

SCHUITEMAN ACCOUNTANTS EN ADVISEURS: VERVLOCHTEN MET DE REGIO

‘DUURZAAMHEID IS PURE WIN-WIN’

Dat accountancy en fiscale dienstverlening sterk veranderen, weten Bram Faber (fiscaal venoot en specialist duurzaamheid) en Alex van de Kamp (regiomanager) als geen ander. Ze zitten midden in dat proces, maken er met Schuiteman actief deel van uit en pakken dat enthousiast op. Want in het speelveld van mkb-ondernemers die verder willen, is Schuiteman een proactief meedenkende adviseur. Continu de vinger aan de pols houdend van zowel klant als de omgeving waarin deze opereert. Vandaar dat een van de belangrijkste ontwikkelingen van dit moment, Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, centraal staat in het gesprek met dit magazine. “Wij kijken bij verduurzaming samen met klanten vooruit om hen te helpen de geldende regelingen en subsidies op de juiste wijze te verzilveren en zo een win-win te realiseren voor onderneming én omgeving.”

De locatie van kantoor Barneveld belichaamt perfect wat Schuiteman wil zijn: een regionale speler met lokale accenten waarbij betrokkenheid bij klanten, werknemers en haar omgeving centraal staat. Vanaf het kantoor aan de Thorbeckelaan ben je zó Barneveld in en weer uit. Dat hoeft overigens niet alleen fysiek van toepassing te zijn. De accountants, fiscalisten en adviseurs kruisen hun degenen namelijk niet alleen met hun kantoorgenoten in Barneveld, ook wisselen zij onderling expertise uit met de kantoren in Ede-Veenendaal, Voorthuizen, Nijkerk, Huizen en Harderwijk. Die kennisgedrevenheid hoort bij een organisatie die wil groeien en die klanten wil helpen dat óók te doen. Van de Kamp en Faber bewandelen bovendien zelf een interessant groeipad. Zo startten beiden bij een Big Four kantoor, Faber bij PWC en Van de Kamp bij KPMG. “In mijn zeventien jaar bij PWC ontstond door het begeleiden van diverse spelers in de energiesector mijn affiniteit met duurzaamheid”, zegt Faber.

MET HART VOOR HET MKB

De markt ging hem al snel als duurzaamheidsexpert zien en Faber zat al snel bij grote partijen aan tafel, maar eigenlijk ging zijn hart nóg meer uit naar het adviseren van bedrijven in de mkb-sector. Toen hij zes jaar geleden dus benaderd werd door Schuiteman, was de beslissing snel genomen. Faber stapte als senior belastingadviseur én specialist duurzaamheid aan boord en is inmiddels alweer enkele jaren fiscaal venoot. Het pleit voor de visie van Schuiteman dat het zijn expertise inkocht. “Dit bedrijf vindt duurzaamheid ‘an sich’ al heel belangrijk maar weet bovendien hoezeer bedrijven

en bedrijfsketens ervan opknappen als ze stappen ter verduurzaming zetten.”

Ook Van de Kamp heeft bij KPMG belangrijke ervaring opgedaan in zijn functie als accountant. Daarnaast is hij bij Schuiteman als regiomanager Midden verantwoordelijk voor de aansturing van de kantoren Voorthuizen en Barneveld. Dat de tijden veranderen, en dat hij daar graag in meegroeit, illustreert zijn eigen typering van wat hij doet. “Strikt genomen mag ik dan accountant zijn, in de praktijk ben ik veel meer adviseur van mijn klanten. In mijn service aan mkb-ondernemers gaat het voor mij steeds om de vraag: waarmee kan ik hen vooruit helpen?”

‘IN MIJN SERVICE AAN MKB-ONDERNEMERS GAAT HET VOOR MIJ STEEDS OM DE VRAAG: WAARMEE KAN IK HEN VOORUITHELPEN?’

Hun dienstverlening is er alleen maar interessanter op geworden, bevestigen ze. “Waar bij onze service de achteruitkijkspiegel altijd dominant was, en we druk waren met het interpreteren van cijfers uit het verleden, daar kijken we nu meer vooruit”, zegt Van de Kamp. “Natuurlijk hebben we nog altijd te maken met de wettelijke plicht om jaarcijfers te rapporteren. Toch willen we met onze kennis vooral bijdragen aan de toekomstige bedrijfsresultaten van onze klanten.” Daarbij is de persoonlijke aanpak hen uit het hart gegrepen, voegt Van de Kamp daaraan toe. “We gaan bij voorkeur langs op het bedrijf van



de klant. Dat geeft direct een beeld van de omgeving waarin hij opereert en beslist, en van waaruit hij praat. We willen dicht op die wereld zitten om zo nog beter te kunnen sparren en adviseren." Bezoekjes zijn dus vooral in de startfase van belang. Van de Kamp pakt er een sportmetafoor bij. "De kennismakingscyclus duurt één jaar. Dan heb je alles een keer voorbij zien komen, heb je het personeel van je klant gezien en kun je optimaal meedenken. Vergelijk het met de vrije training in Formule 1, heb je die eenmaal gedaan dan kun je met je klant op volle kracht de race in."

ENERGIE BESPAREN IS VERPLICHT

Als regionale speler met lokale focus zit Schuiteman bovenop de regionale markt. Die bestaat voornamelijk uit technologie-intensieve ondernemingen waaronder veel IT-bedrijven, maakindustrie, vastgoed, handel-sondernemingen, agrarische bedrijven en transport en logistiek. "Veel klanten zijn bovendien echte familiebedrijven," zo geeft Faber aan. Van de Kamp: "We steken qua sectoren heel breed in en door onze brede branchekennis komen wij sneller in een vertrouwensrelatie met onze klanten. Wij snappen de ondernemer en zijn omgeving." Faber vult aan dat het er daarbij om gaat je kennis als adviseur helder te vertalen naar advies. "Je moet letterlijk kunnen vertellen welke stappen een ondernemer kan nemen en wat zijn voordeel is."

Alex van de Kamp (links)
Bram Faber

**'DE KENNIS-
MAKINGSCYCLUS
DUURT EEN JAAR,
VERGELIJK HET
MET DE VRIJE
TRAINING IN
FORMULE 1, HEB
JE DIE EENMAAL
GEDAAN DAN
KUN JE MET JE
KLANT OP
VOLLE KRACHT
DE RACE IN'**

Duurzaamheid speelt een cruciale rol en als ondernemers daar zelf nog niets mee doen, helpt Schuiteman ze op weg. De allereerste stap is om te realiseren wat mogelijk is, zegt Faber. "Ook een kleine stap zorgt al voor beweging. Dit thema speelt dwars door alle branches heen. Velen denken bij duurzaamheid primair aan investeren in zonnepanelen, maar duurzaamheid gaat veel verder. Ook goed personeelsbeleid, afvalbeheer en zorg voor de maatschappij waarin je werkt, vallen daar bijvoorbeeld onder." De bewustwording van de noodzaak van investeren in een wereld voor de generaties na ons heeft zich volgens Faber inmiddels vrijwel voltrokken. Hij gebruikt het beeld van de preek, de wortel en de stok. Het begon met Al Gore's 'An inconvenient truth' dat de milieuproblemen confronterend in beeld bracht. Daarna ging de overheid middels subsidies en faciliterende regelgeving ondernemers stimuleren om actie te ondernemen. Het einde van die trits is de stok en die is inmiddels in zicht. "Denk bijvoorbeeld aan de energiebesparingsplicht die al enkele jaren geldt voor eigenaren van bedrijfstvastgoed. Die moeten over energieverbruik rapporteren en tonen hoe ze daarin hebben bezuinigd. Maar daarnaast hebben ze ook de plicht om over toekomstige huisvesting te rapporteren, dat in verband met toe te kennen energielabels. Hoewel aangetekend moet worden dat de meeste maatregelen nu nog vrijblijvend zijn, hoort daar ook de opmerking

bij dat dit niet lang zo zal blijven. Er gaat in de nabije toekomst gecontroleerd en zo nodig gesanctioneerd worden.”

WIJ WETEN DE WORTELS TE VINDEN

Die stok is wat Faber en Van de Kamp betreft overigens niet relevant. “Op die stok moet je het helemaal niet laten aankomen, want duurzaamheid is pure win-win. Je neemt maatregelen die initieel geld lijken te kosten, maar die op langere termijn uiteindelijk geld opleveren. Bovendien is Den Haag er ook nog, zeggen wij altijd. Er zijn immers zowel lokale als landelijke fiscale regels en subsidies waarmee de ondernemer nog een extra duwtje in de rug krijgt. Wij denken niet alleen mee over de duurzaamheidsstappen die klanten kunnen nemen, maar helpen ook het beste moment te bepalen om een bepaalde stap te zetten. Opdat de klant daar optimaal van profiteert.” Er zijn bovendien nog meer argumenten om het MVO-pad te betreden, zo beïnvloedt MVO je imago als ondernemer in positieve zin en door ermee te beginnen kan een ondernemer zijn hele keten naar een hoger duurzaamheidsniveau tillen. Daar komt bij dat kredietverstrekkers steeds meer eisen

‘WE ZIJN VERVLOCHTEN MET DEZE REGIO EN DAT GAAT VEEL VERDER DAN ALLEEN DE STENEN VAN ONS KANTOORPAND’

gaan stellen. Dus ook voor ondernemers die investeringsmiddelen nodig hebben is het van belang dat ze aan bepaalde MVO-criteria voldoen. Wij helpen onder andere daarom onze klanten tevens om transparant te presenteren wát ze al aan MVO doen.”

Schuiteman brengt risico's in kaart en kijkt tevens wanneer het fiscaal optimale moment daar is om een bepaald voordeel te pakken. De hamvraag daarbij is wanneer je het meeste voordeel bij een bepaalde stap of maatregel hebt. Overigens kunnen ook de risico's alles met timing te maken hebben, zegt Faber. “Vaak geldt voor financiële ondersteuning door de overheid dat, om daarvoor in aanmerking te komen, je binnen enkele maanden na een investering die moet melden. Zo is bijvoorbeeld drie maanden een veelgebruikte termijn en je moet er uiteraard niet aan denken dat je een flinke investering na drie maanden en één dag aanmeldt en zo je subsidie misloopt. Op dat soort risico's wijzen wij klanten.”

INVESTEREN IN DE REGIO

Zelf is Schuiteman uiteraard ook volop met MVO bezig, zegt Van de Kamp. “Wij zijn onder meer betrokken bij de Stichting Barneveld Tomorrow die door een groep lokale ondernemers is opgericht en tot doel heeft om jongeren en kennis in Barneveld te houden. Daarvoor wordt er contact gelegd met havo/vwo-schoolverlaters voordat ze uitstromen richting een vervolgstudie in een grote stad. Mis je dat moment dan ben je namelijk die jongeren en hun kennis kwijt. We zijn samen met andere ondernemers en organisaties zeer intensief betrokken bij dit platform in Barneveld waar we jongeren, studenten en starters informeren over de vele mogelijkheden die de gemeente biedt. Voor studenten liggen er kansen op een stage, voor startende ondernemers liggen er, dankzij het enorme zakelijke netwerk van Barneveld Tomorrow, volop kansen om van een startup een scale-up te worden. Wij helpen alle partijen op weg.” “Voor Schuiteman is het vanzelfsprekend om zo een bijdrage te leveren, en bovendien trekt een aantrekkelijk ondernemersklimaat weer nieuwe bedrijven aan”, zegt Faber. En dat zijn weer potentiële nieuwe klanten. Het tekent hoezeer Schuiteman betrokken is in de regio waar haar vestigingen staan. “En wat is er nou mooier dan om als bedrijf of organisatie je omgeving te versterken en daar op jouw beurt door versterkt te worden? We zijn dus echt vervlochten met deze regio en dat gaat veel verder dan alleen de stenen van ons kantoorpand.”

