

RSM Magazine

Allan Hardenberg
van ALDA Events:
'Groot geworden met
Armin van Buuren'

Derde generatie
viert jubileum:
eeuwfeest voor
P. Schreuder & Co

Nieuw elan ...



RSM Magazine

NAJAAR/WINTER 2015

... Drie kantoren,
één naam





Meten is ons vak



Ingenieursbureau Coenradie beschikt over een team meetkundige experts, met ruime ervaring voor diverse meetoplossingen en uitgerust met apparatuur die soms specifiek voor een bepaalde omgeving gemaakt of aangepast is.

Coenradie is dan ook voor diverse meetopdrachten of meetoplossingen in te zetten, zoals:

🔗 **Surveying Solutions**

Op het gebied van industrieel meetwerk zijn we niet alleen de grootste van Nederland, maar ook toonaangevend. Over de hele wereld worden we gevraagd om mee te werken aan de meest prestigieuze projecten en zorgen wij ervoor, dat onze klanten altijd op tijd over de juiste gegevens beschikken. In scheepsbouw, ruimtevaart en voor andere grote constructies weet men de weg naar Coenradie te vinden.

🔗 **Woning- en Utiliteitsbouw**

Maatvoering is maar een heel klein, maar cruciaal onderdeel in de bouw. Dit begint al met uitzetten van bouwpercelen, grondwerk, heipalen, ankerpunten, etc. Dit geldt zeker ook voor maatvoeren van constructies, bouwlagen, gevels, stel-, timmer- en metselwerken tot aan installatiewerken in 2 of 3 dimensies, met of zonder Building Information Modeling (BIM).

🔗 **3D-Laserscannen**

3D-laserscannen is een relatief nieuwe meettechniek waarbij razendsnel een bestaande situatie volledig 3D in beeld kan worden gebracht: 'as built'. De scanner genereert een enorme puntenwolk, waaruit de benodigde gegevens kunnen worden gehaald voor diverse toepassingen.

🔗 **Grond-, Weg- en Waterbouw**

Als de kadastrale grenzen zijn vastgelegd, kunnen wij helpen bij het bouwrijp maken of het ontwikkelen van een nieuw project of gebied. Nieuwe infrastructuur moet passen binnen de grenzen en bestaande situatie. Door meet- en uitzetwerk van Coenradie past alles zoals gepland. Ondersteund door de modernste 3D-technieken kunnen onze ervaren meetkundigen elke situatie buiten uitzetten en omgekeerd het gerealiseerde project controleren en op kaartmateriaal verwerken.

🔗 **High Precision 3D-Meetlab**

Ingenieursbureau Coenradie beschikt ook over een eigen HP Meetlab met 3D-Coördinaten MeetMachine (CMM). Voor controlemetingen op diverse metalen en kunststof voorwerpen kunt u ook bij ons terecht. Op onze machine kunnen objecten van ongeveer 1000 x 700 x 600 mm met ultra High Precision (0.9µm + L/400) volledig 3D in beeld worden gebracht. Onze unieke 'Leitz Reference HP' staat middenin de slimste regio van de wereld. We werken hier aan tandwielen, prototypes en andere – deels geheime – werken, die de toekomst van de High Tech industrie in Brainport verder vorm zullen geven. Voorlopig mogen wij deze objecten controleren en van meetrapporten voorzien.

🔗 **Landmeten/Kadastraal**

Veel projecten beginnen en eindigen met landmeetkundig werk. Coenradie kan u vanaf het begin tot het einde van deze projecten begeleiden en ondersteunen met landmeetkundige diensten, zoals: bepalen van perceelgrenzen, splitsen van percelen, uitzetwerk, maatvoering en inmeten van mutaties of revisiemetingen.

Bij alles geldt dat werken met Coenradie minder risico en minder kans op misverstanden en bijbehorende faalkosten oplevert.

REDACTIONEEL

COLOFON

Voorbode?



Gwen van Loon, hoofdredacteur

De namen van alle (oud-)partners in Nederland verdwijnen uit de bedrijfsnamen, al blijft hun rol in de geschiedenis van de kantoren verankerd. Daarom ervaren de partners de sprong om wereldwijd één merknaam te hanteren als een logisch uitvloeisel van de weg die ze jaren geleden zijn ingeslagen.

Ze gooien niets over boord, ze voegen alleen expliciet iets toe: ook als je internationaal zaken doet, ben je als klant bij ons aan het goede adres. Dat weten de bestaande cliënten al. Voor hun bedrijfsopvolgers en voor nieuwe klanten wordt dat nu expliciet. Waar ter wereld zij ook gaan, de financiële professionals van RSM in Nederland staan hen graag bij met raad en daad en worden daarin bijgestaan door experts van RSM wereldwijd.

Zij maken zichzelf nog explicieter herkenbaar en etaleren dat ze wereldwijd profiteren van elkaars kennis en kunde. Daarbij houden de kantoren ook hun zelfstandigheid. RSM is overal RSM, maar om aan te geven waar je cliënt bent, kan voor het gemak de vestigingsplaats van het kantoor worden toegevoegd. Dan ben je dus klant bij RSM Rotterdam, RSM Haarlem of RSM Maastricht.

De nieuwe stap met het internationale netwerk is ook een statement. RSM is here to stay. Dat geldt ook voor het RSMagazine. Bij de lancering in 2010 droegen de drie kantoren – toen RSM Niehe Lancée, RSM Kooij + Partners en RSM Wehrens, Mennen & de Vries – al duidelijk uit dat ze elkaar in Nederland wilden versterken. Ze gaven er ook impliciet mee aan dat ze voorzagen dat het netwerk zich steeds vaker zou presenteren als één geheel. Later sloot ook Tempelman zich aan bij het netwerk. Zou het stiekem al een voorbode zijn geweest van The Power of Being Understood, het motto dat nu wereldwijd wordt gebruikt om RSM als merk neer te zetten?

Dat de blik zo vooruitziend was, voert wellicht te ver. Wat wel duidelijk is, is dat het RSMagazine blijft bestaan. Aangepast aan de nieuwe huisstijl, uiteraard. Achter de schermen is er daarom het een en ander veranderd. Wat hopelijk niet wijzigt, is dat u het blad graag blijft lezen en geniet van de interviews en rubrieken die wij brengen. We blijven graag doorgaan met portretteren van de mensen die RSM maken tot wat het is: klanten, zakenpartners en medewerkers. Want er zijn nog heel veel mooie verhalen die vertellen waar we u mee willen vermaken.

RSMagazine, nr. 12, Jaargang 6, najaar/winter 2015
RSMagazine is een uitgave van RSM.
RSMagazine wordt in controlled circulation in een oplage van 4.600 exemplaren verspreid onder cliënten en relaties van de bij RSM aangesloten kantoren.

Als u voor toezending in aanmerking wilt komen, stuur dan een bericht naar: atimmer@rsmnl.nl

Redactie

- Gwen van Loon, Punt Tekstproducties (hoofdredactie), gwen@punttekstproducties.nl, Tel. 023-54 44 112
- Harry van Dam, Paapstvdam, bureau voor communicatie
- Angellique Timmer-Weisscher, RSM
- Ben Smeets, RSM

Fotografie

- Erik van der Burgt, Verbeeld
- Jeroen Oerlemans
- Frans Strous, Strous Fotografie
- Hugo Thomassen
- Christina Faber-Berg, Pepper Productions

Coverfoto

Jeroen Oerlemans

Productie en advertenties

Angellique Timmer-Weisscher, RSM
atimmer@rsmnl.nl / tel. (023) 530 04 05

Cartoon

Paul Kusters, Studio 18
paul@paulkusters.nl

Concept en art direction

Frans Spanjaard, Spanjaard Strategie & Communicatie
info@fransspanjaard.nl

Vormgeving

Pieter Tulman, Formaris idee, ontwerp en fotografie
info@formaris.nl

Drukkerij

HuigHaverlag Printing & Digitale Producties
Wormerveer

Redactieadres

RSM
t.a.v. redactie RSMagazine
Postbus 5037
2000 CA Haarlem
atimmer@rsmnl.nl

Overname inhoud

Niets uit deze uitgave mag zonder uitdrukkelijke schriftelijke toestemming van RSM worden overgenomen voor gebruik elders.

www.rsmnl.com



Slim Software nabouwen

Als standaard software niet past.

U heeft oude software systemen of applicaties die hard aan vervanging toe zijn. U wilt kunnen werken via de Cloud, tablets en smartphones.

Indien er voor uw bedrijfsproces geen standaard softwarepakket beschikbaar is, dan is Slim Software Nabouwen hét alternatief.

Codeless 
softwarenabouwen.nl

INHOUD

8



P. Schreuder & Co viert eeuwfeest

14



RSM wereldwijd actief onder één naam

24



Alda Events: groot geworden met Armin van Buuren

32



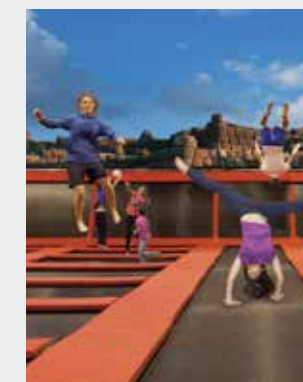
Belastingdienst controleert ondernemers al voor de voordeur

35



Assicuro verzekert alles in het topsegment

40



Trampolinepark Bounz groeit gestaag

43



Kassasysteem Le Credit Sportif gewild bij sportclubs

En verder:

12 Pleased To Meet You: Jochem van Dijke

18 Trivia: Boeken

19 Opinie: Rudolf Winkenius

20 12 vragen: Jos van de Mortel en Rob van Hoek

27 Cartoon

28 Actueel

31 Uit onverwachte hoek: Klaas-Jan Huntelaar

38 Wappside: Koen Dekker

46 Our man in New York: Mario van den Broek



Derde generatie P. Schreuder & Co
viert eeuwfeest

'Ik ben met zachte hand het kantoor ingeduwd'

Assurantiekantoor P. Schreuder & Co uit Rotterdam viert dit jaar zijn eeuwfeest. Elwyn Schreuder – derde generatie – pakte in januari flink uit met een feest op de SS Rotterdam voor zijn relaties. Een koninklijk predicaat kreeg hij niet, maar de Rotterdamse burgervader Achmed Aboutaleb kwam wel. 'Mijn vrienden zeiden: je bent zeker 'matties' met de burgemeester geworden.'

✉ GWEN VAN LOON 📷 JEROEN OERLEMANS



Aboutaleb schreef het voorwoord en nam ook het eerste exemplaar van het boek in ontvangst tijdens de receptie op de SS Rotterdam. 'Ik wilde nog een keer flink uitpakken om mijn kernrelaties, verzekeraars en experts te bedanken voor alle business die ze me hebben gebracht. Het was spectaculair met oude foto's die we projecteerden als een film, het boek en spetterende muziek. Aboutaleb nam wel een half uur het woord. Alles uit het hoofd, met de nodige zelfspot en echt geïnteresseerd. Ik kende 'm nog niet goed, maar sindsdien ben ik zeker pro-Aboutaleb.'

'Ik heb die avond een paar keer gedacht: wat zouden de eerste en de tweede generatie hebben gezegd als ze erbij waren geweest?' Zijn opa begint in 1915 met de verkoop van uitvaartverzekeringen vanuit het huis van zijn ouders. Na zijn trouwen, zes jaar later, verhuist hij het werk naar zijn eigen woning. Later vestigt hij zich in Hillegersberg. In 1942 komt zijn vader in de zaak.

Vader ophalen

Het eerste kantoor – eigenlijk een winkelpand – in de Zwart Janstraat betrekken de Schreuders pas in 1954 om meer aanloop van cliënten te creëren. 'Ik herinner me die plek nog goed. Op zaterdag werkte mijn vader ook en dan gingen we aan het einde van de middag lekkere dingen kopen in de – toen – chique winkelstraat. Daarna haalden we mijn vader op. Mijn overgrootvader was aannemer en had een aantal winkelpanden in deze straat gebouwd. Hij zou de rillingen krijgen als 'ie zag hoe erbarmelijk het nu is gesteld met de straat.'

Na de Tweede Wereldoorlog verkoopt P. Schreuder & Co

naast uitvaartverzekeringen ook steeds meer particuliere levensverzekeringen. Later komen daar inboedel-, WA- en autoverzekeringen bij. 'Mensen kregen steeds meer bezit. Mijn vader ging zich in de zestiger jaren ook focussen op het bedrijfsleven, door actief te worden met volmachten en op de Rotterdamse Assurantiebeurs.'

'Mijn vader was streng en een harde werker die wist wat 'ie wilde. Dat was niet altijd even gemakkelijk voor anderen', blikt Schreuder terug. In 1977 treedt Schreuder zelf aan in het bedrijf. 'Mijn vader kon niet delegeren. Daar ben ik mee begonnen. Anders had ik onze groei nooit kunnen bewerkstelligen.' Alle aandelen zijn sinds 1989 in bezit van Elwyn Schreuder die sindsdien directeur-grootaandeelhouder is.

Hij verhuist het kantoor naar een modern kantoorgebouw, maar vindt uiteindelijk dat dat niets toevoegt aan de identiteit. Daarom grijpt hij in 1998 zijn kans als hij een karakteristiek pand kan bemachtigen aan de Westersingel. Bij hem kunnen zowel particulieren als bedrijven – vooral MKB-bedrijven tot 250 medewerkers – tegenwoordig terecht voor verzekeringen, hypotheek, pensioenen en financiële planning.

Stabiele portefeuille

P. Schreuder & Co heeft zes volmachten en werkt samen met dertig tot veertig verzekeringsmaatschappijen. Dat de dga zich nooit aansluit bij een grotere partij, is een bewuste keuze. 'Ik houd mijn succes liever overzichtelijk, zodat ik mijn klanten ook echt ken en ze op die manier de aandacht kan geven die ze nodig hebben. Ik heb al jaren een stabiele portefeuille en

sommige klanten komen al vier of vijf generaties bij ons over de vloer.'

Hij heeft de verzekeringswereld flink zien veranderen. De laatste crisis heeft ook zijn kantoor geraakt. 'Ik ben iets gekrompen. De laatste jaren hadden we te maken met een slijtageslag in de branche doordat producten als levensverzekeringen en woekerpolissen in opspraak kwamen door de economische crisis, waardoor bedrijven het lastig hadden en verzekeraars zelf ook afslankten', stelt Schreuder. 'Ik vind dat deze laatste groep zich soms iets meer mag realiseren dat ze zich op moeten blijven stellen als business partners.'

Neus in de boter

Het Rotterdamse kantoor staat voor totaaladvies en persoonlijk contact. Dat waardeert hij zelf ook in zijn relatie met RSM in Rotterdam. 'Ik zat eerst bij een grote jongen, maar daar kreeg ik niet de aandacht waar ik recht op meende te hebben. Het duurde altijd te lang voordat je antwoord kreeg op vragen. Via een bevriende collega ontmoette ik twaalf jaar geleden Willem Groeneveld. Die viel met zijn neus in de boter, want hij kon ook meteen een paar fiscale zaken voor mij privé regelen, omdat mijn ouders net waren overleden. Ik vind het fijn dat hij echt naast me staat. Het kantoor is ook klant bij ons.'

'Ik ga zeker geen tien jaar meer door, maar zolang de klanten het nog gezellig vinden dat ze mij spreken en vertrouwen in mij hebben, blijf ik actief.' Schreuder is 63. 'Ik zorg nog altijd dat ik mijn huiswerk heb gedaan, zodat ik ook echt iets voor ze kan betekenen. Ik zie mezelf als een ambassadeur die goed kan luisteren. Op kantoor zitten de mensen die alle actuele,

specialistische kennis in huis hebben.'

Staat de volgende generatie Schreuder klaar om hem op te volgen? 'Mijn kinderen zijn 29 en 25. Ik heb gezegd dat het nu tijd wordt om er serieus over na te denken.' Is er eventueel een andere bedrijfsopvolger? 'Zodra je de 60 gepasseerd bent, word je gebeld. Mijn eerste streven was dit bedrijf minstens 100 jaar te laten bestaan. Zo ver is het nu. Ik ben nu bereid te kijken of ik met iemand anders ga samenwerken, of er iemand binnen het bedrijf is die de boel over wil nemen of dat een van de kinderen alsnog zijn kans grijpt.'

'Maar één ding ben ik heilig van plan: me er bewust van zijn dat ook op dit kantoor straks veranderingen worden doorgevoerd. Ik wilde ook mijn eigen stijl hanteren. Zo hoort het te gaan. Daarom dwing ik mijn kinderen tot niets. Ik wilde studeren in Groningen, maar moest in Rotterdam blijven.'

'Ik houd mijn succes graag overzichtelijk'

Timboektoe

Mijmerend: 'Ik dacht er vroeger over diplomaat te worden, maar werd met zachte hand deze kant op geduwd. Begrijp me goed: ik heb nergens spijt van. Wat had ik als ambassadeur willen doen? Stempels van Timboektoe in iemands paspoort zetten? Voor je een interessante post krijgt, heb je mijn leeftijd nu. Dan heb ik nu een interessanter leven.'

PLEASED TO MEET YOU



'Ik vond fluiten zo leuk, dat iemand zei: wie weet, kun je er wel mee hogerop komen'



Jochem van Dijke

Jochem van Dijke (24) is assistent-accountant bij RSM in Rotterdam. In zijn vrije tijd leidt hij de zaalvoetbalwedstrijden in de Ere- en Eerste Divisie, op gras is hij vooral te vinden op de Zeeuwse en West-Brabantse velden. Hij droomt ervan ook FIFA-arbiter te worden.

✉ GWEN VAN LOON 📷 ERIK VAN DER BURGT



mocht blijven na zijn stage. 'Ik ben blij dat ik die kans kreeg. De sfeer is hier heel goed, iedereen staat voor elkaar klaar.' Over twee jaar hoopt hij zich registeraccountant te kunnen noemen. Dan heeft hij zijn opleiding aan Nyenrode Business University – meestal is hij daar op vrijdag – en zijn praktijkopleiding afgerond. 'Ik had altijd iets met cijfers, ik denk dat we dat van mijn opa hebben overgenomen.' Met 'we' bedoelt hij zichzelf en zijn tweelingbroer die na zijn studie docent wiskunde werd op zijn oude middelbare school.

Platform Cliënten Jeugdzorg hem als (bestuurs)lid wisten te vinden. Die twee taken vervult hij ook nog steeds.

Maar de meeste tijd besteed hij aan arbitrage. 'Ik heb vroeger zelf altijd gevoetbald en ging later fluiten. Dat vond ik zo leuk dat iemand zei: wie weet, kun je er wel mee hogerop komen.' Jochem meldt zich bij de KNVB voor de benodigde opleiding en testen. Inmiddels fluit hij al ruim zes jaar. De laatste jaren in de Ere- en Eerste Divisie in de zaal en op het veld de Derde en Vierde Klasse.

Jochem woont nog bij zijn ouders in Tholen. Zijn vriendin Iris en hij hebben een bovenwoning in hetzelfde Zeeuwse stadje gekocht waar nu druk wordt geklust. Na hun huwelijk op 27 mei 2016 betrekken ze de bouwval die nu door zijn oudste broer – zzp'er in de bouw – voor hen tot in de puntjes wordt opgeknapt. 'Ieder zijn vak, bovendien heb ik er geen tijd voor', lacht Jochem als we hem vragen of 'ie de verbouwing zelf op zich neemt. 'Ik heb hoogstens een keer iets gesloopt.'

Door de week is de assistent-accountant druk in de weer voor de mkb-klanten van kantoor. Hij

Persoonlijk contact

Het liefst gaat Jochem naar klanten toe. 'Het analyseren van cijfers en rekenen gaat me goed af, maar het wordt pas leuk als je persoonlijk contact hebt met je klanten.'

Het past in het patroon dat zijn levensloop tot nu toe laat zien. Hij is al sinds zijn jeugd vrijwilliger bij de gereformeerde Ichthuskerk in zijn woonplaats waar hij nog regelmatig kindernevendiensten leidt, maar is ook actief als jeugdtrainer bij Tholense Boys. Het leverde hem de titel Vrijwilliger van de Toekomst op, waarna ook de plaatselijke WMO-adviesraad en het Zeeuws

Fysiek fit

'Ik rijd bijna elke week een flinke toer door het land om ergens in een zaal te fluiten. Met veel plezier, ook al ben ik vrijdagavond vaak pas diep in de nacht thuis.' De assistent-accountant heeft ambitie in de zaal en staat op de nominatie voor FIFA-scheidsrechter. 'We zijn met vier kandidaten in de race voor de benoeming. Behalve goed fluiten, zorg ik ervoor dat ik vaak als scheidsrechter in actie kom en dat ik fysiek fit ben. Ze komen je echt keuren en ik wil er alles aan doen om goed voor de dag te komen. Eind van het seizoen hoor ik of ik erbij zit.'



RSM wereldwijd verder onder één naam

✉ GWEN VAN LOON 📍 JEROEN OERLEMANS

'We vinden elkaar al lang aardig en werken daarom al bijna tien jaar intensief samen. Dat verandert niet'

De bij het RSM-netwerk aangesloten kantoren gaan sinds 26 oktober door het leven onder één label. Niet alleen in ons land, maar wereldwijd. 'Het zal bijdragen aan onze herkenbaarheid.'

De voorzitters van de drie voormalige labels benadrukken dat bestaande klanten nog net zo goed worden bediend, maar dat de kantoren van RSM International – nu dus ook RSM – deze stap zetten om ook in de toekomst voorop te lopen in de service en dienstverlening aan klanten die steeds internationaler actief worden. 'Steeds meer

bedrijven willen de hele wereld veroveren. Start-ups hebben vaak vanaf het begin al internationale vertakkingen. Onze kinderen en die van onze klanten zien de wereld als hun speelveld. Daar past deze ontwikkeling in', verklaart Rudolf Winkenijs, een van de drie managing partners en voorheen voorzitter van RSM Niehe Lancée Kooij. 'Tot nu toe deelden we de backoffice, nu gaan we ook aan de voorkant samen', licht Winkenijs toe. 'We zijn één brand met drie kantoren.'

▷



Van links naar rechts:
Mathijs Mennen,
Rudolf Winkenius en
Pim van Batenburg

'We worden nog aantrekkelijker voor klanten, afgestudeerden, goed gekwalificeerd personeel en partners'

Het oude RSM Tempelman verzorgt vooral audits en levert accountantsdiensten, het voormalige RSM Niehe Lancée Kooij en het kantoor dat de naam RSM Wehrens Mennen De Vries voerde, hebben daarnaast ook fiscalisten.

Marketing

'Aan ons de schone taak om ervoor te zorgen dat we klanten niet belasten met de afstemming die er in het begin bij komt kijken om samen één merk te worden', aldus Winkenius. 'Want natuurlijk zal het hier en daar even wennen zijn, vooral aan de marketingkant. Daar moeten we nu echt van elkaar weten wat de ander van plan is, want het is

van belang dat we het label RSM op dezelfde manier laden. Operationeel verandert er niets voor onze bestaande klanten. Die blijven we gewoon optimaal bedienen.'

Volgens de drie partners is de naamswijziging dus minder ingrijpend dan sommige buitenstaanders op het eerste gezicht denken. 'We vinden elkaar in Nederland al lang aardig en werken daarom al bijna tien jaar intensief samen bij inhoudelijke zaken, zoals vaktechniek, permanente educatie en productontwikkeling', aldus Mathijs Mennen van het kantoor dat tot voor kort ook zijn naam droeg. 'Dat verandert natuurlijk niet.'

De nieuwe naamgeving leidt niet tot een nieuwe fusie in Nederland. De drie kantoren houden hun eigen juridische entiteiten. De namen van de entiteiten zijn bijvoorbeeld terug te vinden op het briefpapier, waardoor duidelijk wordt dat ieder kantoor nog zelfstandig is. 'De manier waarop we nu samenwerken bevalt goed en werkt. We hoeven niet op elkaars lip te zitten om samen op te trekken.'

Albert Heijn

Ieder houdt zijn eigen klanten. 'Je blijft gewoon boodschappen doen bij je eigen "Albert Heijn"', vertaalt Pim van Batenburg van het voormalige RSM Tempelman, de stap die nu gezet wordt. 'Voordeel is dat we straks nog maar één keer hoeven uit te leggen waar we als RSM voor staan.' De afgelopen jaren hebben ze klanten – als dat handig of verstandig was – ook al naar elkaar verwezen. Van Batenburg: 'Het draait erom dat de klant steeds optimaal wordt bediend.' Winkenius: 'Als je de kennis en kunde in je eigen netwerk,

in Nederland of internationaal, in huis hebt, maak je daar natuurlijk graag gebruik van. De een beheerst het ene spel nu eenmaal beter dan het andere. Waarom zou je dan niet verwijzen?'

In hun arbeidsmarktcommunicatie trokken de drie al samen op. Winkenius: 'Daar profileren we ons al als één kantoor met tien vestigingen, maar als één merk worden we voor afgestudeerden nog meer herkenbaar. Daardoor kunnen we in de toekomst ook goed gekwalificeerd personeel en partners blijven aantrekken.'

Trots

De wereldwijde slogan luidt 'The Power of Being Understood'. 'We hebben voor de Nederlandse markt een extra vertaalslag gemaakt en het motto *We Listen* eraan toegevoegd. We willen daarmee benadrukken dat we graag naast onze klanten blijven staan en echt naar ze luisteren', licht Mennen die keuze toe. Ze verwachten

alle drie dat de herkenbaarheid voor klanten groter wordt. 'Als ze straks op reis gaan, zien ze in het buitenland vaker onze naam en ons logo. Dat geldt natuurlijk ook voor onze medewerkers. Dat zal zeker bijdragen aan de trots op de organisatie en de internationale samenwerking', meent Winkenius.

De Amerikaanse vestigingen maken de grootste omslag met de naamswijziging. 'McGladrey is echt een begrip in de wereld van de midden- en kleinbedrijven in de VS', weet Mennen. 'Het zegt wel wat dat zij hun corporate identity opgeven om duidelijk te maken dat zij willen benadrukken dat zij lid zijn van een wereldwijd netwerk en het belang daarvan zien voor internationale klanten. Het maakt evident dat zij er baat bij hebben de banden met Europese kantoren verder aan te halen.'



The Power of Being Understood

Alle kantoren die aangesloten zijn bij RSM International gaan zich profileren als RSM en met de slogan The Power of Being Understood. De huisstijlkleuren worden grijs, groen en blauw. Grijs staat voor een relatie met een solide en betrouwbare basis. Groen staat voor een positieve, ideeën gedreven, oplossingsgerichte benadering. Blauw symboliseert de voorwaartse beweging die RSM maakt en refereert aan toekomstige doelstellingen. Het logo moet zo de toewijding en het vertrouwen benadrukken dat klanten zich begrepen voelen en altijd zo goed mogelijk worden geholpen.

TRIVIA



Leven op krediet – Anton Kröller (1862–1941)

Zakenman Anton Kröller die in zijn val bijna de Rotterdamsche Bank meesleepte en talrijke beleggers berooid achterliet, heeft nooit berouw getoond van zijn daden. De echtgenoot van Helene Kröller–Müller, en financier van haar wereldberoemde kunstcollectie, bouwde een veelzijdig zakenimperium op, uit een sterke drang naar macht en aanzien. Zijn hardnekkige karakter maakte dat dat uitdraaide op een vlucht vooruit met geleend geld.

Dit verhaal van een gevallen en nimmer bestrafte zakenman staat te lezen in de biografie van Anton Kröller van bedrijfseconoom Ariëtte Dekker, die op dit onderzoek is gepromoveerd aan de Rijksuniversiteit Groningen. De biografie werpt daarnaast nieuw licht op de bedrijvigheid in Nederland in het begin van de 20e eeuw. Kröller was exemplarisch voor de metamorfose van Nederland van handels- tot doorvoerland in en na de Eerste Wereldoorlog.

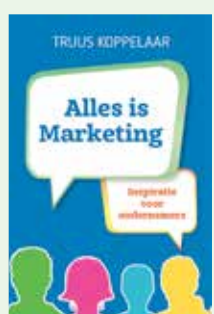
TITEL	Leven op krediet – Anton Kröller (1862–1941)
AUTEUR	Ariëtte Dekker
UITGEVER	Prometheus Bert Bakker
PRIJS	€ 45,-
ISBN	9789035143579



Wanneer is Cheryl jarig?

In april 2015 zette een tv-presentator uit Singapore een wiskunderaadsel op zijn Facebookpagina. De hersenkraker 'Wanneer is Cheryl jarig?' ging de hele wereld over en een discussie barstte los. Want, hoe los je deze lastige vraag op? In 'Wanneer is Cheryl jarig?' nemen Quintijn Puite en Birgit van Dalen dit vraagstuk en nog 99 andere wiskunderaadsels en logische puzzels met je onder de loep. Ze laten zien hoe je een probleem kunt oplossen, bijvoorbeeld door terug te gaan naar de basis of juist door het van een heel andere kant te bekijken. Je wordt als lezer meegevoerd langs listige paadjes en verrassende redeneringen. Aan de hand van hints en duidelijke antwoorden kan iedereen straks lastige raadsels oplossen.

TITEL	Wanneer is Cheryl jarig? + 99 andere wiskunderaadsels
AUTEUR	Quintijn Puite en Birgit van Dalen
UITGEVER	Bertram + De Leeuw
PRIJS	€ 14,95
ISBN	9789461561961



Alles is marketing

Na bijna 20 jaar bij AFAS Software te hebben gewerkt, waarvan een groot deel als directeur marketing, is dit vakgebied nog steeds de grote passie van auteur Truus Koppelaar–Noort. In dit boek deelt zij haar kennis en ervaring met de lezer. Zij laat zien dat marketing niet saai is, maar voortdurend in beweging. Het boek is een inspiratiebron voor ondernemers en marketeers. Koppelaar frist theorieën en opvattingen die veelal bekend zijn op en maakt zaken inzichtelijk aan de hand van voorbeelden uit haar praktijk. Elk hoofdstuk wordt afgesloten met praktische tips waaruit blijkt dat het voor ondernemers in het mkb helemaal niet zo moeilijk om een marketingbedrijf te worden. Het belangrijkste is te denken vanuit de klant. Want zonder klant ben je niks en heb je geen bestaansrecht. En als je er goed over nadent, is alles marketing, betoogt Koppelaar. Van de toon van de e-mail, de ontvangst voor een afspraak tot het serveren van een vers kopje muntthee. Je moet er alleen even aan denken.

TITEL	Alles is marketing
AUTEUR	Truus Koppelaar
UITGEVER	Pharos Uitgevers
PRIJS	€ 16,90
ISBN	9789079399703

OPINIE

Darwin

Rudolf Winkenius, managing partner

Halverwege de negentiende eeuw leerde Charles Darwin ons al dat alleen de best aangepaste dieren en planten overleven. Het principe van de 'survival of the fittest' is precies de reden dat we met het RSM-netwerk een nieuwe stap zetten en ons voortaan wereldwijd presenteren onder de naam RSM. Concreet betekent dat dat we de oude, lokale toevoegingen aan deze naam – die verwijzen naar onze oorspronkelijke oprichters – voortaan weglaten.

Is dat revolutionair? Ik bestempel deze stap liever als evolutionair. We leven nu eenmaal in een wereld die sterk verandert. Natuurlijk zijn er altijd mensen die dingen liever bij het oude en vertrouwde laten; collega's en klanten. Maar veranderen moet: je kunt je ogen niet sluiten voor de ontwikkelingen om je heen. Dat is wat onze oprichters al zagen. Zij zaten ook niet stil.

De ontwikkelingen zijn niet te stuiten. Als individu worden we steeds kleiner in die veranderende wereld. Een wereld die globaliseert. Elke dag doen onze klanten of een van hun of onze kinderen, zaken met iemand buiten onze eigen landsgrenzen. Daarom halen we de banden met

onze buitenlandse collega's aan en opereren we voortaan onder dezelfde naam. Zo laten we zien dat we zijn uitgerust om onze cliënten goed te bedienen op de plekken waar zij actief zijn in de wereld.

Tijdens een recente bijeenkomst met onze internationale board hebben de tien grootste RSM-kantoren de visies en waarden van deze kantoren naast elkaar gelegd. Grappig genoeg kwamen die vrijwel geheel met elkaar overeen. Al denken we heel verschillend zijn en dat het houden van je eigen identiteit zo gek nog niet is, in de praktijk blijken we als kantoren al erg naar elkaar toegegroeid sinds we samenwerken in het RSM-netwerk.

Het duidelijkst en meest sprekend in dit kader was de gewaarwording dat de zakenprincipes – People as our foundation, Integrity as our soul, Morality as our priority – van onze Chinese collega's vrijwel één-op-één te kopiëren zijn naar onze uitgangspunten. Wat wij er in Nederland nog graag aan toevoegen is de factor plezier. De vraag is of dat streven naar plezier in je werk mede aan de basis van

ons succes staat of dat het een luxe is die typisch Nederlands is? Feit is dat medewerkers gemotiveerder zijn als ze ook plezier en passie in en op hun werk hebben. Wat me vooral blijft, is dat we al veel meer gelijk zijn dan we ons op het eerste gezicht voor konden stellen.

We brengen daarmee dus eigenlijk in de praktijk wat Darwin betoogde: degene die zich het beste aanpast aan zijn veranderende omgeving zal overleven. Want alleen zo kunnen wij onze klanten leveren wat ze van ons verwachten en hen soms zelfs verrassen door nog meer te geven. Daar hoort bij dat we niet afwachten wat er op ons afkomt, maar dat wij de regie graag zelf in handen houden. Dat is wat onze cliënten voor zichzelf ook nastreven. Onze dienstverlening hoeven we daarvoor niet radicaal aan te passen. We passen onszelf aan overeenkomstig de tijdsgeest. Alleen zo kunnen we onze klanten nu en straks optimaal bedienen. We prediken dus net als Darwin niet voor revolutie, maar houden rekening met de evolutie. Wij zijn klaar voor de toekomst.

A photograph of two men standing in a bicycle workshop. The man on the left is wearing glasses and a plaid jacket, while the man on the right has a beard and is wearing a dark shirt. They are surrounded by numerous bicycle wheels, some of which are in the foreground, creating a sense of depth. The background shows shelves with more wheels and a sign that reads "HANDBUILT BY PROFESSIONALS".

12 VRAGEN

Jos van de Mortel en Rob van Hoek

Ze delen hun liefde voor de wielersport, zijn beiden ondernemer en cliënt bij RSM in Limburg: Jos van de Mortel (56) en Rob van Hoek (54). Een nadere kennismaking.

📍 HARRY VAN DAM 📍 HUGO THOMASSEN

12 VRAGEN

1.

Wat voor onderneming heeft u?

JvdM: 'Met Metroprop ben ik belegger en ontwikkelaar in vastgoed. Ongeveer de helft daarvan is een Rijksmonument. Onze portefeuille bestaat voor zo'n 60 procent uit winkels, 25 procent kantoren en 15 procent uit woningen en hotels. Parkhotel Valkenburg exploiteren we zelf.'
RvH: 'Ik ben mede-eigenaar van Edco Engineering BV in Den Bosch, een van oorsprong Zwitsers bedrijf. We maken naven voor fiets- en rolstoelwielen en complete wielen voor toer- en racefietsen. Daarnaast ben ik oprichter van Total Support Group BV, een ingenieursbureau in Eindhoven.'

2.

Wat is de relatie met RSM in Limburg?

JvdM: 'In 2009 wilden en moesten we naar een grotere accountant en na een beauty contest kwam RSM – toen dus RSM WMV – eruit. We kunnen goed sparren en ze komen vaak ook ongevraagd met goede ideeën en adviezen. En ook belangrijk: mijn fiscalist kan goed met die mannen overweg.'
RvH: 'Mijn compagnon werkte al met RSM en dus was het vanzelfsprekend dat we met Total Support Group en Edco ook klant werden. Sinds 2009 zijn ze onze accountant. Tot volle tevredenheid. Ze denken echt mee als ondernemers.'

3.

Hebben jullie altijd zelf gefietst?

JvdM: 'Ik heb van jongs af aan gefietst en heb officieel zelfs nog een jaar bij de amateurs gereden. De enige prijzen die ik pakte, waren een paasbrood en een doos eieren. Toen ik scheikunde ging studeren, had ik voor serieus fietsen geen tijd meer.'
RvH: 'Tijdens mijn studie aan de HTS ben ik gaan fietsen. Dat was in 1982. Vijf jaar later, toen ik inmiddels bij Philips werkte, werd ik kampioen bij de Liefhebbers, destijds de tweede categorie onder de profs. Die categorie was bestemd voor renners die vanwege hun werk weinig tijd hadden om te trainen.'

4.

Is de liefde niet – tijdelijk – bekoeld geweest door de dopingperikelen?

JvdM: 'Nee, hoewel doping de boel wel vergalt. Je kijkt toch naar een peloton met twee snelheden. Je ziet weleens iemand die zomaar opeens goed kan rijden. Dat kan niet. Maar je ziet het in elke sport waarbij geld komt kijken.'
RvH: 'Nee, je hebt overal mensen die de kluit willen belazeren, ook in het zakenleven. Doping is natuurlijk jammer, maar wielrennen blijft een schitterende sport en als je die zelf beoefent, beleef je een wedstrijd toch anders.'

5.

Hoe bent u zakelijk bij het wielrennen betrokken geraakt?

JvdM: 'We sponsorden al de wielclub in Valkenburg – toch de wielersport van de wereld! – waarvan Tom Dumoulin ook lid was. Sinds 2009 hebben we onze eigen ploeg: Parkhotel Valkenburg Cycling Team. Publicitair levert ons dat weinig op, maar het geeft wel goodwill bij de gemeentelijke bestuurders in Zuid-West Limburg.'
RvH: 'Met mijn ingenieursbureau maken we veel producten voor andere partijen, zoals Philips en ASML, maar ik wilde graag ook eens mijn eigen producten maken voor de wielersport, mijn passie. In 2007 heb ik daarom als hobby Edco uit een faillissement gekocht. We begonnen bij mij in de garage en nu horen we tot de top 5 van de wereld.'

6.

Bent u zelf nog steeds actief wielrenner?

JvdM: 'Jazeker, nog steeds. Met mijn vijf kinderen rijd ik geregeld toertochten, zoals de Amstel Gold Race die ik al drie keer heb gedaan, de erg zware Waalse Pijl en in september nog de Gerrie Knetemann Classic.'
RvH: 'Ik probeer twee keer in de week met een groepje vrienden te fietsen. We rijden dan zo'n zestig tot honderd kilometer in de buurt van mijn woonplaats Vlijmen. Ik rijd ook met mijn dochter die bij de elitevrouwen fietst.'

7.

Hoe belangrijk was de Tourstart in Utrecht voor de Nederlandse wielersport?

JvdM: 'Ach, het heeft Utrecht internationaal natuurlijk op de kaart gezet, maar dat is geen stad om te fietsen. Dat kun je net zo goed in Amsterdam doen. Maar voor de wielersport was die Tourstart goed.'
RvH: 'Het was vooral belangrijk ter inspiratie van mensen die willen bewegen en een sport zoeken. Als je vader hockeyt, ga je dat vaak zelf ook doen. Maar zo'n Grand Départ is een prachtige aansporing om te gaan fietsen.'

8.

Hoe ziet de toekomst van de Nederlandse wielersport eruit?

JvdM: 'Er zit een goede generatie aan te komen, maar er is te weinig concurrentie. Talenten moeten tegen talenten fietsen en elkaar beter maken, net zoals in het voetbal. Maar jongens als Van der Poel, Groenewegen, Ruijgh en Van Ginneken komen er aan. En Tom Dumoulin natuurlijk!
RvH: 'Daarover ben ik optimistisch. Gelukkig is de doping nu groter-deels onder controle en dat betekent dat jonge renners het nu met gelijke wapens kunnen opnemen tegen de gevestigde orde. Als het er eerlijk aan toe gaat, kunnen de talenten doorbreken.'

9.

Gaat Dumoulin ooit de Tour winnen?

JvdM: 'Dat vroeg ik laatst aan Joop Zoetemelk en die zei: 'Op mijn 23e reed ik mijn tweede Tour en pas tien jaar later, op mijn 33e, won ik 'm'. Je moet niet te vroeg pieken en je moet ook geluk hebben niet in een te sterke generatie te zitten. Maar ik ben wel optimistisch; Tom blijkt namelijk niet alleen een goede tijdrijder te zijn.'
RvH: 'Zoals Joris van den Bergh lang geleden al in zijn boek 'Mysterieuze krachten in de sport' schreef: elk jaar is alles anders. Het parcours, de omstandigheden en de tegenstanders. Dat maakt de sport juist zo mooi. Maar ik denk dat Tom een goede kans maakt, in elk geval op een podiumplaats.'

10.

Wat vindt u van het idee een wielersport met uitsluitend vluchtelingen te formeren, zoals Gerdo Kramer van Marco Polo Cycling Team laatst opperde?

JvdM: 'Daar zie ik niets in. Op de eerste plaats hebben die mensen wel wat anders aan hun hoofd en bovendien heb je te maken met enorme cultuur- en taalverschillen. Ze moeten eerst jaren integreren en je kunt niet pas laat in het wielrennen stappen.'
RvH: 'Wat een onzinnig idee. Als vluchtelingen zo goed kunnen fietsen dat ze op profniveau meekunnen, dan zijn het geen vluchtelingen. Bovendien: de sport is niet gebaat bij grote niveaoverschillen. Weet je nog die Spaanse schaatser Gomez? Wat die bedreef, was geen topsport en het heeft niet één extra schaatser uit Spanje opgeleverd.'

11.

Waar komt de liefde voor het wielrennen vandaan?

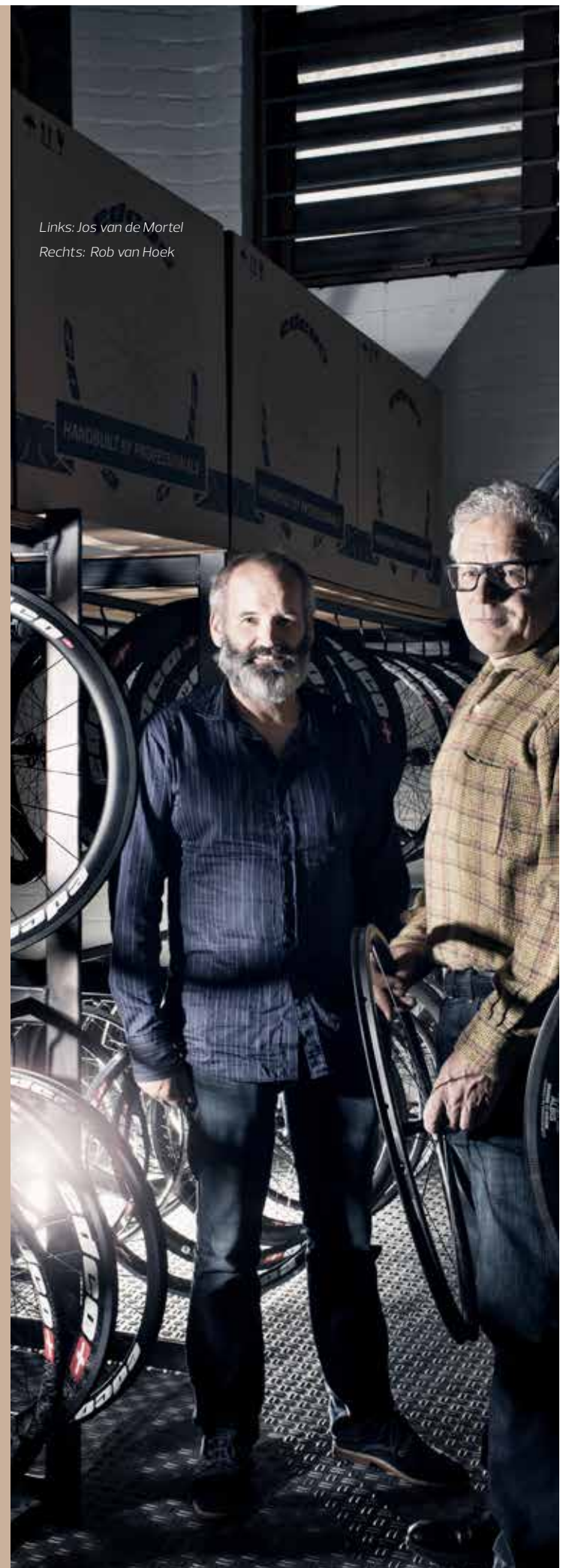
JvdM: 'Eigenlijk weet ik niet beter dan dat ik het wielrennen altijd boeiend heb gevonden. Het is absoluut de mooiste sport die er is, zowel om zelf te doen als om naar te kijken. Er gebeurt zo veel in een koers.'
RvH: 'Het wielrennen zat bij ons in de familie. Gerrit Schulte, die in 1948 in Amsterdam wereldkampioen op de weg werd door de grote Fausto Coppi te verslaan, was een oom van mijn vader.'

12.

Zijn we nog iets vergeten?

JvdM: 'Ik erger me nog steeds aan de dominantie van de banken. Die hebben de crisis alleen maar verergerd en in wezen is er niets bij veranderd. Banken beperken de expansiedrift van het bedrijfsleven. En ik begrijp die stompzinige uitzonderingspositie van banken niet. Die moeten ook gewoon failliet kunnen gaan, maar in plaats daarvan worden ze heilig verklaard.'
RvH: 'Ik ben trots op Edco! Sinds 2008 bouwen we met de hand zelf ontworpen en gepatenteerde wielen voor race-, tijdrit-, baan- en mountainbikefietsen. We groeien als kool en leveren inmiddels aan achttien landen, waarbij we alles zelf hebben gefinancierd. Want banken durven zelfs orders niet te financieren. Mijn doel is het beste fietswiel ter wereld te maken. Dat gaat ook lukken; we hebben net een carbonwiel ontwikkeld met een gewicht van slechts 415 gram.'

Links: Jos van de Mortel
Rechts: Rob van Hoek





CEO en medeoprichter Allan Hardenberg van ALDA Events:

'Ik ben samen met Armin van Buuren groot geworden'

In 1996 begon hij al met het organiseren van evenementen, vanaf 2007 doet Allan Hardenberg dat onder de naam ALDA Events. Het bedenken van concepten en vervolgens het organiseren en promoten van zijn wereldtournees voor dj's als Armin van Buuren en Hardwell en muziekfestivals past hem als een jas. Dat blijft hij doen, ook nu de aandelen deels zijn verkocht aan SFX Entertainment.

✍️ GWEN VAN LOON 📍 ERIK VAN DER BURGT

Het verhaal van Hardenberg – ooit student Accountancy en dus ook goed in staat de financiën te begrijpen – begint in de uitgaanswereld als barman en later bedrijfsleider bij The Blue Lagoon in Zwijndrecht. Al snel heeft hij ook een eigen uitgaanscentrum in Barendrecht. 'Ik heb ook gedraaid op feestjes en in mijn eigen discotheken, maar het was al snel duidelijk dat ik organiseren leuker vond.'

Hardenberg is al vroeg geïnteresseerd in wat tegenwoordig electronic dance music heet, een wereld die de laatste vijf jaar een extra boost heeft gekregen. Nederlandse dj's draaien al jaren succesvol mee in de wereld van de house muziek. Samen met zijn zakenpartner David Lewis begeleidt hij vanaf het begin de eerste lichter dj's, waaronder Armin van Buuren en Tiësto. Nu regelen ze wereldwijd boekingen voor de dj's in 'hun'

stal. Nog steeds verzorgen ze het management en de shows van Armin van Buuren. 'Je kunt inderdaad wel zeggen dat we samen groot zijn geworden', lacht Hardenberg (43).

De ceo en mede-eigenaar van ALDA Events houdt ervan nieuwe dingen te ontwikkelen, zoals The Flying Dutch dat hij samen met John Ewbank opzette. Dat hebben ze afgelopen voorjaar voor het eerst in Nederland georganiseerd op 30 mei. Op drie locaties – Rotterdam, Amsterdam en Eindhoven – traden tien wereldberoemde Nederlandse dj's op.

Azië

'Niemand had verwacht dat het zo'n succes zou zijn. Maar we waren in een week tijd uitverkocht. Uit onderzoek bleek dat er veel mensen waren die voor het eerst een festival bezochten. Dat betekent dat er nog ruimte is voor groei', aldus

Hardenberg. Het idee krijgt zeker een vervolg. 'In Nederland, misschien ook in Azië', verklaart hij. ALDA Events is van plan in Hongkong een kantoor op te zetten.

De geboren organisator komt niet meer op elk festival dat hij organiseert. 'Het zijn inmiddels meer dan 160 evenementen per jaar. Dat is niet te doen. Al ga ik nog steeds graag met Armin en Hardwell de wereld over voor hun concerten. Daar zit echt een jaar voorbereiding in voor de creatie, de show zelf, het design en de storytelling van het nieuwe album. Het geeft veel energie om daarbij te zijn.' ALDA Events organiseert wereldwijd hun optredens onder de namen Armin Only en I Am Hardwell.

Compleet dorp

ALDA Events werkt met vijftig mensen fulltime aan alle evenementen die ze organiseren.

'SFX benaderde ons. We zijn anderhalf jaar in gesprek geweest, voor de deal rond is gekomen'

Voor de rest werken ze wereldwijd met freelancers. Vlak voor een evenement wordt dat aantal flink opgeschroefd om alle voorbereidingen ter plekke te treffen. 'Vaak vinden mensen het lastig om voor te stellen dat we niet alleen op de avond van een festival ter plekke zijn. Grote events vragen vaak ter plekke al snel om anderhalve week voorbereiding. Je zet vaak een compleet dorp op als je een festivalterrein bouwt, daarvoor heb je al veelvuldig contact met de gemeente over vergunningen en dan heb ik het nog niet over het uitwerken van de formule. Dat zie je niet als je er achteloos over nadenkt', aldus Hardenberg.

Als hij onderweg is, leest Hardenberg veel. Het liefst over (worstelingen van) andere creatieve bedrijven, zoals Pixar. 'De concurrentie in onze branche is groot, er zijn veel jonge gasten die ook dingen organiseren. Soms vraag je je dan af: waarom hebben wij dat niet bedacht? Ik ga graag kijken op andere plekken, al is het lastig om dat incognito te doen.' Ook verslindt hij als fervente seriefreak heel wat afleveringen in het vliegtuig. De kamers op kantoor dragen allemaal de naam van een toepasselijke serie. Zo heet financiën Wolf of Wall Street, Suits is voor de juridische afdeling, Mad Men is marketing, de vergaderkamer is House of Cards gedoopt en de etage waar hij zelf zit heet Games of Thrones.

Professionaliteit

Dat de afdelingen zich nu nog duidelijker onderscheiden, heeft te maken met de professionaliserings-slag die het bedrijf twee jaar geleden heeft ingezet. 'Mijn adviseur zei op een goed moment: ga eens met RSM praten. Tot die tijd had ik een

andere accountant, maar omdat het bedrijf groeide, vroeg dat een andere professionaliteit. Ik heb toen ook Stephanie Hosman als financieel directeur aangetrokken. Zij komt van Stage Entertainment. De financiën worden nu veel strakker geleid. We hebben daardoor altijd inzicht in hoe we er voorstaan en duidelijke regels. Bovendien heeft haar corporate achtergrond een boost gegeven aan het uitzetten van onze langetermijnstrategie, ook al behouden we graag ons informele karakter', aldus Hardenberg.

RSM verzorgt nog steeds de jaarrekening, de BTW, de salarissen en geeft fiscale adviezen, ook nu Hardenberg en zijn zakenpartner Lewis in november 2014 50% van hun aandelen verkochten aan het SFX Entertainment, het beursgenoteerde Amerikaanse entertainmentbedrijf dat een jaar eerder ook al ID&T van Duncan Stutterheim had overgenomen.

Due diligence

De due diligence in dat proces, verliep volgens Hardenberg vlekkeloos door de begeleiding van Marco Hammer en Ron de Wit van RSM Utrecht. 'SFX benaderde ons. Ze probeerden het, ook al stond onze deur eigenlijk niet open. We zijn anderhalf jaar in gesprek geweest, voor de deal rond is gekomen om onze krachten te bundelen. Ik was er elke dag mee bezig en het was echt ontzettend spannend. Wij houden zelf de beslissende stem in strategische keuzes, omdat we nog net meer zeggenschap hebben als het erop aan zou komen.

Nu hij weer iets meer tijd heeft, wil Hardenberg meer te weten komen over de digitalisering. 'De digitale wereld wordt ook in onze branche

steeds belangrijker. Alle kaarten worden online verkocht, maar je kunt de belevenissen op onze festivals vaak ook al grotendeels volgen via Facebook of Instagram door alles wat onze bezoekers posten. Het wordt tijd dat ik me daar zelf ook meer in ga verdiepen om nog beter te snappen hoe we toekomstige bezoekers kunnen bereiken en bedienen. We zitten op een grote berg data: daar willen we zelf ook meer mee doen.'

'Soms vraag ik me af: stel dat ik vandaag zou beginnen, zou ik het dan redden? Maar ook toen waren er al veel concurrenten die evenementen organiseerden. Toch ben ik uitgegroeid tot marktleider in de Nederlandse festivalwereld. Het leert me dat ik, ook nu, niet in het vertrouwde moet blijven. Ik wil risico's blijven nemen en me in nieuwe dingen blijven storten. Alleen dan kun je een creatief bedrijf runnen.'

Over ALDA Events

- 160 shows in 40 landen, 1,5 miljoen bezoekers uit 120 landen, meer dan 5 miljoen televisiekijkers die shows live volgen en 100 miljoen achterafkijkers uit meer 170 landen (cijfers 2014)
- Organisator van onder meer Amsterdam Music Festival, The Flying Dutch, A Day At The Park, A State of Trance, Armin Only en I Am Hardwell

CARTOON



RSM werkt samen met kredietbemiddelaar Credion

RSM is recent een samenwerking aangegaan met onafhankelijk kredietbemiddelaar Credion. Dit partnership biedt interessante nieuwe financieringsmogelijkheden voor de mkb-klanten. Het regelen van een financiering via banken is de laatste jaren voor ondernemers vaak een forse uitdaging. Banken stellen strengere voorwaarden aan bedrijven, waardoor het aantrekken van bancaire financieringen ook de komende jaren een issue zal blijven. 'Een flinke rem op het ondernemerschap', aldus René van Bruggen, directeur van RSM Bedrijfsfinancieringen.



V.l.n.r. Robbert Dieben, Eric Lau, Paul de Blok, René van Bruggen en Cecile Kaufman van RSM.

'Binnen het mkb is een sterke behoefte aan advies en begeleiding in zakelijke financieringen. RSM adviseerde haar klanten al op dit gebied, maar door de aansluiting bij Credion heeft RSM vanaf heden meer dan 35 bronnen van geld tot haar beschikking', geeft Van Bruggen aan. 'Vanuit RSM merken wij dat veel ondernemers behoefte hebben aan een helder en professioneel advies om hun financieringsdoelen te realiseren. Iemand die hen begrijpt en alternatieve financieringsmogelijkheden kan bieden naast die van de reguliere banken.' René van Bruggen zal met een team van vier financieringsspecialisten de ondernemers in Haarlem en omstreken voorzien van het meest optimale financieringsadvies.

Alle RSM-accountants jaarlijks naar Accountancy Academy

Honderdtwintig (assistent-)accountants van de RSM-kantoren in Nederland zijn half september op cursus geweest bij het Twentse landgoedhotel De Wilmersberg in De Lutte. Eén keer per jaar organiseert office manager Nathalie Elsendoorn daar de Accountancy Academy om iedereen – van starters tot partners – vakinhoudelijk bij te spijkeren. Iedereen volgt minstens twee dagen colleges, de meer gevorderde accountants zijn er drie dagen, omdat de Academy tegelijk de verplichte bijscholing verzorgt. Jongere medewerkers krijgen deels ook soft skills-cursussen, zoals time management, een cursus Excel en volgen presentatielessen.

Drie partners bepalen jaarlijks hoe het inhoudelijke programma eruit moet zien, Nathalie is verantwoordelijk voor alle praktische zaken. 'We kijken altijd wat actueel zal zijn en laten daar het programma op aansluiten. Het programma ziet er dus ook elk jaar anders uit. Dit jaar hebben we bijvoorbeeld gekeken naar wat de AFM verwacht van de vier grootste accountantskantoren in Nederland. Daaruit leiden we af wat ze van ons zouden verwachten.' De helft van de sprekers komt uit de eigen gelederen, de andere helft wordt bij externe partijen als Nyenrode ingekocht.

RSM Niehe Lancée Kooij viert nog net 25-jarig jubileum

Het 25-jarig jubileum van RSM Niehe Lancée Kooij in Koninklijk Theater Carré op 30 september vond een maand voor de naamswijziging plaats. Directievoorzitter Rudolf Winkenijs verzekerde klanten en medewerkers dat er – ondanks de op stapel staande naamswijziging – elke vijf jaar aanleiding blijft om samen te komen, zoals past in de traditie van de kantoren in Alkmaar, Amsterdam, Haarlem en Utrecht. Dit jaar waren voor het eerst ook alle medewerkers uitgenodigd en werd

uitgeweken naar Amsterdam. Eerder vond deze avond altijd plaats in de Philharmonie in Haarlem. De aanwezigen werden getraakteerd op twee optredens. Voor de pauze was het de beurt aan de pianobroers Lucas en Arthur Jussen die als duo, maar ook individueel optraden en de zaal misstiek kregen. Daarna was het de beurt aan de Edwin Evers Band die de aanwezigen, zowel in de zaal als – later – ook op het balkon, juist liet swingen.



Tweede lichting RSM ITAX Academy afgezwaid

Class 2014, de tweede lichting van RSM ITAX Academy, heeft begin oktober het internationale belastingprogramma afgerond. Een van de deelnemers was Joukje de Jong (29), assistant tax manager bij RSM in Haarlem.



Het programma van de RSM ITAX Academy is verspreid over twee jaar en is drie jaar geleden van start gegaan. Deelnemers van RSM-kantoren uit Afrika, Azië, de Verenigde Staten en Europa komen twee keer een week bijeen in NH Koningshof in Veldhoven. Daar krijgen de deelnemers lessen over internationaal belastingrecht en moeten ze in groepen een casus zien op te lossen. Class 2014, waar Joukje toebehoort, bestond uit 18 RSM-belastingadviseurs, de lichting na haar, Class 2015, telt 21 deelnemers.

'Je verdiept je in die dagen flink in het internationale belastingrecht met docenten van over de hele wereld en bouwt tegelijkertijd aan je eigen netwerk in andere landen', licht Joukje de opleiding toe. Het programma is opgezet door RSM met onder meer professoren van de fiscale faculteit van de Universiteit van Amsterdam.

Joukje heeft het tweejarige programma net afgerond. 'In het eerste jaar maakte je vooral kennismaken met je collega's, daarna neem je meteen contact met ze op als je een vraag hebt dat betrekking heeft op wetgeving in hun land. In het tweede jaar voelde het als thuiskomen. Dat is heel mooi om te ervaren. Na zo'n week ben je uitgeput, want het is een zwaar inhoudelijk en vol programma. Maar het is zo de moeite waard! Je leert veel en de barrière om je buitenlandse collega's te raadplegen, verdwijnt erdoor.'

RSM ondersteunt startups UtrechtInc

RSM en UtrechtInc hebben op 8 oktober tijdens een lunch met de startup community van de bedrijfsincubator een overeenkomst bekrachtigd waarin ze aangeven samen ondersteuning te geven aan start ups. Beide partijen willen op die manier uitdragen dat ambitieus ondernemerschap essentieel is voor innovaties die bijdragen aan een duurzame en gezonde maatschappij. Met RSM heeft UtrechtInc een internationale partner voor alle administratieve, accountancy en fiscale vragen van de ondernemers die er onderdak hebben.

Directeur Roel Raatgever noemt het een voordeel dat de start ups van de bedrijfsincubator optimaal kunnen worden bediend door RSM. 'Vanaf het prille begin tot aan de internationale groei.' Partner Rudolf Winkenijs van RSM ziet zichzelf als natuurlijke partner en vult aan: 'Voor ons niets mooiers dan lokale starters te ondersteunen en hen via het RSM-netwerk wereldwijd te verbinden.' Pick This Up is een van de dertig start ups bij UtrechtInc: 'Erg fijn dat we in huis voortaan een beroep kunnen doen op hun expertise.'

Maarten van Leeuwen, adviseur bij Brouwer & Oudhof – onderdeel van RSM – weet dat start ups niet zitten te wachten op een algemeen verhaal over administratie, omdat hij ook al drie jaar praktische adviezen geeft aan start ups bij het Amsterdamse Rockstart. Hij zal vanaf oktober ook de start ups bij UtrechtInc uitleggen hoe zij slim hun financiën al vanaf het begin op orde kunnen brengen.



ACTUEEL

Geschiedenis RSM Niehe Lancée Kooij opgetekend

Aan de vooravond van de wereldwijde naamswijziging en tijdens de viering van het 25-jarig jubileum in Koninklijk Theater Carré is 'De Passie van de professional, RSM Niehe Lancée en haar historie' gepresenteerd. Het is de titel van het boekje dat oud-partner Henk Michels heeft geschreven over de maatschap die RSM Niehe Lancée tot september 2006 was. Na afloop van de jubileumviering was er voor alle bezoekers een exemplaar.

In de jaren dat Michels samen met Bob van der Meer bezig was met de geschiedschrijving van de maatschap waar hij vroeger aan verbonden was, fuseerde RSM Niehe Lancée met RSM Kooij + Partners. Daarover schreven partners Paul de Blok en Rudolf Winkenijs beide nog een hoofdstuk om ook de recente geschiedenis een plek te geven.



RSM Zakengolfster 2016: Out of Bounds

Het thema van de komende editie van RSM ZakenGolfster op 9 juni 2016 op Golfclub Heelsum is Out of Bounds. De dag is bedoeld als zakelijk en educatief netwerkevenement in een sportieve ambiance voor ambitieuze ondernemende vrouwen, zelfstandig en in loondienst.

Hoewel golfers de zone buiten de witte paaltjes, out of bounds, liever vermijden, is het op deze dag uitdrukkelijk de bedoeling persoonlijke grenzen te herkennen en te verkennen, zowel fysiek als mentaal. Er zijn 18 en 9 holes wedstrijden, er is een clinic en er zijn gastsprekers voor walk- en workshopprogramma's die deze dag worden georganiseerd. De dag wordt afgesloten met een diner en er is volop gelegenheid om te netwerken. Alle deelnemers kunnen tijdens de golfdag ook een (wens)bal slaan voor Make A Wish Nederland.



Inschrijven kan nu al. Kijk daarvoor op www.zakengolfster.nl.
Er is maximaal plek voor 150 deelnemers.

RSM steunt FM Serious Request Heerlen met Our Chain Challenge



Heerlen staat eind december in het teken staan van 3FM Serious Request. Op het Pancratiusplein in het hart van de stad maken discjockeys van radiozender NPO 3FM van 18 december tot kerstavond een week lang radio vanuit het Glazen Huis om geld op te halen en zo kinderen te steunen die onder zware omstandigheden leven, met name in oorlogsgebieden.

RSM wil graag een bijdrage leveren aan dit goede doel. Daarom nodigen we alle personeelsleden, cliënten en relaties uit om ook een financiële bijdrage te leveren. De opbrengst wordt door RSM aangevuld tot een meer dan aansprekend bedrag. Om onze actie kracht bij te zetten, is elke donateur op 23 december welkom om vanuit kantoor Heerlen een lange stoet mensen te vormen – 'Our Chain Challenge' – dwars door Heerlen naar het Glazen Huis. Ter plekke overhandigen we de opbrengst.



Geïnteresseerden kunnen zich aanmelden bij Wim Haan: whaan@rsm-nl.nl, 06-461 462 66. Wie niet aanwezig kan zijn, maar wel een bijdrage wil leveren, kan een bedrag storten via NL 17 INGB 0006281046 onder vermelding van 'Our Chain Challenge'. Hartelijk dank vast!

UIT ONVERWACHTE HOEK

Klaas-Jan Huntelaar

Profvoetballer FC Schalke 04 en oprichter
Klaas-Jan Huntelaar Foundation

'Ik zag een paar jaar geleden dat veel amateurclubs het lastig kregen. Sommige verenigingen reageerden daarop door te fuseren om geldproblemen of het gebrek aan vrijwilligers op te lossen. Maar voor veel clubs blijft het lastig om hun hoofd boven water te houden. Ik vind dat clubs een belangrijke rol in de samenleving spelen: ze hebben als ontmoetingsplek dezelfde functie als een buurthuis en tegelijkertijd is het de plek waar kinderen lekker met elkaar kunnen voetballen en spelen. De sfeer is vaak supergoed. Dat heb ik in mijn jeugd zelf ook altijd zo ervaren. Ik gun namelijk alle kinderen in Nederland zo'n plek. Ik heb daar veel sociale vaardigheden op gedaan: ik heb er geleerd samen te werken, dat je ergens voor moet gaan en er voor elkaar moet zijn.

Ik ben natuurlijk allereerst gefocust op wat ik graag wil: laten zien wat ik kan met voetballen. Maar ik ben me er ook altijd bewust van geweest dat ik andere interesses wilde ontwikkelen. Dat zie je bij meer voetballers. Ik heb veel met

Clarence Seedorf gesproken die ook maatschappelijk ondernemer is. Dat vond ik interessant. Omdat ik de middelen heb om ook iets te doen en zo iets blijvends na te kunnen laten, heb ik de Klaas-Jan Huntelaar Foundation opgericht.

Ik wil jongeren binnen het amateurvoetbal stimuleren en uitdagen na te denken over dingen waardoor hun club nog beter wordt. Daarom ondersteun ik sinds 2012 projecten van amateurvoetbalclubs. Zij kunnen zaken voordragen die ze zelf aan hun club willen verbeteren. Ik schrijf niets voor: de clubs zelf weten waarmee ze hun vereniging het beste vooruit kunnen helpen. Samen werken we zo aan slimme, duurzame en gezonde oplossingen. Ik kan er zo aan bijdragen duidelijk te maken dat respect de basis is voor een beter leven en een betere maatschappij.


Alle plannen komen op de website van de Foundation te staan. Er is een professionele jury waarin mijn vader, maar ook Jan Kees van der Leek van RSM Haarlem zit. De jury maakt de

eerste selectie. Maar uiteindelijk stemt het publiek mee om te bepalen welk project wint. Afgelopen jaar won bijvoorbeeld een project van een vereniging waarvan het clubhuis was afgebrand. Met de bijdrage van de Foundation konden ze ook de kantine opnieuw inrichten. Daarnaast hebben we aanvragen gehonoreerd om het gehandicaptvoetbal bij een vereniging te continueren en weer ergens anders een bijdrage geleverd om de accommodatie op peil te houden en zo het verlies van jeugdleden te stoppen.

Daarnaast hebben we nu drie jaar een Hunters Teamdag georganiseerd en werken we samen met partners als Nederland Schoon en Volkswagen Blauwe Kaart. Het is fantastisch om te zien hoe kinderen op zo'n teamdag genieten om samen buiten te spelen. Ik vond het weer heerlijk om ze dit voorjaar op Papendal te zien genieten en met ze mee te doen.'

✉ GWEN VAN LOON

📷 ERIK VANDER BURGT



'Zacht waar
het kan, hard
waar het moet'

✉ BEN SMEETS 📍 HUGO THOMASSEN

Elke ondernemer kan rekenen op toezicht van de Belastingdienst. Toch hebben niet alle ondernemers het gevoel jaarlijks gecontroleerd te worden. Dat gevoel is gebaseerd op onterechte aannames, zeggen relatiebeheerder Marc Schwarz en landelijk handhavingsadviseur Martin Zeptner. Controles vinden wel degelijk plaats, maar dat is tegenwoordig al vóór de 'voordeur' van de ondernemers.

De Belastingdienst heeft de afgelopen decennia een enorme evolutie ondergaan maar om het toekomstbeeld te laten aansluiten bij de huidige samenleving moet het nog sneller, eenvoudiger en slimmer. 'Daar werken we stapsgewijs naartoe. Onze werkwijze wordt nu met de dag effectiever en efficiënter', zegt Schwarz met gepaste trots. 'Door slimmer en steeds gericht te werken, ondernemen we alleen actie bij die ondernemers die hun zaken niet op orde hebben. Daar speelt data-analyse een belangrijke rol in.'

De iconische blauwe envelop valt binnenkort niet meer op de deurmat, terwijl er toch elke werkdag één miljard euro moet worden binnengehaald. Schwarz: 'In de komende decennia willen we massaal digitaal acteren met al die miljoenen Nederlanders van wie de situatie onderling verschilt. Op deskundigheid en betrouwbaarheid scoren wij nu hoog. Maar zijn wij in de toekomst in staat om te doen wat de maatschappij van ons verwacht en kunnen wij gelijke tred houden met de snel digitaliserende burger die nog steeds die blauwe envelop de bus ziet binnenglijden? Complexiteitsvermindering en het robuuster maken van de ICT-ondersteunende werkprocessen door uniformeren en standaardiseren is daarom een must.' Zeptner:

'Overheden maken steeds vaker op een verantwoorde manier gebruik van elkaars informatie wat de handhaving en de fraudebestrijding versterkt.'

Data-analisten

Door de koppeling van verschillende systemen kan al veel informatie kant-en-klaar worden gepresenteerd. Zeptner: 'Als iemand bijvoorbeeld geen inkomsten en een openstaande belastingsschuld heeft en vervolgens een baan krijgt, dan krijgen wij daar een melding van en kunnen wij alsnog beslag leggen voor deze belastingsschuld.' Schwarz vult aan en vertelt dat de Belastingdienst veel pro-actiever aan de slag kan met de informatie. 'Het voorwerk voor de ruim 1,7 miljoen mkb-ondernemers is grotendeels geautomatiseerd. De gegevens worden geanalyseerd en bestudeerd. Door handhavingsadviseurs uit de praktijk, maar vooral ook samen met een team hoogopgeleide data-analisten.' Zeptner: 'Zij kijken meestal toch op een andere manier naar cijfers en statistieken. In deze samenwerking wordt vervolgens snel duidelijk of er iets aan de hand is of niet.' Volgens Schwarz is dat ook de oorzaak van het onterechte gevoel dat veel ondernemers nooit gecontroleerd worden. 'Niemand merkt dat wij de informatie geautomatiseerd



Marc Schwarz

uit de verschillende systemen halen. Heb je de zaken op orde, dan hoor je niks van ons. Alleen daar waar nodig, gaan wij daadwerkelijk over tot toezichtshandelingen en communiceren wij daar ook te allen tijde over.'

Als de Belastingdienst op basis van de beschikbare informatie besluit om in actie te komen, dan kunnen daarvoor verschillende toezichtinstrumenten worden gebruikt. 'Dat varieert van handhavingscommunicatie waarbij we een ondernemer of een groep ondernemers op een positieve manier willen beïnvloeden of attenderen op onze acties, tot en met een FIOD-onderzoek. Daartussen zitten andere mogelijkheden voor toezicht zoals telefonisch contact of een daadwerkelijk boekenonderzoek', legt Zeptner uit. 'Dit hele pallet aan verschillende instrumenten wordt ingezet voor toezicht. De data-analyses die vooraf worden gemaakt, zijn hierbij de rode draad. Die bepalen mede welk instrument wordt ingezet. Daarbij wordt gekeken hoe we met de beschikbare capaciteit de verschuldigde belasting zo efficiënt mogelijk kunnen innen.'

Strafrechtelijk

De nieuwe werkwijze brengt diverse voordelen met zich mee. 'We kunnen hierdoor de ondernemer de aandacht geven die hij verdient',

gaat Zeptner verder. 'Onze focus gaat niet uit naar de ondernemer die het – met bijvoorbeeld de hulp van een adviseur – goed doet. De categorie van ondernemers die de zaken niet op orde hebben, willen we juist harder aanpakken door intensief toezicht en zelfs – indien nodig – met een strafrechtelijke aanpak. Soms doe we dat samen met andere overheidspartners zoals de gemeenten, inspectie SZW of SVB.'

Onder impuls van staatssecretaris van Financiën Eric Wiebes kiest de politiek ervoor te investeren in de verandering van de Belastingdienst. Er is geld vrijgemaakt voor een Investeringsagenda die de Belastingdienst in de komende vijf tot zeven jaar gaat uitvoeren. Inzet is de interactie te moderniseren. Alle burgers en bedrijven krijgen de beschikking over een webportal waarin ze interactief al hun zaken kunnen afhandelen.

Hoge trefkans

Met behulp van data-analyse wordt het toezicht scherper gericht op die mensen en bedrijven die dat het meeste nodig hebben, posten in de hoogste risico-categorie staan bovenaan in de lijsten. Zeptner: 'We concentreren ons op complexe zaken met een hoge trefkans. Zonder goed draaiende data & analytics en soepele ICT kunnen we de veranderingen niet realiseren. Dus daar investeren we de komende jaren ook volop in. Onze ambitie is een structureel betere, maar ook goedkopere dienst te worden.'

'We moeten blijven innoveren om efficiënt en effectief toezicht uit te oefenen op het groeiende aantal ondernemingen', verklaart Schwarz. 'Sterker nog: hoewel het aantal ondernemingen toenam,

is ons personeelsbestand de afgelopen jaren juist kleiner geworden. Door de innovatieve ontwikkelingen doen we dus meer met minder mensen. De huidige staatssecretaris heeft gelukkig veel aandacht voor de Belastingdienst.'

Betalingsgedrag

Volgens Schwarz zorgt een goede adviseur ervoor dat de cliënt op de juiste wijze is geregistreerd, op tijd en de juiste aangifte doet en ook aan zijn verdere verplichtingen voldoet. 'Wij monitoren de cliënten van alle adviseurs. Hierbij letten wij onder andere op het aangifte- en betalingsgedrag, mogelijke achterstand en bijvoorbeeld het aantal bezwaarschriften. Dit kan aanleiding zijn om in gesprek te gaan met een adviseur, op zoek naar mogelijke oorzaken en vooral oplossingen.'

De relatie tussen de Belastingdienst en RSM is van oudsher goed. Schwarz: 'Een goede adviseur blijft ook in de toekomst voor een onderneming enorm belangrijk. Op het moment dat de ondernemer met behulp van een adviseur een volledige en goede aangifte doet, is de kans groter dat wij niet in actie hoeven te komen.'



Martin Zeptner



Walther Muurmans van Assicuro Private Insurance verzekert in topsegment:

'Onze klanten hebben
bijzondere band met
hun auto's'

Natuurlijk: de kwaliteit van advies en dienstverlening staat bij Walther Muurmans voorop. Maar daarnaast hecht hij zeer aan een persoonlijke relatie met zijn klanten. 'Wie bij Assicuro Private Insurance zijn kostbare auto verzekert, moet kunnen rekenen op een direct en persoonlijk contact, uiterste discretie en vooral een meedenkende tussenpersoon.'

✉ HARRY VAN DAM 📍 FRANS STROUS

De gemiddelde waarde van de auto's die Walther Muurmans (52) met zijn Assicuro (hoofdkantoor in het Limburgse Nieuwstadt) als tussenpersoon verzekert, bedraagt ongeveer een ton. Een nieuwe of klassieke Ferrari, Aston Martin, Bentley, Lamborghini, Maserati of Bugatti bijvoorbeeld. 'Dat kan behoorlijk oplopen. Zo hebben we een klant met een originele Ferrari 250 GT met een verzekerde waarde van 6,5 miljoen, maar ook een wat meer dan dagelijkse BMW, Mercedes of Audi behoort tot de mogelijkheden bij ons', vertelt de inwoner van Born. 'Mijn klanten zijn in het algemeen mensen die hun geld graag aan mooie dingen besteden en hoge eisen aan onze dienstverlening stellen. Terecht natuurlijk', benadrukt hij. 'Ze hebben vaak een bijzondere band met hun auto's, bijvoorbeeld omdat ze er als kind nog in hebben gezeten en nu, tientallen jaren later, zo'n auto eindelijk zelf kunnen kopen. Zulke liefhebbers stellen prijs op een vertrouwensrelatie en als er een keer iets met hun geliefde bezit gebeurt, of dat nu hun auto, kunst of woning is, moet de afwikkeling snel, punctueel en perfect worden geregeld.'

Onnodig uitgeven

Dat betekent overigens niet dat Muurmans' klanten weinig kritisch zouden zijn op de hoogte van de verzekeringspremies. 'Zeker niet', zegt de algemeen directeur van

Assicuro. 'Mijn klanten hechten naast kwaliteit, ook aan scherpe tarieven. Ze hebben hun huidige status niet bereikt met onnodig geld uit te geven, zeg ik altijd maar. Ze onderhandelen graag over de premies en voorwaarden. Prima, want wij bieden hoogwaardige dienstverlening aan tegen een scherp tarief. Ik snap dat mijn klanten de beste deal willen.' Een groeiend aantal van die cliënten vertrouwt niet uitsluitend het verzekeren van de auto aan Muurmans toe. 'De relatie begint dikwijls met het verzekeren van één auto, maar ongeveer een kwart van ons klantenbestand heeft meerdere auto's bij ons ondergebracht en in een aantal gevallen zelfs hele verzamelingen', licht hij toe. 'Omdat de klant merkt dat we ons werk echt goed en met veel betrokkenheid doen, verzekeren we naast de auto's ook steeds vaker het huis, de boot, kunst en andere kostbaarheden. Inmiddels heeft zo'n 25 procent van de klanten alle verzekeringen bij ons ondergebracht en dat deel groeit nog steeds.'

Persoonlijke relatie

De Limburger kent de wereld van zijn klanten goed. Dat komt onder meer door de geschiedenis van Assicuro, in 1995 ontstaan uit Ferrari Club Nederland. Muurmans, in 1986 gestart bij verzekeraar Delta Lloyd, nam het bedrijf in 2002 over toen het al een stevige reputatie en sterke

positie in het topsegment had, met name in de autowereld. Maar een goede, persoonlijke relatie met klanten ontstaat niet vanzelf en moet nauwkeurig worden onderhouden. Vandaar dat Muurmans veel aandacht besteedt aan relatiemanagement, onder andere door jaarlijks deel te nemen aan de InterClassics in het MECC in Maastricht. 'Daar en bij klassieker rally's en tours waaraan ik geregeld meedoe, kom ik mijn klanten tegen. Het zijn natuurlijk erg mooie en leuke events, maar ze horen ook gewoon bij mijn werk.'

Familiebedrijf

Dergelijke marketingactiviteiten behoren (net als P&O-zaken, financiën en advertenties) tot het takenpakket van Walthers vrouw Caroline, die vanaf het begin meewerkt in de zaak. 'Omdat we dikwijls activiteiten samen ondernemen, zijn we bij veel van onze klanten een bekend koppel. Dat komt de persoonlijke relatie met klanten zeker ten goede', vertelt Muurmans. 'We zijn een echt familiebedrijf.'

Ook de volgende generatie Muurmans is al actief in Assicuro. 'Onze zoon Sander van 24 werkt alweer vijf jaar in het bedrijf en bedient inmiddels als accountmanager een belangrijk deel van de portefeuille.' Daarmee houdt het Muurmans-gehalte in Assicuro niet op. 'Valentijn, onze jongste zoon, werkt bij RSM

'We zijn bij veel van onze klanten een bekend koppel. Dat komt de persoonlijke relatie zeker ten goede'

in Limburg en volgt daarnaast op Universiteit Nyenrode zijn opleiding tot accountant. Hij denkt nu al graag financieel met ons mee en natuurlijk maken wij dankbaar gebruik van zijn expertise.' Door die persoonlijke aanpak én natuurlijk door het niveau van zijn dienstverlening heeft Assicuro in de loop der jaren een schare trouwe klanten om zich heen verzameld. 'Bij Louwman Exclusive langs de A2 bij Utrecht zit standaard een medewerker van Assicuro en ook met andere bekende autodealers heb ik zo'n goede relatie, dat zij met vertrouwen klanten naar ons doorsturen', vertelt Muurmans. 'Het mooie is dat tevreden klanten vanzelf ambassadeur voor Assicuro worden. Zo ben ik ook met RSM in contact gekomen. Eén van de heren daar werd klant bij ons en zelf ben ik sinds 2008 klant bij hun kantoor.'

RSM Advantage

Muurmans ziet duidelijke parallellen tussen Assicuro en RSM, waar het gaat om niveau van werken, accuratesse, discretie en zeker ook de korte lijnen en persoonlijke aandacht. 'Ook zij blijven zich vernieuwen', merkt hij op. 'Zo hebben ze nu weer RSM Advantage, een soort abonnement waarbij je eigenlijk een continue en persoonlijke relatie met je financieel adviseur hebt en à la minute van zijn diensten gebruik kunt maken. Je krijgt ook proactief advies en zo houden ze

je scherp. Dat doen ze tegen een vast bedrag, zodat je nooit voor onaangename verrassingen komt te staan.'

Wegenbelasting

Dat proactief meedenken is iets wat Muurmans en zijn ongeveer twintig medewerkers ook bij hun standaardpakket vinden horen. 'Kijk, door de crisis en veranderingen in de wetgeving rond wegenbelasting is de markt van de 'gewone' klassieke auto's hard geraakt', legt hij uit. 'Maar dat geldt minder voor het topsegment. De echt kostbare auto's zijn in een paar jaar tijd twee keer zo veel waard geworden. Daar attenderen we onze klanten op en dan moet vervolgens de polis worden aangepast. De premie kun je ook niet zomaar met twee vermenigvuldigen, dus dan gaan we in gesprek en komen uiteindelijk altijd weer uit op een scherpe premie waardoor de eigenaar toch voldoende dekking heeft.' Walther Muurmans heeft zelf zeker affiniteit met mooie auto's, maar zeker ook met zijn klanten. 'Ik werk graag op een persoonlijke manier met mensen', zegt hij. 'Ik heb de mentaliteit: heb je iemand eenmaal een hand gegeven, dan trek je die niet meer terug. Het gaat om vertrouwen geven en krijgen. Heb je het vertrouwen gekregen, dan maak je dat waar. Eigenlijk is dat wel een goede typering van onze werkwijze.'





Koen Dekker (39) is sinds twee jaar fiscaal partner bij RSM in Eindhoven. Voor hij in 2009 de overstap maakte naar dit kantoor werkte hij voor KPMG Meijburg & Co. In zijn vrije tijd is Koen graag sportief actief. Hij is een fanatiek hockeyer bij Hockey Heeze, skiet een paar weken per jaar en kijkt graag voetbal met vrienden.



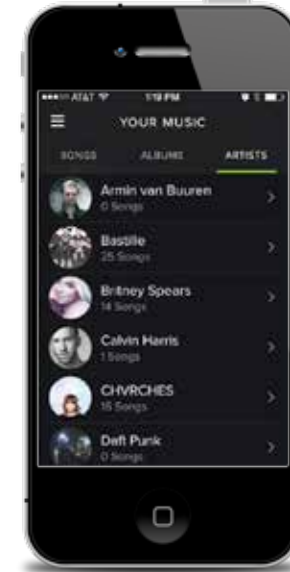
Eindhovens Dagblad Krant

'Thuis lees ik het Eindhovens Dagblad ouderwets op papier om regionale ontwikkelingen en nieuwtjes te kunnen volgen, maar hun nieuws is ook via een eigen app te raadplegen. Handig als ik op vakantie ben en toch op de hoogte wil blijven. Het Financieel Dagblad lees ik op kantoor of via de app. Op de app van de Telegraaf kijk ik als ik even iets luchtigs tot me wil nemen.'



LinkedIn

'Ik ben niet van de generatie die heel druk is met LinkedIn en ben er dus ook niet de handigste in. Het helpt me zeker om vóór ik op bezoek ga bij een nieuwe klant, vast even te kijken wie ik zal treffen. Als iemand is gelinked met iemand die ik goed ken, bel ik altijd even om navraag te doen. Zo bepaal ik bijvoorbeeld of ik wel of geen stropdas draag, al draag ik 'm vaker niet dan wel. Ik probeer me nu iets meer in de app te verdiepen, omdat we zoeken naar nieuwe collega's. Dan is het mooi als je iemands profiel vast kunt raadplegen, kunt uitzoeken wat voor mogelijke kandidaten er rondlopen of contact zoeken met iemand die je allebei kent om te weten of iemand in het team past.'



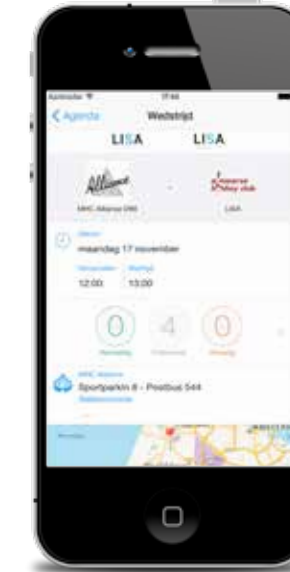
Spotify

'Ik ben een muzikliefhebber en vind het leuk om nieuwe muziek te luisteren als ik in de auto zit of thuis. Met de Spotify app is het eenvoudig zoeken naar nieuwe muziek. Daarbij zitten mijn dochters allebei op dansles. Daarbij is de muziek ook essentieel. Zij gebruiken de muziek dan ook vaak om op te dansen. In combinatie met de Sonos-app is deze muziekapp helemaal uitstekend.'



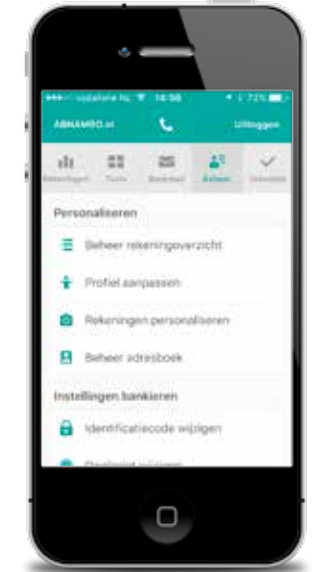
Sneeuw-hoogte.nl

'Ik ski al sinds ik achttien ben. Mijn ouders hebben een appartement in een skigebied in Frankrijk, waar we sinds die tijd samen vaker per jaar komen. Eerst met vrienden, nu met ons gezin. Onze kinderen – nu 11 en 9 – staan al sinds hun derde op de ski's. Elke kerst- en krokusvakantie binden we de lange latten onder. Daarnaast ga ik ook nog een keer met vrienden op pad in Ischgl.'



Hockey Heeze

Sinds dit seizoen heeft de club een 'eigen' hockey-app. Het achterliggende ledeninformatie-systeem 'Lisa' maakt het mogelijk dat iedere KNHB-club zijn eigen app heeft met eigen logo's, nieuws en informatie over de teams en sponsors. We hockeyen alle vier en met deze app heb je één overzicht hoe laat iedereen die week aan moet aantreden voor zijn/haar wedstrijd.'



ABN Amro mobiel bankieren

'Het is al weer even geleden dat ik een acceptgiro heb ingevuld. Ik heb geen ervaringen met andere banken, maar ik vind de app echt een uitkomst om overschrijvingen te doen. Vroeger ging je eens in de zoveel dagen met een stapeltje rekeningen aan de gang, nu er steeds meer betaalverzoeken per e-mail binnenkomen, is het moeilijker stapelen. Superhandig dat je dan meteen geld kunt overboeken. Want als ik het niet meteen doe, vergeet ik het. Zodra er een e-mail is dat ik bijvoorbeeld de contributie voor de kookclub moet betalen, schakel ik meteen even door.'



www.ndfr.nl

'Dit is een online digitale encyclopedie voor fiscalisten. Onmisbaar in mijn werk, ik kijk elke dag op deze website. Hier vind je alle vakliteratuur die ertoe doet. Via nieuwsbrieven houdt NDFR je onmiddellijk op de hoogte van relevante uitspraken en wetswijzigingen. Voor alle informatie over internationale fiscale verdragen en wetgeving over de grens raadpleeg ik een paar keer per week www.ibfd.org. Ik heb veel klanten die over de grens actief zijn. Deze kennisite verzamelt alles over belastingregimes wereldwijd. Meestal is dit mijn eerste leidraad, daarna zoek ik contact met een collega uit het RSM-netwerk ter plekke.'



www.voetbalprimeur.nl

'Voor alle voetbalnieuwtjes. Je moet de berichtgeving niet altijd serieus nemen. Het zijn vaak voetbalgeruchten die aanleiding geven om met je vrienden te app'en, een gesprek aan de lunchtafel of in het stadion te ontlokken. Sinds dit seizoen hebben we weer een paar stoelen bij PSV waar mijn collega's en ik – ik ben fan van PSV – met klanten naartoe gaan. Maar zeker als je aanhangers van verschillende clubs aan tafel hebt zitten, geeft het aanleiding voor gesprekken. Want we hebben op kantoor natuurlijk ook fans van Ajax, Feyenoord, Vitesse en Roda JC.'



Al na vier jaar opent Bounz achtste vestiging

'Wij brengen trampolinespringen naar hoger niveau'

In de zomer van 2011 opende Bounz haar eerste vestiging in Amsterdam, waarmee direct het eerste trampolinepark van Europa een feit was. Afgelopen oktober, net vier jaar later, gingen de vestigingen in Deventer en Arnhem open. Bounz is nu in acht steden gevestigd en er volgen er nog meer. Wat is het geheim achter dit succes?

✍ HARRY VAN DAM 📷 FRANS STROUS

We treffen Pieter Landman (56), oprichter en directeur van Bounz, in zijn Amsterdamse vestiging. Het is herfstvakantie en op deze donderdagmorgen zijn enkele tientallen kinderen onder leiding van een instructeur met zichtbaar plezier aan het springen. Dat doen ze op een enorm trampolineveld met 32 vlakken en schuine wanden. Dit is wel wat meer dan om beurten een beetje springen op een trampoline in de achtertuin of een pretpark. 'Ja, wat wij doen, is het trampolinespringen naar een hoger niveau brengen', zegt Landman. 'Daarbij hanteren we drie kernbegrippen: leuk, sportief en betrokken.' Trampolinespringen zoals Bounz dat heeft ontwikkeld, biedt veel meer

mogelijkheden dan een beetje op en neer hupsen. Kinderen kunnen in Amsterdam, Almere, Beverwijk, Eindhoven-Best, Enschede, Nijmegen, Deventer en Arnhem met ouders of opa en oma terecht om een uurtje ouderwets te springen en zich zo uit te leven. Maar daarmee houdt het aanbod van Bounz niet op.

Professioneel

Landman: 'We hebben hier verjaardagsfeestjes, schoolklassen die een alternatieve gymles krijgen, we bieden fun & fitness aan, je kunt hier de sterk in opkomst zijnde sport Dodgeball doen en ook de geofende sporter kan bij ons op uitdagende wijze zijn gang gaan', somt hij op. 'De bezoekers krijgen professionele



begeleiding, waardoor iedereen die dat wil boven zijn eigen niveau uitspringt.' Ook het bedrijfsleven heeft de accommodaties van Bounz inmiddels ontdekt. 'Je kunt je medewerkers of relaties natuurlijk meenemen naar de golfbaan, een boottochtje of een voetbalwedstrijd, maar steeds meer bedrijven organiseren hun personeelsuitjes of relatiebijeenkomsten bij ons', zegt de oprichter van Bounz. 'Dat is namelijk origineel, sportief en erg leuk om samen te doen. In die markt zien we nog grote kansen. Kijk, het is hier laagdrempelig, veilig en schoon en we kunnen op elk gewenst niveau catering en dergelijke verzorgen.'

Toeval

Dat Bounz er is gekomen, berust eigenlijk op toeval. Pieter Landman studeerde in Amsterdam bedrijfseconomie en volgde in Chicago de Business School. Daarna was hij vele jaren actief in de consultancy en werkte op financiële sleutelposities bij bedrijven als McKinsey, Nissan en Talpa. 'Uit die tijd ken ik RSM – toen nog Niehe Lancée – en vanwege de plezierige en professionele relatie was het eigenlijk vanzelfsprekend dat ik daarmee ook zaken ging doen, toen ik zelf ging ondernemen', zegt hij. 'Net toen ik wat om me heen aan het kijken was om iets nieuws te beginnen, kwam ik met een sportblessure terecht bij Wolter Kooistra, naast fysiotherapeut ook topcoach in de turnwereld.'

'Het is onze intentie uit te groeien tot vijftien vestigingen'

Kooistra hielp Landman van zijn blessure af en de twee kwamen te spreken over een project waarmee Kooistra bezig was, het opzetten van een nieuwe turnhal. 'Ik heb hem daarbij geholpen in het ingewikkelde traject van gemeenten, vergunningen en dergelijke. Toen die hal na een jaar of vijf was gerealiseerd, liep Wolter bij toeval tegen een grote trampolineaccommodatie in de VS aan en zag hij er wel wat in dat idee in Europa te introduceren.'

NOC*NSF

Dat was in 2010. Al in 2011 opende de eerste vestiging in Amsterdam. 'Wolter met zijn kennis en ervaring op het gebied van bewegen en ik met mijn financiële achtergrond hebben gezamenlijk een plan gaan gemaakt voor een trampolinepark', aldus Landman. 'Belangrijk moment was dat sportkoepel NOC*NSF ons selecteerde als 'Proeftuin Nieuwe Sportmogelijkheden', wat ons imago en de geloofwaardigheid in de markt natuurlijk erg ten goede kwam.' De partners (die nog steeds in Bounz samenwerken) wisten een leegstaande sporthal te huren ('voorlopig voor een jaar, we wisten ook niet zeker of het echt een succes zou worden') en gingen van start. Met voorlopig acht vestigingen in vier jaar tijd

als gevolg. 'Onze intentie is door te groeien tot ongeveer vijftien vestigingen in de grote steden', zegt Landman. Bounz is natuurlijk ook 'gewoon' een bedrijf, waar inmiddels zo'n zestig mensen werken (full- of parttime), dat zich niet aan zijn maatschappelijke verplichtingen wil onttrekken. 'Integendeel', benadrukt Pieter Landman. 'We ondersteunen op verschillende manieren organisaties die actief zijn voor groepen mensen die een steuntje in de rug kunnen gebruiken.'

Orange Babies

Dat doet Bounz zowel dichtbij (projecten in de directe omgeving om kinderen aan het bewegen te krijgen) als ver weg. Jaarlijks organiseert Bounz een fundraising waarbij onder meer via ludieke acties op de trampolines geld wordt ingezameld voor de Orange Babies, dat zich inzet voor moeders en kinderen met aids in Afrika. 'Dat is natuurlijk belangrijk, maar we vinden het ook van groot belang dat jongeren uit de wijken waar we zitten bij ons werken', zegt Landman. 'En we vinden het ook fijn als een vereniging uit de buurt bij ons een activiteit organiseert. We hebben namelijk graag een relatie met onze directe omgeving.'

Pieter Paul van Heeswijk van Le Credit Sportif:

'Ons kassasysteem levert verenigingen aantoonbaar veel geld op'



Een gemakkelijk te bedienen en veilig kassasysteem voor kantines van amateursportverenigingen. Dat was acht jaar geleden het idee van een paar jonge Utrechtse studenten die naast hun studie samen in de horeca werkten. Nu, in 2015, beschikken bijna duizend verenigingen over zo'n systeem en er komen er elke maand zo'n dertig bij.

HARRY VAN DAM | JEROEN OERLEMANS





Als Pieter Paul van Heeswijk uit het raam van zijn kantoor kijkt, ziet hij levensgroot één van zijn grote klanten. Le Credit Sportif is namelijk gevestigd in het kantorendeel van Stadion Galgenwaard, de thuisbasis van FC Utrecht. De vergaderkamer biedt een riant uitzicht op het speelveld van de club, waar sinds het begin van dit seizoen het kassa- en betalingssysteem van de 32-jarige Van Heeswijk en zijn collega's ook operationeel is.

Tijdrovend

Wie tegenwoordig bij de thuiswedstrijden van de FC een biertje of een broodje worst koopt, betaalt simpelweg door zijn vooraf opgeladen FC Utrecht-betaalkaart op een kastje te leggen. Het benodigde bedrag wordt ter plekke automatisch afgeschreven en op de display verschijnt het nieuwe saldo. Geen tijdrovend gedoe meer met afrekenen met contant geld of omslachtige muntjessystemen, maar snel en overzichtelijk je 'transactie' afhandelen. Gaat het saldo richting nul, dan volstaat een loopje naar één van de punten in het stadion waar de klant voor de komende weken zijn tegoed kan ophogen. Dat

kan hij trouwens thuis ook digitaal doen en het is zelfs mogelijk via je smartphone het saldo op peil te brengen.

'De eerste keer is het voor de gebruikers even wennen, maar eigenlijk is iedereen gelijk vertrouwd met het systeem', zegt Van Heeswijk. Hij was samen met mededirecteur Willem van Kralingen en (de wat oudere ondernemer) Arthur de Neree in 2007 oprichter van Le Credit Sportif. Omdat De Neree zich meer op zijn andere zakelijke activiteiten (met name in de horeca) wilde richten, werd Pieter de Jong in 2012 als ervaren sales manager mede-eigenaar van het snelgroeiende bedrijf.

In dat jaar werkten ongeveer 120 verenigingen met het kassa- en betalingssysteem. Daarna volgde de grote doorbraak naar bijna duizend clubs. Met z'n drieën leiden Van Heeswijk, Van Kralingen en De Jong in Utrecht nu een onderneming waar inmiddels zo'n 25 mensen werken.

Amateuristisch

'Er kwamen in 2007 een paar dingen bij elkaar', vertelt Van

Heeswijk. 'We werkten samen in het toenmalige café Heerenplein, maar wilden eigenlijk zelf iets gaan ondernemen. Van het hockey wisten we hoe onzorgvuldig, slordig en amateuristisch het er in kantines aan toe ging. Vrijwilligers staan achter de bar, kunnen vaak niet snel en precies rekenen en ja, er wordt ook nog weleens wat weggegeven, om het voorzichtig te zeggen.' Die gang van zaken kost de verenigingen – en dus ook de fiscus – aantoonbaar (onderzocht door het Pim Mulier Instituut, het 'CBS van de sport') jaarlijks tientallen miljoenen euro's.

De mannen bedachten op basis van hun horeca-ervaring een simpel, snel systeem dat fouten uitsluit en vrijwilligers het rekenwerk uit handen kon nemen. Een softwareontwikkelaar werkte hun idee verder uit en ze gingen ermee de boer op. Als eerste vereniging wisten ze hockeyclub HGC in Wassenaar voor hun vinding te interesseren. 'Ja, en toen het systeem daar prima bleek te functioneren en de club echt geld opbracht, ontstond al snel belangstelling bij andere hockey-, voetbal- en tennisverenigingen', aldus Pieter Paul van Heeswijk.

'Ook het gegeven dat verenigingen kunnen beschikken over vooruitbetaalde omzet – namelijk de saldi op de betaalkaarten –, speelde daarbij een belangrijke rol.' Uiteraard kost het gebruik van de systemen van Le Credit Sportif de clubs geld, maar die kosten staan in geen verhouding tot de veel hogere opbrengsten die uit de kantines komen.

Betaald voetbal

Via één van die amateurverenigingen volgde ook de entree in het betaald voetbal, als eerste bij NAC Breda. 'We hebben daar eerst een half jaar meegedraaid met het oude systeem om een goed beeld te krijgen van de verschillen met de amateurwereld', vertelt Van Heeswijk. 'Je praat bij zo'n profclub natuurlijk over veel grotere aantallen en andere piekmomenten, maar uiteindelijk bleek de situatie in de kern eigenlijk hetzelfde te zijn en konden we dus ook bij NAC een geschikt systeem introduceren.' Na NAC volgde al snel FC Dordrecht en inmiddels is het systeem van Le



Credit Sportif ook operationeel bij NEC Nijmegen, Heracles Almelo, Excelsior Rotterdam en sinds begin van dit seizoen bij FC Utrecht. Tot grote tevredenheid. Van Heeswijk: 'Ons unique selling point is dat ons systeem zowel on- als offline kan werken. Dus: valt in een stadion internet uit – en dat gebeurt nog weleens – dan draait het systeem

gewoon door. Aan die eigenschap danken we onze sterke opmars in het betaald voetbal.'

Le Credit Sportif groeit door en wordt daarbij begeleid door de combinatie van RSM voor accountancy en fiscaal advies en Brouwer & Oudhof voor de boekhouding. 'Het is voor ons op die manier lekker snel schakelen, want die twee vullen elkaar goed aan en weten elkaar eenvoudig te vinden',

er ook mee kunt betalen', zegt Van Heeswijk. 'We hopen die app nog dit jaar te lanceren'.

Andere markten

Daarnaast heeft Le Credit Sportif ook andere markten ontdekt, namelijk die van de bedrijfsrestaurants ('ook daar heb je regelmatig terugkerende bezoekers die snel willen afrekenen') en die van de evenementen als braderieën, popfestivals en



aldus Van Heeswijk. Brouwer & Oudhof is een 100% dochterbedrijf van RSM. Overigens kregen de ondernemers destijds al bij het opzetten van hun bedrijf periodiek – en zo nodig ook kritisch – feedback van de accountants en fiscalisten van RSM. 'Dat heeft ons in die beginfase enorm geholpen het direct goed aan te pakken.'

Le Credit Sportif blijft zich zowel technisch als qua activiteiten ontwikkelen. 'Op den duur verdwijnt de betaalkaart en komt er een app waardoor je niet alleen via je telefoon je saldo kunt opwaarderen, maar

hockeytoernooien. 'De clubs betalen een vergoeding voor het gebruik van ons systeem, maar de terminals blijven ons eigendom. Dus als in de zomer het betaald voetbal stilligt, maar ook als bijvoorbeeld FC Utrecht een uitwedstrijd speelt, kunnen we die terminals op de evenementenmarkt inzetten. Op die manier kunnen we ons systeem aantrekkelijk voor evenementen inzetten en ook die markt veroveren', aldus Van Heeswijk.

Our man in New York

Mario van den Broek, internationaal fiscalist en partner bij RSM in Haarlem, vertrok in de zomer van 2013 naar New York om daar een desk op te zetten voor Nederlandse klanten die de plas oversteken en voor Amerikaanse firma's die juist actief zijn in Nederland en Europa. Elk half jaar krijgen we een update.



'We lanceren binnenkort een grote campagne voor internationaal opererende

bedrijven om hen te vertellen hoe ze het beste om kunnen gaan met de Base Erosion Profit Shifting (BEPS), de fiscale internationale richtlijnen van de OESO. Daarnaast – of juist in het verlengde daarvan – speelt de wereldwijde lancering van onze nieuwe netwerknaam RSM, waardoor we nu allemaal – waar ook ter wereld – onder de naam RSM gaan opereren. Absoluut erg spannend. Ik ben ook druk bezig om het lokale netwerk in New York verder te verstevigen om onze inbound service line verder uit te bouwen. Daarmee willen we Nederlandse bedrijven ontzorgen die naar Amerika uitbreiden of zich hier vestigen.

Wat meer tijd kost dan ik van tevoren had gedacht, is het reizen, omdat ik een groter gebied bestrijk dan oorspronkelijk gepland. De focus zou aanvankelijk liggen op New York en omgeving en dat is al snel uitgebreid tot de gehele oostkust. Er is genoeg te doen in New York, maar er zijn ook veel mooie kansen in het gebied daarbuiten.

Navolging

Ik waardeer de openheid van mijn Amerikaanse collega's ontzettend, de sfeer is prettig. Ik kom op een groot aantal kantoren en het is voor mij altijd eenvoudig integreren. Gevolg is dat ik veel 'bureaus' heb: in Orlando, Charlotte, Chicago, Baltimore, Washington, Atlanta en uiteraard in het hoofdkantoor in New York City. Verder is het prettig om te zien dat ik inderdaad makkelijker zaken kan doen, omdat ik voor de klanten zo dichtbij ben. Het is een cliché, maar de meeste – en beste – zaken worden nog steeds face to face gedaan. Ons initiatief heeft navolging gekregen, want er is

hier inmiddels ook een German Desk, een UK Desk en een French Desk. De verwachting is dat er nog meer landen volgen.

Ook al ga ik nog niet meteen terug, we zijn het huidige model – een partner op uitzending – aan het evalueren. Wat we zeker weten, is dat we na mij niet nog een partner deze kant opsturen. Ik heb de weg kunnen plaveien, een hoop zaken ontdekt en veel connecties gecreëerd. Daardoor kunnen we straks een iets minder ervaren persoon op pad sturen. Het succes smaakt in elk geval naar meer. Ik zal zelf ook maandelijks de trip naar de USA blijven maken en actief blijven op de route Europa-USA.

In eigen hand

We hebben mooie klanten aan ons weten te binden en dat komt grotendeels ook door onze eigen inzet en directe aanwezigheid. We kunnen zo echt dicht bij de klanten staan. Het is ook fijn dat we veel zaken in eigen hand kunnen



houden in plaats van te wachten op lokale collega's. Dat heb ik grotendeels ook te danken aan mijn team in Nederland dat veel van het werk tot in detail uitvoert en daar echt goed mee omgaat. Wat dat betreft mis ik mijn team wel.

We hebben gelukkig nog steeds veel onderling contact en ik zie dat de mensen zich met sprongen ontwikkelen. De jonge medewerkers ontwikkelen zich tot volwaardige professionals en onze seniors laten zien dat ze nog lang niet zijn uit ontwikkeld. Het mooiste moet nog komen! Met mijn nieuwe assistent Angelique Timmer – van marketingcommunicatie overgestapt naar ons team – loopt het goed. We kennen elkaar al lang als collega's, maar hebben in haar nieuwe rol nu dagelijks contact. Het draait als een trein.

Barbados

Met het gezin hebben we de weekenden vooral gebruikt om de omgeving van New York te verkennen. De zomervakantie hebben we doorgebracht op Barbados, wat redelijk dichtbij is. Het was sowieso een fantastische zomer vanwege het mooie warme weer en New York is een fijne stad waar je echt nooit genoeg van krijgt. De kinderen ontwikkelen zich heel goed, zijn flink ingeburgerd met vriendjes die – te pas en te onpas – langskomen. Dat is natuurlijk hartstikke fijn.

Mijn vrouw Laura heeft goede kennissen via de scholen van de kinderen leren kennen en ik heb via mijn basketballactiviteiten leuke Amerikaanse contacten opgedaan bij de sportclub. Daarnaast is de Nederlandse expatgemeenschap in Rye en Harrison's best hecht en biedt een rijk sociaal leven. Onze echte vriendschappen zitten natuurlijk nog gewoon in Nederland. Skype, WhatsApp en Facetime helpen daar goed bij. De kinderen zouden hier het liefst zo lang mogelijk willen blijven, hoewel ze hun opa's en oma's en andere familie missen. Lotte is net 5 jaar geworden en zij gaat nu ook fulltime naar school (kindergarden). Ze zijn dus nu alledrie 'het huis uit', een momentje om bij stil te staan. Het liefst zou ik willen dat dat stuk iets minder hard gaat, maar dat hebben vast meer ouders.

Backbone

Waar ik trots op ben, is hun flexibiliteit. Ze hebben als jonge mensen het vermogen laten zien dat ze zich kunnen aanpassen in soms lastige omstandigheden. Laura en ik zijn echt heel trots op hun ontwikkeling. En – ik zeg het natuurlijk veel te weinig – ik ben zelf ook ontzettend trots op mijn vrouw. Laura is echt de backbone van ons gezin, zij heeft het meeste ingeleverd en zich het meeste weggecijferd. Ik ben zelf niet altijd de gemakkelijkste voor mijn omgeving, maar

ze heeft mij ontzettend gesteund, omdat het – ondanks mijn enthousiasme en optimisme – soms toch lastig is. Zij heeft het gezin draaiende gehouden, van ons huis een thuis gemaakt en daarnaast ook tijd gevonden zichzelf te ontwikkelen en vrienden te maken. Daarbij vergeleken, vallen mijn zakelijke prestaties in het niet.

Als je in de Verenigde Staten woont, beleef je niet alleen hosanna-verhalen. We zien natuurlijk ook dat er veel conflicten zijn tussen de politie en grote delen van de bevolking in armere gebieden. Ook al is dat op afstand, je voelt dat het spanningen geeft. Wat dat betreft heeft de Amerikaanse samenleving nog een lange weg te gaan.

Roadtrip

De komende maanden staan er ontzettend veel zakelijke reizen op het programma. In het weekend willen we trips blijven maken in de buurt en we gaan zeker vakanties inplannen rondom Kerstmis en in het voorjaar. We zijn er nog niet uit of we ons avontuur volgende zomer afsluiten met een grote roadtrip aan de westkust of dat we juist die roadtrip gaan maken in de staten New York en Connecticut en Canada. We hebben ook nog wel even de tijd om dat te beslissen.'





RSM's Little Big Book

Wilt u succes hebben, dan zijn analyses van een jaar praktisch waardeloos. U moet ieder moment weten wat er gebeurt, en waar. Alleen zo kunt u adequaat sturen.

Vanaf 26 oktober brengen RSM Wehrens Mennen De Vries, RSM Niehe Lancée Kooij en RSM Tempelman hun professionals samen onder één naam – RSM. Wereldwijd gaan wij één logo voeren. Een heldere identiteit die onderstreept waar we voor staan: cliëntgericht, slagvaardig, betrokken en ondernemend. Waar ook ter wereld.

RSM's Little Big Book legt aan de hand van de 10 belangrijkste eigenschappen de kracht van RSM bloot.

U ervaart: The power of being understood.

rsmnl.com

THE POWER OF BEING UNDERSTOOD
AUDIT | TAX | CONSULTING

