter in control raakt of geld kan besparen. Met name voor organisaties met een hoog

routinematig karakter – zoals detacheerders of ZBC's – levert dat heel zinnige dingen op."

PRIJSDRUK ONTLOPEN

Slaat dat aan in de markt? "Tijdens ons vorige gesprek zaten we op twintig mensen, nu op zo'n 25. Overigens zijn dat niet allemaal vaste dienstverbanden, want dat is niet meer van deze tijd. Oh, en we hebben ook een kantoor in Brussel geopend. We groeien dus rustig door. Het concept begint te landen en onze reputatie groeit. Dat merken we bijvoorbeeld doordat we spontaan worden gevraagd om mee te doen aan offerterondes. En het is ook mooi om te merken dat je op deze manier soms de prijsdruk in de markt kunt ontlopen. Soms krijgen we de opdracht ook al zijn we niet de goedkoopste. Omdat we wat anders bieden."

In hoeverre speelt jullie Tuacc-initiatief hierbij een rol? "Dat is natuurlijk nooit bedoeld om ons te onderscheiden in de markt. Maar het helpt wel. Klanten willen geen accountant die stil zit."

FINANCE ONLINE

Daarvan kun je de directie van **Ten Kate Huizinga** in elk geval ook niet beschuldigen. Het kantoor – actief in het oosten van het land – zet hoog in op innovaties en weet ook dat er soms een lange adem nodig is voordat deze leiden tot resultaten. Dit jaar is er sprake van een minieme krimp van de omzet, als de acquisities niet worden meegeteld. René Scholten: "Met name dit najaar zie je dat ondernemers het moeilijk hebben. Ze doen alleen het noodzakelijke en stellen de rest uit." Het kantoor blijft hoog inzetten op innovaties. Een daarvan is het overnemen van de (complete) financiële functie van mkb-bedrijven. Het idee daarachter is eenvoudig: de wat grotere mkb-bedrijven willen veelal wel kunnen beschikken over een eigen boekhouder. Maar een getalenteerd boekhouder zoekt vaak wat meer uitdaging en is dus lastig te binden aan een kleinere organisatie.

Ten Kate Huizinga biedt dan aan om het takenpakket van de boekhouder volledig over te nemen, met onder meer het product Finance Online. Het slimme daarvan is dat het eigenlijk een concurrent is van de eigen boekhouder, niet van de accountant. "Dat is makkelijker te vermarkten, want dan kun je tegen een ondernemer zeggen dat zijn kosten met zo'n dertig procent omlaag kunnen. We hebben de afgelopen tijd dat systeem helemaal verfijnd en onze mensen opgeleid. Dit is voor het komende jaar echt een speerpunt in de marktbenadering."

MKB DUURZAAM

Naast een kostenvoordeel speelt er nog een ander aantrekkelijk punt een rol. "Door de dagelijkse zwaar geautomatiseerde verwerking van afschriften, inkoopfactu-

PASCALÉ PETIET: 'WE ZITTEN NU OP 23 VESTIGINGEN EN GROEIEN MET CIRCA TWEE VESTIGINGEN PER MAAND.'

ren en dergelijke hebben we altijd actuele informatie ter beschikking. Je kunt dus veel dichterbij je klant zitten en dat levert allerlei adviesmogelijkheden op. Je kunt bijvoorbeeld heel makkelijk scenario's doorrekenen en klankborden op strategisch niveau."

Destijds was het kantoor ook bezig met dienstverlening rondom duurzaamheid. Is dat de kinderschoenen ontgroeid? "We hebben vijf opdrachten gedaan onder het label MKB Duurzaam. Voor een paar duizend euro heeft een mkb-onderneming dan een scan van de mvo-prestaties. Voor het komende jaar willen we er meer doen, maar dat zal nooit een belangrijke pijler worden. We doen het om bij te blijven qua kennis en zien het als een mogelijkheid iets extra's toe te voegen voor onze cliënten."

ONLINE

Last but not least **Pascale Petiet**. Zij was in 2006 de eerste accountant in Nederland die klanten volledig online van dienst was met de modernste technologie en is ook nu nog de pionier op dit vlak: "We moeten nu wachten op de softwareleveranciers, tot die helemaal klaar zijn met SBR. De marketingafdeling van de leveranciers is verder dan de werkelijke techniek."

Een paar jaar later besloot ze haar accountantskantoor over te dragen en zelf het concept uit te venten aan franchisenemers onder de gezamenlijke noemer Online Accountants. Hoe vergaat het haar inmiddels? "Goed. We zitten nu op 23 vestigingen en groeien met circa twee vestigingen per maand. Elke maand houden we een bijeenkomst voor geïnteresseerden. Dit zijn voornamelijk accountants en belastingadviseurs die voor zichzelf willen starten. Dat kunnen ook oudere mensen zijn, die op een bepaald moment uitgegroeid zijn bij hun werkgever. De startende accountants nemen het concept het beste op."

GEBOREN VERKOPER

Essentieel bij het succes is of Petiet de juiste mensen weet te selecteren, en daarvan lijkt ze zich ook bewust: "Geen enkele accountant of belastingadviseur is een geboren verkoper, anders was hij niet in de cijfers gegaan. Maar dat is wel belangrijk. We selecteren nu wel doordat we mensen in de aanmeldprocedure een assessment laten doorlopen. Mensen moeten in de basis ondernemend zijn. Met onze ondersteuning moeten ze erop uit willen gaan."

De ervaring leert volgens Petiet dat startende franchise-ondernemers circa een halfjaar bezig zijn om een basis klantenbestand op te bouwen. "Daarna loopt het en zijn de groeicijfers na twee jaar gemiddeld dertig procent."

Is ze momenteel nog bezig met nieuwe dingen te ontwikkelen? "Alle processen zijn volledig gedigitaliseerd, dus dat staat. Alleen op details zijn we bezig. De grote lijnen staan. Er is een tijd van innoveren en een tijd van toepassen en uitbreiden. We kunnen ons volledig op de markt richten." □

accountant 2?



Accountant 2
Wervingskosten:
Label C RECCEN
€ 4.000

Tarieven zijn excl. BTW

Label A
8 Vacaturebanken
Selectie
€ 2.000

Label B
12 Vacaturebanken
Selectie
I-Search
€ 3.000

Label C
12 Vacaturebanken
Selectie
I-Search
Advertentie vakblad
€ 4.000

RECCEN
RECCEN.NL

Baanbrekend in recruitment!

Stationspark 704-708 | 3364 DA Sliedrecht
T 0184 - 42 51 41 | E info@reccen.nl