

## Budgetlabels houden grotere kantoren in de markt

**Afgelopen voorjaar baarde Grant Thornton opzien met plannen voor een nieuw budgetlabel. Maar andere grote kantoren betreden ook de onderkant van de markt met aparte merken. Hiermee hopen ze in beeld te blijven bij ondernemend Nederland.**

"We richten ons kleinere ondernemers, zoals freelancers en bedrijven met een paar man personeel", zegt Gijs Jongeling van Thing. Dit merk is eind 2013 gelanceerd door accountantskantoor Abab. Die diensten hadden ook door Abab zelf aangeboden kunnen worden. "Maar we hebben Thing als een eigen merk neergezet omdat er andere doelgroepen worden aangesproken dan de ondernemers die van accountantsdiensten gebruikmaken."

Thing neemt zzp'ers, vof's en kleine bv's de boekhouding, belastingaangifte en salarisadministratie uit handen met online dienstverlening. Omdat er geen accountancy wordt aangeboden bij Thing zijn de diensten goedkoper dan die bij Abab, vervolgt Jongeling. "Er zijn wel meer verschillen. Zo is Abab vooral regionaal actief, terwijl Thing het hele land bedient."

Jongeling van Thing vertelt dat er nu ondernemers worden bediend die anders niet bediend zouden worden door Abab. Deze omzet gaat dan ook niet ten koste van Abab. "Het gebeurt dat de klanten van Thing met grotere vragen komen. Daar maken we dan een voorstel op maat voor, of we verwijzen de ondernemers door naar Abab."

Het is hetzelfde soort merk als het beoogde budgetlabel waarmee Grant Thornton afgelopen voorjaar de aandacht trok. Die overwoog om een nieuw merk te lanceren dat de markt voor boekhouden en samenstellen kon bedienen, voornamelijk aan klanten in het kleinbedrijf.

Deze diensten zijn al gauw te duur als ze door een accountantskantoor worden aangeboden, zo is het verhaal. Door de regelgeving die voor accountantskantoren geldt, zouden er te veel procedures zijn om eenvoudige diensten betaalbaar te houden. Bijvoorbeeld de eisen ten aanzien van klantacceptatie en verplichte rapportages.

Hoewel de aankondiging van Grant Thornton van een nieuw merk klonk als een noviteit, komen de zogenaamde budgetmerken van grotere kantoren vaker voor. Zo ook bij Accon avm, dat jaren geleden Ellen4biz introduceerde, eveneens voor online dienstverlening aan zzp'ers en kleine ondernemers. Destijds werd dit bedrijfje een 'programma' genoemd door Accon avm. Dit zou het duurzaamheidsaspect van Accon avm ten goede komen, zo communiceerde het bedrijf.

Inmiddels is Ellen4biz een eigen merk dat is losgekoppeld van Accon avm. "Er werken geen accountants van Accon avm bij ons", zegt Koert Adriaans, directeur van Ellen4biz. "We zitten in hetzelfde pand, maar wel gescheiden."

Ook hier is het kostenverschil een argument. Eenvoudige ondernemersvragen over het voeren van de administratie kunnen voordelig beantwoord worden. "Ellen4biz kan een jaarrapport afleveren zonder accountantscontrole", zegt Adriaans. Andere vragen kunnen worden doorgezet naar Accon avm.

"Met Ellen4biz willen we dienstverlening aanbieden aan kleine mkb-bedrijven", zegt Adriaans. "Dat zijn niet alleen de starters, maar ook de ondernemers die doorstarten of die afgesplitst zijn van grotere bedrijven. Die zoeken vaak eenvoudigere diensten dan de accountancy waaraan ze gewend waren. Die gaan niet naar Accon avm, maar we willen ze wel blijven bedienen. We zijn ons ervan bewust dat kleine ondernemers later grote ondernemers worden, die vragen om andere diensten. Die verwijzen we dan door naar Accon avm."

Dit soort doorverwijzing komt nog amper voor, want Ellen4biz heeft zichzelf nog maar net getransformeerd tot een volwaardig merk voor het kleinbedrijf. Jarenlang is er gewerkt aan een goede backoffice die volledige online dienstverlening mogelijk maakt.

"Dat is voor veel dienstverleners in deze markt nog relatief nieuw, ook voor ons", zegt Adriaans. "De backoffice bestaat onder andere uit een servicedesk die goed bereikbaar moet zijn, een online dashboard waarmee ondernemers op eenvoudige wijze en te allen tijde hun administratie kunnen inzien en een tool voor het online verwerken van facturen. Je moet een goede service kunnen leveren aan de ondernemers, zowel qua techniek en snelheid als inhoudelijk en ondersteunend. Het is belangrijk om dit goed te kunnen, want steeds meer ondernemers raken eraan gewend om online diensten af te nemen."

"Het heeft ons de afgelopen drie jaar veel tijd gekost om dit te leren. Nu willen we Ellen4biz opnieuw in de markt zetten. Niet alleen om nieuwe ondernemers te trekken, maar ook om ze te behouden en om mee te gaan in de eisen van

deze tijd die gesteld worden aan zakelijke dienstverleners."

Deel dit artikel



## GERELATEERD

---

MAGAZINE | 15 september 2021

### **Van de aktetas naar de cloud?**

Zijn mkb-accountantskantoren al zo ver dat digitalisering en automatisering volledig worden omarmd? Kunnen ordners en aktetas worden vervangen door de cloud? Verkennend... →

---



DISCUSSIE | Opinie | 25 mei 2021

#### **Een luie en zinloze discussie**

Als we het over advies hebben, laten we dan beginnen met duidelijk te maken over welk onderwerp we het hebben, meent Joris Joppe. →

---

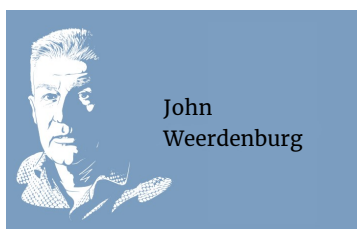


ACCOUNTANT EN ONDERNEMER | 03 augustus 2020

#### **Een goede relatie levert geld op. Voor beide partijen**

Joris Joppe over internationaal onderzoek naar de relatie tussen accountant en ondernemer en het financiële succes van mkb-ondernemingen. →

---



John  
Weerdenburg

DISCUSSIE | Column | 29 juli 2020

#### **Woensdag, adviesdag**

Als je ruimte in je agenda maakt voor advies pluk je daar ook de vruchten van, meent John Weerdenburg. →

---



DISCUSSIE | Debat | 20 december 2019

#### **NEMACC-symposium: genoeg mogelijkheden voor mkb-praktijk**

Ook in de mkb-praktijk liggen er volop mogelijkheden voor een gezonde toekomst van het accountantsberoep. Daarvoor moet de accountant wel vooruit kijken, niet alleen... →

---