

RSM Magazine



**VADER VRAAGT XAVIER KAT
NET OP TIJD WIJNKOPERIJ
OKHUYSEN OVER TE NEMEN**

NAJAAR 2018 | FRIETHOES WIL VAN DOBBEN IN VERSE
FRIET WORDEN | TON HARMES KRIJGT NIET GENOEG VAN
BOEKHANDEL DOMINICANEN | RSM-NYENRODE INSTITUUT:
PRAKTIJK EN WETENSCHAP | RSM NEEMT PHILIP SIDNEY OVER

FAMILIEBEDRIJVEN

GWEN VAN LOON, HOOFDREDACTEUR RSMAGAZINE

In dit RSMagazine leest u veel verhalen over mooie familiebedrijven. Terwijl we dat niet als speciaal thema hadden gekozen. Het geeft aan dat RSM dit type bedrijven graag en vaak bijstaat met financiële raad en daad.

Zoals Friethoes van de broers Joost en Sebastiaan Hoes die sinds 2010 samen aan de weg timmerden om de versefrietmarkt te veroveren. Helaas moet Sebastiaan het sinds dit voorjaar zonder zijn broer doen, die de oprichter van het bedrijf was. Bij Darthuizer Groep, dat woon- en werkomgevingen opvrijscht met innovatief groen, is inmiddels ook de derde generatie actief.

Bij wijnkoperij Okhuysen staat de tweede generatie Kat aan het roer, de wijnkoperij – opgezet door een Okhuysen – bestaat al ruim 150 jaar. En bij Gallery Aaldering is zoon Nick – net als vader Nico Aaldering – dol op het aan de man brengen van klassieke auto's. Dan hebben we het nog niet over Boekhandel Dominicanen, waar het nog geenszins een uitgemaakte zaak

is dat eigenaar Ton Harmes zijn zaak ooit overdoet aan zijn dochter Sylvia. De studente voelt zich voorlopig prettig in haar rol als oproepkracht. Precies zo rolde hij zelf ooit het boekenvak in.

Dat RSM zo sterk verbonden is aan familiebedrijven – en andersom uiteraard – is aanleiding voor het oprichten van een nieuw platform waar praktijk en wetenschap elkaar treffen: het RSM-Nyenrode Instituut. Daarmee bewijst RSM dat ze een vooraanstaande positie inneemt in deze tak van sport: niet alleen in harde (omzet)cijfers, maar ook inhoudelijk en qua niveau van dienstverlening. Nyenrode ziet RSM daarin als een belangrijke partner.

Familiebedrijven vertegenwoordigen levend ondernemerschap; sommige partijen blijven – al dan niet bewust – bescheiden, andere breiden in de loop der tijd uit door autonome groei of overnames. Soms kan daaruit zelfs een multinational ontstaan: eind 19e eeuw begonnen in Frankrijk de



twee gebroeders Renault bescheiden met de bouw van één auto. Nu is Renault al decennialang een wereldspeler.

Een blad als dit relatiemagazine kan ook een familiegevoel oproepen. Als RSM genieten wij ervan steeds bijzondere cliënten in de spotlights te zetten en te vertellen hoe het zaken doen hen vergaat. Voor een deel is dat verhaal universeel, voor een deel uniek. Dat maakt het het waard om het verhaal te delen. We wensen u daarom veel leesplezier. Wie weet, richten we de schijnwerpers volgende keer op u.

RSMAGAZINE, NR 16, JAARGANG 9, NAJAAR 2018
RSMagazine is een uitgave van RSM. RSMagazine wordt in controlled circulation in een oplage van 6.200 exemplaren verspreid onder cliënten en relaties van de bij de RSM aangesloten kantoren in Nederland.

REDACTIE
– Gwen van Loon, Punt Tekstproducties (hoofdredactie), gwen@punttekstproducties.nl, tel 06-54 74 80 70
– Harry van Dam, Paapstvandam, bureau voor communicatie
– Ben Smeets
– Angelique Timmer-Weisscher

BEELD
– Erik van der Burgt, VRBLD photofilm
– Judith Cappon, Judith Cappon Fotografie
– Sander Nieuwenhuys, Sander Nieuwenhuys Fotografie
– Frans Strous, Frans Strous Fotografie
– Machtelt de Vries, Alles in Beeld
– Hugo Thomassen

COVERFOTO
Sander Nieuwenhuys

CONCEPT EN ART DIRECTION
Frans Spanjaard, Spanjaard Strategie & Communicatie

VORMGEVING
Pieter Tuinman, Formaris idee, ontwerp en fotografie

DRUKKERIJ
HuijHaverlag Printing

POSTADRES
RSM, redactie RSMagazine
t.a.v. Angelique Timmer-Weisscher
Postbus 5037
2000 CA Haarlem



4



EIGENAAR BOEKHANDEL DOMINICANEN STELT PENSIOEN NOG EVEN UIT

10



FRIETHOES WIL VAN DOBBEN VAN FRIETINDUSTRIE WORDEN

16



DARTHUIZER GROEP VERBLOEMT EN VERGROENT STEDEN EN KANTOREN

24



HUIDIGE EIGENAAR WIJNKOPERIJ OKHUYSEN LEERDE IN CRISIS WAT ONDERNEMEN IS.

36



RSM VERBREEDT DIENSTVERLENING MET OVERNAME VAN PHILIP SIDNEY

44



NICO AALDERING: 'INVESTEREN IN KLASSIEKE AUTO IS GOEDE BELEGGING'

40



RAOUL RAHIMBAKS: 'RENAULTS VANAF 2030 ALLEMAAL ELEKTRISCH'

48



RSM-NYENRODE INSTITUUT: 'FAMILIEBEDRIJF IS LEVEND ONDERNEMERSCHAP'

RUBRIEKEN

8

ROUTE RSM
ROTTERDAM:
MONICA VAN DER STARRE

15

FAVORIET
DIMFY LAMBRIEX

20

OUR MAN IN THE USA
RICK LAMERICH

22

INS & OUTS
AVG

29

BLIK VAN BUITEN
PIETER DE WAARD

30

DE DIALOOG
TWEDE MUSEUM-
DIRECTEUREN

34

PLEASED TO MEET YOU
JAN KEES
VAN DER LEEK

43

OPINIE
WIM HAAN

EIGENAAR TON HARMES
VAN BOEKHANDEL DOMINICANEN

‘OVERNAME ZETTE VOORLOPIG STREEP **DOOR MIJN PENSIONERING**’



TON HARMES NAM IN 2014 BOEKHANDEL DOMINICANEN OVER, NADAT DE ZAAK TWEE KEER IN KORTE TIJD FAILLIET WAS GEGAAN. MAAR ALS VOORMALIG WINKELMANAGER EN MARKETINGMAN PUR SANG WIST HIJ WAT DE POTENTIES WAREN VAN DEZE MARKANTE BOEKHANDEL IN DE KERK IN HET CENTRUM VAN MAASTRICHT. IN HET DIEPSTE GEHEIM BEREIDDE HIJ MET ZIJN PERSONEEL EN INVESTEERDERS EEN DOORSTART VOOR.

🗨️ GWEN VAN LOON 🗣️ HUGO THOMASSEN



Op Aswoensdag, daags na carnaval, maakt Harmes (67) zijn plannen wereldkundig. Het is dan vlak voor de deadline van de curator. 'Chinezen verstaan de kunst van het wachten. Daar heb ik me door laten inspireren. Al had ik als potentiële koper die tijd uiteraard ook nodig om mijn ideeën uit te werken. Maar die dag maakte ik mijn plannen openbaar. Het personeel had tot dan toe zijn mond gehouden en samen hielden we de winkel zo goed en zo kwaad als het lukte draaiende.'

'Met crowdfunding wilden we geld ophalen om de voorraad en ons assortiment aan te leggen. Als dat zou lukken, zou dat in één klap duidelijk maken dat de Maastrichtenaren in ons concept geloofden.' In zeven dagen tijd haalt Harmes ruim het dubbele op van de benodigde € 50.000. 'Daar krijg je vleugels van. Binnenkort gaan we die lening aflossen. We hebben er als boekhandel 600 vrienden aan overgehouden die we uiteraard uitgebreid gaan bedanken.'

SOMMEN MAKEN

In de dagen voor de crowdfunding weet hij al vier investeerders aan zich te binden. Zij zijn tot op de dag van vandaag stille aandeelhouders. 'Ik zocht mensen die een band hadden met het product – boeken dus –, de plek – de Dominicanenkerk –, Maastricht en mij. Maar voor ik sommen ging maken in mijn studeerkamer, pleegde ik overleg met mijn vrouw Corina. Ik moest natuurlijk weten of zij het ook een goed idee vond. Ik zou er immers eigen geld – ons geld – in stoppen als potentieel nieuwe eigenaar. Bovendien zette die stap ook een streep door mijn pensioen dat zich anders inmiddels al had aangediend.'

Achter de schermen is hij sinds het uitgesproken faillissement continu in de weer. Elf boekhandels uit de boedel van

Polare – waar de voormalige boekhandels van Selexyz onder waren gebracht na het eerste faillissement – zitten in 2014 in hetzelfde schuitje als hun eigenaar ProCures Polare opnieuw de stekker eruit trekt. Ze besluiten samen op te trekken met Libris – de inkoopcombinatie voor zelfstandige boekverkopers –, zodat er bij de curator slechts één partij aan tafel zit. Bijkomend voordeel is dat de winkeliers hun kaarten nog een beetje tegen de borst kunnen houden.

GELUK

'Ik had daarnaast nog een uitdaging: de huurovereenkomst zou aflopen en er was een kaper op de kust. Ik had het geluk dat Apple de kerk als gebouw weliswaar markant genoeg vond, maar dat het bedrijfsbeleid niet toestond dat ze zich zouden vestigen in een gebouw met een religieuze achtergrond. Dat was mijn geluk, anders was ik zeker omver geblazen.'

Harmes leerde het vak bij de Utrechtse boekhandel Broese Kemink. 'Mijn baas daar sprak nooit over de boekverkopen, maar wel over hoe je veel reuring veroorzaakt en zo belangstelling wekt voor de boeken die je hebt ingekocht. Ik kwam er terecht toen ik rechten studeerde. In mijn eerste dagen deelde ik ijsjes uit voor de winkel. Later sjouwde ik stoelen, nam ik de telefoon aan en deed allerlei hand- en spandiensten in de winkel en leerde zo langzaam maar zeker meer over het boekenvak.'

LOOD IN SCHOENEN

'Toen ik mijn rechtenstudie bijna af had, was er een vacature als boekverkoper Theologie/Filosofie. Die kans heb ik gegrepen, al moest ik mijn moeder met lood in mijn schoenen vertellen dat ik ging stoppen met studeren. Ze had tien jaar

lang betaald voor haar jongste die als enige naar de universiteit was gegaan. Later bleek die investering overigens geen weggegooid geld: de kennis van toen komt me nog dagelijks van pas bij het ondernemen, zoals bij het lezen van contracten.'

Naast de verkoop van boeken, aanverwante producten en tegenwoordig ook cd's en vinyl, organiseert Harmes ruim 150 activiteiten per jaar. Naast boekpresentaties en discussies over maatschappelijke thema's zijn dat onder meer klassieke concerten. Maar de boekhandel was de laatste jaren ook het decor voor de promotieborrel van een hoogleraar en een studentengala. Harmes

'BIJ DE VERKOOP VAN JE BEDRIJF HEB JE IEMAND NODIG DIE HET CIJFERMATIGE INZICHT HEEFT EN DE ANALYSE ZUIVER KAN MAKEN'

zoekt steeds naar samenwerking die zijn concept kan versterken of de allure van het gebouw onderstrepen. 'Natuurlijk is deze kerk in de huidige vorm daarom nu ook een plaats voor debat, waar kunst, cultuur en literatuur bijeenkomen.'

FILOSOFEREN

Harmes zet de gotische kerk – 'de eerste van de Lage Landen' – altijd centraal, niet de boekencollectie die hij voor het grootste deel heeft ondergebracht in een enorme boekenflat. 'Nu past dit concept hier goed, maar als de tijd dat zou vragen, zou je ook iets heel anders van deze ruimte kunnen maken.' Zo ver is het wat hem betreft nog lang niet. Vandaar dat hij voorlopig nog graag filosofeert met senior adviseur Remy Maes van RSM over zijn onderneming. 'Het klikte snel. Ik kan goed met hem sparren, omdat hij op de hoogte is van onze bedrijfswerkelijkheid.' Daar heeft RSM goed zicht op, omdat

het team van Remy Maes ook het jaarverslag en de boekencontrole voor de boekhandel verzorgt. Waar nodig wint de ondernemer bij RSM ook fiscaal advies in. 'Dat jaarverslag is in feite niets meer of minder dan de uitkomst van de activiteiten die we hebben ontplooid. Natuurlijk moet dat gebeuren, maar ik vind het veel interessanter om met Remy te spreken over onze strategie en marketingideeën. Tenslotte moet ik het concept van de winkel continu verkopen om beweging in de zaak te houden. Daarvoor leef ik me continu in in de klant. Dat lukt. We hebben jaarlijks 1 miljoen bezoekers en we hebben een conversiegraad van 27% (percentage mensen dat iets koopt, GvL).'

UIT DE NAAD

In de gesprekken met RSM staat ook Harmes' persoonlijke financiële planning op de agenda en met zijn accountant spreekt hij ook over de toekomst van de winkel als de ondernemer zich wil terugtrekken uit de dagelijkse leiding. Dat is nog niet aan de orde, al werkt zijn studerende dochter – net als hij destijds – inmiddels als hulp en oproepkracht in de zaak.

'Sylvia is 21. Ze moet straks vooral gaan doen wat zij graag wil. Bij familiebedrijven is de opvolging vaak een belangrijk issue. Maar als iemand de zaak over móet nemen, gaat het vaak niet goed. Dus leg ik absoluut geen druk op haar.' Dat is ook niet nodig. 'Voorlopig werk ik me graag zelf nog uit de naad voor het avontuur dat ik ben aangegaan.'

Rotterdam

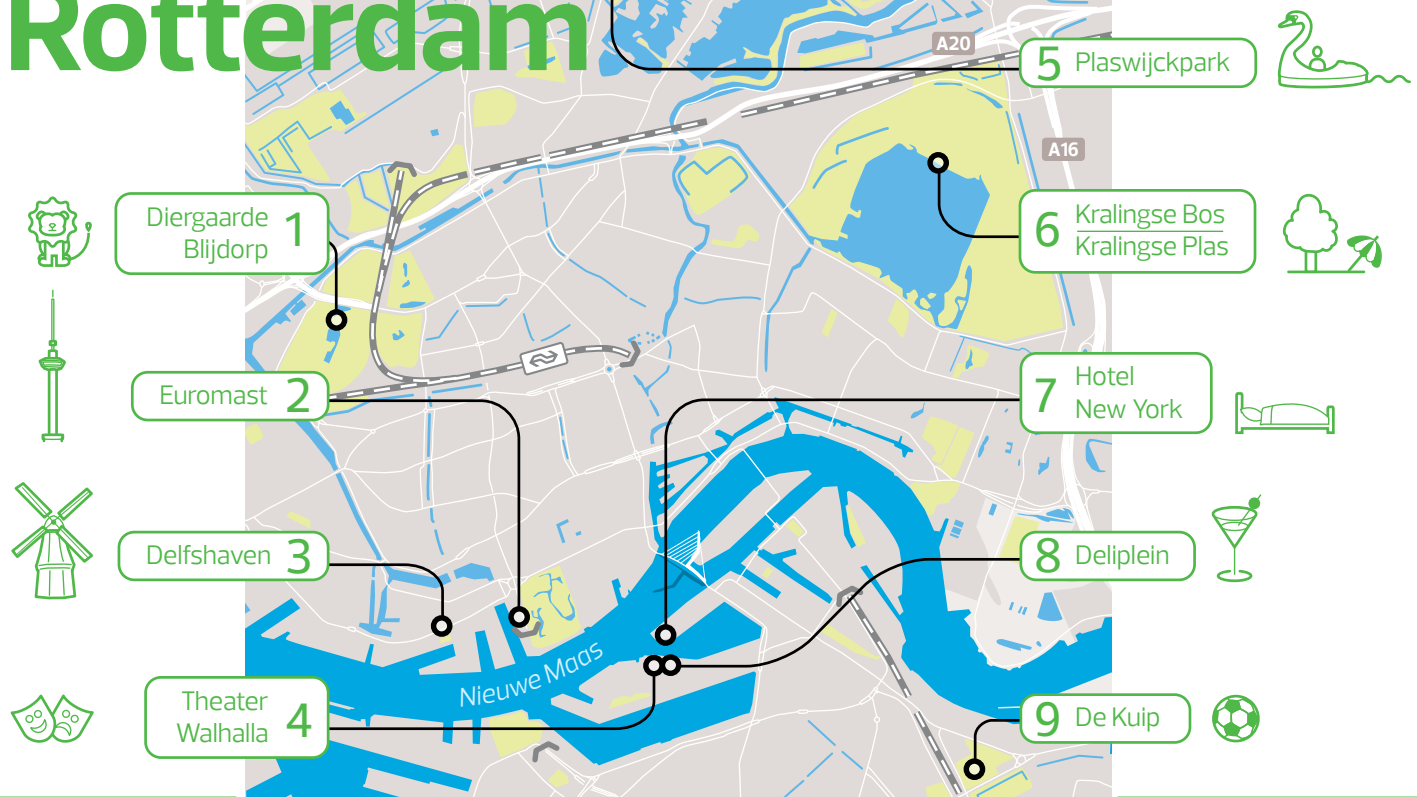


FOTO SHUTTERSTOCK

MONICA VAN DER STARRE (48) WERKT ALS ASSISTENT LOONADMINISTRATEUR BIJ RSM IN ROTTERDAM. DE HAVENSTAD IS ECHT HAAR STAD. 'ER IS ZO ONTZETTEND VEEL TE DOEN EN TE ZIEN, EIGENLIJK TE VEEL OM OP TE NOEMEN. EN GROOT VOORDEEL: DE STAD IS GOED BEREIKBAAR MET HET OPENBAAR VERVOER.' ALS RECHTGEAARDE FEYENOORDFANS ZEIDEN ZIJ EN HAAR MAN METEEN 'JA' OP DE VRAAG OF DE KUIP LEUK ZOU ZIJN ALS TROUWLOCATIE.

☰ GWEN VAN LOON ☑ MARJOLEIN ANSINK ☑ ALLES IN BEELD



Monica denkt bij Rotterdam meteen aan de Rotterdamse Havens, de Wereldhavendagen, de marathon, Delfshaven met een aantal molens en oude kleine straatjes, diverse musea, zomercarnaval, Het Oude én Nieuwe Luxor theater, de SS Rotterdam op Katendrecht, waar ook het kleine theater Walhalla zich bevindt en de Rijnhavenbrug (ook bekend als de Hoerenloper) dat Katendrecht verbindt met de Wilhelminapier.

'Katendrecht/Deliplein is echt een trendy uitgaanswijk aan het worden. Op en rond de Wilheminaapier zijn ook genoeg restaurantjes en Hotel New York is uiteraard een grote trekpleister. Aan de Wilhelminakade – naast de Erasmusbrug – is altijd wat te zien, tot cruiseschepen aan toe. Eten tijdens een vaartocht van twee uur kan op de Berenboot of de Pannenkoekenboot. Ook met de Spido, de watertaxi en zelfs de Splash kun je het water op.

Je kunt Rotterdam ook verkennen met de historische tram Lijn 10. In een uurtje rijd je langs diverse leuke plekken in het centrum (eind april–eind oktober). De Snerttram rijdt in de winter een route van anderhalf uur en tijdens de rit krijg je een kom erwtensoep aangeboden. In de zomer is dit de IJsjestrans en krijg je een overheerlijke sorbet met fruit.

ORIGINEEL

De Kuip is natuurlijk het mooiste stadion van Nederland. In het Maasgebouw van De Kuip kun je een rondleiding boeken. Wie een originele trouwlocatie zoekt, kan hier terecht voor de grote dag. Dat is echt de moeite waard, zeg ik uit ervaring. Voor ons als Feyenoordsupporters was het geen moeilijke keuze toen dit in 1995 bij de burgerlijke stand werd aangegeven als nieuwste trouwlocatie. We zeiden allebei tegelijk volmondig 'ja'.

Eén van de trekpleisters van Rotterdam is natuurlijk nog altijd de Euromast. Met zijn 185 meter hoogte is het allang niet meer het hoogste gebouw van Rotterdam, maar het trekt niet voor niets nog

altijd veel bezoekers. Er zijn bovenin twee hotelsuites en er is een restaurant op grote hoogte. Wie durft, kan er abseilen. Niks voor mij. Voor mij blijft het schitterende uitzicht bovenin al een hele belevenis. Bij het grote recreatiegebied Kralingse Bos en Kralingse Plas kun je onder meer wandelen, fietsen, hardlopen, skaten, zwemmen/zonnen, boomklimmen, varen en het hertenkamp bezoeken. Er staan twee molens rond de plas en er zijn diverse horeca-gelegenheden. Wij kwamen hier vaak toen onze dochters klein waren. Naderhand zwom onze labrador, we zeggen vaak onze zeehond, hier veel bij het hondenstrandje.

Plaswijckpark is een geweldig uitje voor jonge kinderen. Naast speeltoestellen en een verkeersplein kun je met een waterfiets – in de vorm van een zwaan – het water op. Ook is er een kleinschalige dierentuin met kinderboerderij. Er zijn natuurlijk ook veel dieren te bewonderen in Diergaarde Blijdorp, leuk voor elke leeftijd. Er zijn veel verblijven ver- en gebouwd, elke keer zie je weer iets nieuws. Het Oceanium is speciaal en – bijzonder – de ijsberen zijn terug!



SEBASTIAAN HOËS VAN DAGVERSE
FRIETFABRIEK FRIETHOËS:

‘WE WILLEN DE VAN DOBBEN VAN DE FRIET- INDUSTRIE WORDEN’

MET DE AANSCHAF VAN EEN FOODTRUCK KOCHT SEBASTIAAN HOËS ZICH IN 2010 IN BIJ ZIJN BROER JOOST. DIE HAD EEN JAAR DAARVOOR ZIJN FRIETHOËS-WINKELTJE GEOPEND IN HAARLEM. DOOR HET OVERLIJDEN VAN DE OPRICHTER MOET HET BEDRIJF HET SINDS DIT VOORJAAR DEFINITIEF ZONDER DE INBRENG VAN JOOST DOEN. MAAR DE AMBITIES DIE DE TWEE BROERS SAMEN MET COMPAGNON VICTOR VAN VEELLEN HADDEN, ZIJN OVEREIND GEBLEVEN EN LIEGEN ER NIET OM. ‘WE WILLEN DE VAN DOBBEN VAN DE FRIETINDUSTRIE WORDEN.’

📍 GWEN VAN LOON 🗣️ SANDER NIEUWENHUIJS

Joost zet in 2007 de eerste stappen op de frietmarkt als hij met zijn cateringervaring op de Modefabriek (een groot mode-evenement in Amsterdam, GvL) in een gehuurde bus friet gaat bakken. ‘Mensen waren laaiend enthousiast over zijn eigen gesneden friet en Joost besluit op zoek te gaan naar een geschikt pand in het centrum van Haarlem om voortaan dagelijks verse friet te bakken.’

De zoektocht van Joost neemt uiteindelijk anderhalf jaar in beslag, herinnert Sebastiaan zich. Zelf werkt Sebastiaan dan nog in de reclamewereld. In het winkeltje op de looproute van het station naar het centrum verkoopt zijn broer aanvankelijk alleen friet met zelfgemaakte mayonaise en pindasaus. ‘Het assortiment heeft hij bewust beperkt gehouden’, vertelt Sebastiaan. Als hij zich aansluit, bakken de twee vaak ‘s nachts de friet voor die ze vervolgens overdag op evenementen verkopen. ‘Dat hebben we twee seizoenen gedaan, maar dat was echt te pittig.’

Het begint dus allemaal met een klein keukentje. ‘We hadden twee frituurtjes en een kleine koeling. Al heel snel moesten we bij bevriende horecaondernemers onze frieten koelen.’ De eerste foodtruck blijkt ook niet zo praktisch als gedacht. ‘Hij remt heel slecht, daarom moesten we er ‘s nachts mee rijden en bij klussen verder weg moest ‘ie op de oplegger. We kochten daarna een nieuwe wagen waarbij we echt een antireactie



aan de dag legden. Naast goede bakapparatuur plaatsten we er de beste muziekinstallatie in, zorgden we ervoor dat we de wagen op afstand konden besturen bij het inparkeren en lieten we zonnepanelen op het dak plaatsen. Echt over de top.'

EFTELING

Inmiddels beschikt Friethoes over tien eigen wagens die in het seizoen door het hele land op evenementen en festivals zijn te zien. 'Er zijn geen barrières om welk festival dan ook te doen. Omgerekend doen we met die wagens 400 festivaldagen per jaar, waar soms wel 50.000 bezoekers per dag zijn.' Afgelopen jaar stonden er in het seizoen drie wagens permanent in de Efteling voor piekondersteuning, merkt Sebastiaan ook nog trots op. 'Het is fraai om voor het meest vooruitlopende pretpark in de branche te werken. De buitenkant van onze wagens was in Eftelingstijl, maar bezoekers kregen hun vers gesneden friet in Friethoes-puntzak.' Sebastiaan heeft er vertrouwen in dat hun samenwerking wordt gecontinueerd.

De friet wordt tegenwoordig allemaal gesneden en voorgebakken in een eigen frietfabriek in de Waarderpolder, een



'TOT WE TWINTIG LOCATIES HADDEN, BRACHTEN WE ALLE FRIET ZELF ROND, DAARNA HEBBEN WE DAT OVERGEDRAGEN AAN EEN GROOTHANDEL'

industrieterrein aan de rand van Haarlem. In mei 2016 rolde daar het eerste frietje van de band. De nieuwe capaciteit maakt het mogelijk om zowel voor hun eigen wagens, maar ook voor meerdere horecagroothandels verse friet voor te bereiden.

De horecamarkt boort Friethoes aanvankelijk aan via bevriende koks in Amsterdam, omdat er in de winter weinig evenementen zijn. 'Tot we twintig locaties hadden, brachten we alle friet zelf rond, maar daarna hebben we dat overgedragen aan een groothandel.' Inmiddels verloopt die bevoorradings exclusief via de horecagroothandels. 'Die halen alles in één keer in de Waarderpolder op. Dat maakt de logistiek eenvoudiger.'

'Elk jaar, tot op heden, groeit de omzet met minstens 50%. Al negen jaar op rij. In 2015 besloten we om hulp te zoeken bij onze groei, omdat het tijd werd meer eisen te stellen aan ons bedrijf. Niet alleen aan de productie en afzetkanalen, maar ook aan ons personeelsbeleid en onze financiële administratie. In 2016 vroegen we groeicoach Victor van Veelen van Scale Up Company om zich op interim basis bij ons aan te sluiten, maar hij wilde alleen meedoen voor het 'echte' en dan ook aanspraak maken op een hap uit de

taart. Omdat we een klik hadden, hebben we dat snel geregeld. Het was heel zuur dat Joost een maand nadat dat beklonken was, ziek werd.'

FINANCIËN STROOMLIJNEN

Het is in dezelfde periode dat RSM aan boord komt om de financiën te stroomlijnen. 'We hadden door dat Joost en ik niet goed genoeg waren met cijfers, dat we een goed boekhoudpakket nodig hadden en beter inzichtelijk moesten maken hoe we ervoor stonden, zeker nu we een financiering bij de Rabobank wilden aanvragen vanwege de plannen voor de fabriek. Doordat we zo hard groeiden, werden we te groot voor onze oude boekhouder.'

Brouwer & Oudhof, onderdeel van RSM, helpt Friethoes aanvankelijk door een inzichtelijk werkdocument te maken. 'Zo konden we juiste kostenposten formuleren. Door het introduceren van Exact Online konden we schoon schip maken met onze boekhouding en voortaan maandrappportages uitdraaien. Raymond Both is er sindsdien bij als we die bespreken met de directie. We besloten op advies van RSM voortaan ook maandelijks de btw te verrekenen. Daardoor kregen we beter zicht op onze financiële positie. En ze adviseren

ons ook hoe we praktisch het beste te werk kunnen gaan, bijvoorbeeld bij het oprichten van onze BV's.' 'We hadden al jaren flink geïnvesteerd. Elke keer als we geld over hadden, wilden we de kansen pakken die we toen zagen. Ons devies was simpel: we hebben wind mee, dus rennen! Door de groei en de plannen voor de fabriek werd het belang van een gezonde financiële huishouding steeds duidelijker. RSM hielp ons hoe je het grote geldspel dat bij ondernemen hoort echt moet spelen. Dat was maar goed ook, want door de schaalvergroting die we voor ogen hadden, bleken we aanzienlijk meer cash nodig te hebben. Dat maakte de bedrijfsvoering de laatste jaren soms best spannend.'

Dat wordt versterkt als bij Joost in 2016 een hersentumor wordt ontdekt. 'Begin mei viel hij uit, terwijl de bouw van de fabriek zijn project was. Tussendoor kon hij nog af en toe meedoen. Hij bleef zo lang mogelijk grote beslissingen nemen met Victor en mij, maar zelf kon hij geen prominente rol meer vervullen. Het overhevelen van de aandelen – een draak van een proces waar RSM ons in heeft ondersteund – hebben we net op tijd kunnen afronden. Een klein deel is nog in handen van zijn vrouw, we hopen dat dat later een financieel mazzeltje voor hun twee kinderen oplevert.'





**‘ONS DEVIES WAS SIMPEL:
WE HEBBEN WIND MEE, DUS RENNEN!’**

De komende tijd wil de directie nog meer mogelijkheden bekijken om het merk Friethoes verder op de kaart te zetten. Vandaar dat Sebastiaan en Victor recent ook een marketing manager hebben aangenomen. 'We willen de Van Dobben van de frietindustrie worden. Zij hebben ervoor gezorgd dat de kwaliteit van de kroket flink is verbeterd: dat het een vers product is in plaats van fabrieksrommel. Dat willen wij ook. Vers, eerlijk en vooral veel lekkerder: dat moet de vorm worden voor de frietmarkt. Daarom zijn we aan het kijken hoe we ons merk nog meer kunnen laden.'

Omdat ze op de huidige locatie nog extra productiecapaciteit hebben, maken de eigenaren daarom ook de sprong naar de retailmarkt. Waar hun friet voor de consument straks verkrijgbaar is, kan Sebastiaan nog net niet vertellen. 'We waren eerder al met deze partij in gesprek, maar toen kwam het voor ons te vroeg', is het enige dat hij er nu over kwijt wil.

Wat ook helpt om Friethoes op de kaart te zetten, is dat ze zo duurzaam mogelijk opereren. De aardappelschillen die overblijven worden daarom zo min mogelijk op de composthoop gegooid, maar bijvoorbeeld gebruikt om alcohol te brouwen. In de Haarlemse Jopenkerk wordt er inmiddels bier van gebrouwen. En eerder werden de schillen al gestookt om Friethoes Vodka te destilleren. 'Maar alles moet passen binnen onze kernwaarden. Daar waakt Victor over. De strategie en de coachende rol zit in zijn DNA.'



Friethoes
FRIETBAKKERS

Huisstijl
De Haarlemse striptekenaar Joost Swarte heeft de – zeer herkenbare – huisstijl voor Friethoes ontwikkeld. 'Joost leerde hem kennen via zijn schoonfamilie. Swarte tekende – een vriendendienst – voor het eerste design en we huren hem nog altijd graag in. Friethoes ontleent zijn uitstraling aan het beeldmerk dat hij voor ons heeft ontworpen.' Sebastiaan weet nog een mooie anekdote over zijn beloning. 'Mijn broer wilde 'm bedanken en beloofde hem met een negengangendiner met friet in de winkel in de Kruisweg. Na sluitingstijd!'

FAVORIET



**DE UNIEKE INZICHTEN EN PERSOONLIJK-
HEDEN VAN ONZE MEDEWERKERS ZORGEN
VOOR HET ONDERSCHIEDEND VERMOGEN
VAN RSM. DAAR ZIJN WIJ TROTS OP. IN DEZE
RUBRIEK KOMT EEN COLLEGA AAN HET
WOORD OVER ZIJN OF HAAR PERSOONLIJKE
FAVORIET(EN). DEZE KEER VERTELT DIMFY
LAMBRIEX (21), ASSISTENT ACCOUNTANT
BIJ RSM IN VENLO, OVER HAAR ONLINE
FAVORIETEN.**

☰ DIMFY LAMBRIEX 🗣️ MARJOLEIN ANSINK



MUST HAVE

'Onlangs heb ik een app geïnstalleerd om mijn telefoongebruik te verminderen. Ik heb vooral in het weekend dagen dat ik om de tien minuten naar mijn telefoon grijp. Ik heb nu een app die je telefoon 'shut', genaamd ShutApp. Deze app sluit je telefoon standaard één uur en 15 minuten. Zodra je de app aanzet, gaat er een timer lopen. WhatsApp-berichten en andere meldingen die je in die tijd krijgt, zie je niet op je scherm verschijnen waardoor je niet wordt afgeleid. Ik merkte al snel dat ik nog vaker dan gedacht mijn telefoon greep, ook al stonden er geen berichten op mijn toegangsscherm. Een handige app, die ik zeker aanbeveel!'

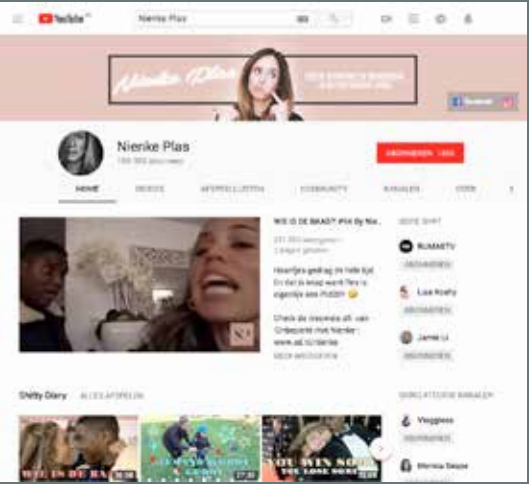
NICE TO HAVE

'Mijn favoriete app is Pinterest. Via deze app doe ik zoveel inspiratie op, voor de inrichting of decoratie in huis tot een geschikt carnavalskostuum. WhatsApp en Instagram gebruik ik echter het meest frequent. WhatsApp voor het chatten met onder andere familie, vriendinnen en het hockeyteam; Instagram vooral ter ontspanning. Zonder dat ik het in de gaten heb, ben ik gemakkelijk tien minuten aan het scrollen en liken. Waar ik met enige regelmaat fascinerend naar kijk, zijn posts van professionele bloggers en vloggers die er echt alles aan doen om de 'perfecte feed' te creëren. Ik volg veel van dat soort accounts, waarbij de kleuren hetzelfde moeten zijn, elke foto perfect is gestyled en over elk detail is nagedacht. Zelf gaat mij dat veel te ver, maar ik vind het fascinerend dat er zoveel geld in omgaat.'



NICE TO DISCOVER

'Mocht je op zoek zijn naar leuke social media-accounts, volg dan eens Nienke Plas op Instagram of YouTube. Ik vind haar een geweldige vlogger. Je herkent haar wellicht van Expeditie Robinson 2018. Zeker de vlogs met haar zoontje Frenky Dean zijn hilarisch en goed ter ontspanning. In diezelfde lijn raad ik het account van presentator Dennis Weening op Instagram aan. De video's met zijn dochter Charlie zijn écht te schattig! Indien je interessante en soms hilarische discussies op de werkvloer wilt uitlokken, volg dan Facebook-pagina Dilemma op Dinsdag. Elke dinsdag krijg je een bijzondere kwestie voorgeschoteld, waaruit je een keuze 'moet' maken!'



DARTHUIZER GROEP, SPECIALIST IN
INNOVATIEVE GROENOPLOSSINGEN:

‘WIJ VERBLOEMEN STEDEN **EN MAKEN** **ZE ZO MOOIER**’

HET COMPLEX VAN DE DARTHUIZER GROEP
LIGT DIEP VERSCHOLEN IN DE BOSSEN VAN
LEERSUM, OP DE UTRECHTSE HEUVELRUG.
MAAR WE ZIJN MAAR NET OP TIJD OM VAN
DEZE IDYLLISCHE OMGEVING TE GENIETEN.
KOMEND VOORJAAR VERTREKT HET BEDRIJF
NAMELIJK NAAR HET GELDERSE BEMMEL.

👤 HARRY VAN DAM 👤 FRANS STROUS

GERALD DANEN (LINKS) EN GUIDO ILSINK OP DE LOCATIE IN BEMMEL





MOBILANE, ONDERDEEL VAN DARTHUIZER GROEP, LEVERT KANT-EN-KLARE GROENOPLOSSINGEN, ZOALS HIER BIJ PARKEERGARAGE DE BARONES IN BREDA.

Al sinds 1924 is het familiebedrijf, begonnen als kwekerij en nu actief als Darthuizer Groep, specialist in innovatieve groenoplossingen, op de huidige plek gevestigd. Oorspronkelijk opereerde de onderneming op 7 hectaren, nu op zo'n 22 hectaren. Daar zijn in grote kassen, loodsen en koelcellen nog deels de meer traditionele bedrijfsactiviteiten ondergebracht, zoals het kweken van heesters. Inmiddels zijn de krachten gebundeld met een andere specialist, Boot & Co Boomkwekerijen, actief onder de nieuwe naam Boot & Dart Boomkwekerijen. Binnen de Darthuizer Groep komt het accent steeds meer op andere specialismen te liggen.

Zo maakt ook Mobilane deel uit van de Darthuizer Groep. 'Met Mobilane leveren we kant-en-klare groensystemen als wand- en gevelbekleding', vertelt directeur-eigenaar Guido Ilsink (66). Zijn vader nam in 1950 het toenmalige bedrijf over. En dan is er nog Oase-Lease, dat met bloembakken en hanging baskets straten, steden en pleinen opfleurt.

PATENTEN

De afgelopen jaren zijn Mobilane en Oase-Lease binnen de Groep in hoog tempo

belangrijker geworden. Met Mobilane heeft het bedrijf wereldwijd meerdere patenten in huis. 'Het gaat onder meer om groene wandbekleding voor kantoren: ingelijst groen met daarbij uitgekiende technieken voor de bewatering', legt Ilsink uit. Die is ook grootschaliger te gebruiken om het uiterlijk van parkeergarages en andere gebouwen te 'begroenen' en verfraaien.

VANDALISME

Eveneens succesvol binnen de Darthuizer Groep is Oase-Lease dat de openbare ruimte aankleedt, vooral in gemeenten. 'Rij je door Nederland, dan kom je overal onze producten tegen', meldt Ilsink niet zonder trots. 'Wij verbloemen steden en maken ze zo mooier. Hanging baskets, bloembakken en sfeerverlichting met groen maken het straatbeeld niet alleen aantrekkelijker, ze helpen ook enorm tegen vandalisme.' Uit ervaring blijkt dat de neiging tot vernielen minder groot is als de omgeving er mooi, goed onderhouden en verzorgd uit ziet.

'Er was een gemeente die had gerekend op 8 tot 10 procent vandalisme aan de straatverfraaiing, maar dat bleek nog geen 2 procent te zijn sinds we onze producten hadden aangebracht.' Voordeel voor de

lokale overheden is verder dat Oase-Lease zorgt voor doorlopend onderhoud. 'Wij geven de planten water en als er onverhoopt iets kapot gaat, maken wij dat binnen 48 uur in orde.'

Het kweken van heesters raakt binnen de Darthuizer Groep dus steeds meer op de achtergrond. Daar hangt ook de verhuizing naar Bemmell mee samen. 'We zijn steeds meer in het buitenland actief en we breiden onze werkzaamheden nog continu uit', zegt Ilsink. 'In Leersum zijn de groeimogelijkheden echter beperkt en bovendien stonden we voor een te maken moderniseringsslag.'

HIGHTECH

'Twee jaar geleden hebben we daarom een supermodern bedrijf in Bemmell overgenomen, Presikhaaf Kwekerijen. Daar is alles al hightech. Daar verplaatsen we nu al onze activiteiten heen.' Dat is grotendeels al gebeurd. Eigenlijk hoeft alleen het kantoor nog naar de nieuwe locatie te verhuizen. 'In het kader van onze maatschappelijke verantwoordelijkheid werken we in Bemmell intensief samen met werkvoorzieningsbedrijf Scalabor, waar mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt werken', licht de directeur toe.

Hoewel Ilsink het uit nostalgische overwegingen jammer vindt uit Leersum te vertrekken, is hij toch blij met dit besluit. 'Het is voor iedereen beter; voor het bedrijf, voor de gemeente Leersum en zeker ook voor de natuur', zegt hij. Het besluit tot het verlaten van de bosrijke omgeving is niet zonder slag of stoot tot stand gekomen. 'We zijn zeventien jaar met de gemeente in onderhandeling geweest om onze grond in te brengen', aldus de directeur/eigenaar. 'Het schoot maar niet op, tot we gelukkig met een krachtadige wethouder te maken kregen, Gerrit Boonzaaijer, met wie we wél zaken konden doen.'

BESTRIJDINGSMIDDELEN

De omgeving, de natuur gaat er in Ilsinks visie erg op vooruit. 'Natuurlijk', stelt hij. 'We onttrekken jaarlijks 80.000 kubieke meter water aan het gebied, werken met bestrijdingsmiddelen, vrachtwagens rijden hier af en aan. Dat belast de natuur enorm.' Straks komt er dus 22 hectaren beschikbaar, waar van 3 hectaren voor woningbouw. De overige 19 hectaren (vergelijkbaar met 38 voetbalvelden) gaan terug naar de natuur. 'De mensen in deze omgeving krijgen er dus een prachtig natuur- en stiltegebied bij', aldus Ilsink.

Vanwege de groei, overnames, fusies, veranderingen binnen de bedrijfsactiviteiten en natuurlijk door de verhuizing naar Bemmell maakt het familiebedrijf nu nog meer dan anders stevig gebruik van de diensten van RSM. Cora van Dijk en Aiko Koster van het Utrechtse kantoor hebben daarbij vooral contact met Gerald Danen (51), financieel directeur bij de Darthuizer Groep. Danen kwam ruim 25 jaar geleden als controller in dienst van het bedrijf, maar bemoeit zich inmiddels naast zijn directe financiële

taken ook steeds meer met algemene zaken. 'Gerald is mijn rechterhand én de vertrouwensman van de familie', zegt Ilsink.

SLAGVAARDIGHEID

'RSM doet al zeker tien jaar alles voor ons op het gebied van accountancy en fiscaliteit', vertelt Danen. 'En ze adviseren ons ook als het om privé financiën gaat. Dat gebeurt altijd in een erg prettige en persoonlijke verstandhouding. Destijds hadden we behoefte aan een ander accountantskantoor en net in die tijd trad er een nieuwe controller bij ons in dienst. Die kwam bij RSM vandaan en zo zijn we daar terecht gekomen.' De Darthuizer Groep is nog steeds tot volle tevredenheid klant. 'De lijnen zijn kort en de kennis en slagvaardigheid bij de mensen van RSM zijn groot', aldus Danen.

Niet alleen door groei en verhuizing maakt de Darthuizer Groep een flinke ontwikkeling door, ook in de bedrijfsleiding staan veranderingen op stapel. De volgende generatie staat in de startblokken om het roer over te nemen.

'Mijn zoon Alexander van 33 heeft eerst elders gewerkt en zit nu zo'n acht jaar in het bedrijf', vertelt Ilsink senior. 'Hij heeft eerst Mobilane UK aangestuurd en is nu commercieel directeur van Mobilane. Ik bereid hem nu voor om de leiding van het gehele bedrijf van mij over te nemen.' Bij het nadenken en praten over dat proces is RSM ook nauw betrokken. 'Dat loopt goed. Mede daardoor gaat het overdragen van het stokje de komende jaren op soepele wijze gebeuren', is de overtuiging van de huidige directeur van de Darthuizer Groep.



GUIDO ILSINK MET ZIJN ZOON ALEXANDER

OUR MAN IN THE USA



ACCOUNTANT RICK LAMERICHs (33) IS SINDS OKTOBER 2017 BIJ RSM US NEERGESTREKEN IN CHICAGO EN MAAKT DEEL UIT VAN DE LOKALE CONTROLETEAMS. FISCALISTEN MARIO VAN DEN BROEK EN JORDI VAN DER STRUIS GINGEN HEM VOOR. RICK REIST HET HELE LAND DOOR. 'IK BEN OOK WAAR ONZE NEDERLANDSE KLANTEN ZIJN.'

📍 GWEN VAN LOON 📍 HUGO THOMASSEN

Rick werkte al elf jaar voor RSM in Nederland, de laatste jaren vanuit Heerlen. Hij heeft nog steeds dagelijks contact met zijn Nederlandse collega's, vooral met de mensen die veel klanten hebben met een connectie in de Verenigde Staten.

Het initiatief om zijn horizon internationaal te verbreden en naar Chicago te gaan kwam van hem zelf. 'Het leek me een mooie uitdaging om te werken in een internationale omgeving en daarnaast vind ik Amerika een fascinerend land. De manier van werken is hier anders. Kijk alleen al naar de lange dagen die de Amerikanen maken: de uren tijdens busy season zijn echt flink en het is in deze periode gebruikelijk dat er ook op zaterdag gewerkt wordt. Daar komt het reizen nog bij, bijna altijd per vliegtuig. De afstanden zijn hier gigantisch. Ik ben maar de helft van de tijd in Chicago. Het is fijn dat ik dan maar tien minuten van kantoor woon.'

Rick blijft in elk geval twee jaar bij de Amerikaanse RSM-vestiging. Hij is er ook begonnen aan de studie CPA, vergelijkbaar met de Nederlandse RA-opleiding. Het is de bedoeling dat hij zijn ervaringen straks ook in Nederland goed kan gebruiken.

Rick vindt het mooi om van dichtbij de cultuurverschillen van het land te ervaren. 'Het maakt echt uit of je in Illinois, Californië of Texas bent. De mensen zijn steeds anders.' Een overeenkomst heeft hij ook ontdekt. 'Ze zijn allemaal heel vriendelijk en nodigen je graag uit. Ze zijn gewend dat mensen vaak verhuizen en nemen daardoor gemakkelijk nieuwe mensen in hun gemeenschap op. Ook collega's zie je vaak buiten werktijden nog.'

In zijn vrije tijd ontdekt Rick graag de omgeving op zijn racefiets. 'Chicago is echt een fantastische stad, veel minder

stressvol dan bijvoorbeeld New York. Vooral de wijken in het noorden van de stad zijn erg mooi en rustig. Als het je hier niet bevalt, zijn er vast weinig plekken in de wereld waar je je thuis kunt voelen.

'De extreme kou in de winter is deels langs hem heen gegaan. Lachend: 'Toen zat ik vooral in Californië en daar was het toen 25 graden Celsius.' Bij het beroemde Lake Michigan is hij niet vaak te vinden. 'Te toeristisch.' Afgelopen zomer is zijn familie op bezoek geweest en sommige collega's kwamen langs toen ze voor hun werk in de stad moesten zijn. Van 'thuis' mist hij weinig of het moet het heuvelachtig gebied zijn in Limburg en de Ardennen waar hij vaak op de fiets te vinden was. Deze zomer bleef hij vooral in de Verenigde Staten. Het plan was om Colorado en Las Vegas te ontdekken. 'Maar dat heb ik laten schieten door het vele werk dat voorbij kwam.'



‘AVG HEEFT ALLEEN EFFECT ALS DE IMPACT BIJ IEDEREEN BEKLIJFT’

RIEN HOMMES EN MONICA VERSTEEGH ZITTEN – SAMEN MET VIJF ANDERE COLLEGA’S – IN DE WERKGROEP AVG VAN RSM. VIJF MAANDEN TROFFEN ZE GEZAMENLIJK VOORBEREIDINGEN OM RSM KLAAR TE STOMEN VOOR DE NIEUWE PRIVACYWET. BIJKOMEND VOORDEEL WAS DAT ZE DE RSM-ORGANISATIE OP DIT VLAK LANDELIJK METEEN KONDEN STROOMLIJNEN.

GWEN VAN LOON

ERIK VAN DER BURGT EN MARJOLEIN ANSINK

'Natuurlijk werken we al lang op allerlei vlakken samen en stemmen we zaken af. Maar bij het AVG-proof maken van RSM voor cliënten, leveranciers en medewerkers voelden we voor het eerst ook noodzaak om al deze processen helemaal te stroomlijnen om te voorkomen dat we dubbel werk moeten doen nu we steeds intensiever samenwerken', vertelt Monica, partner en fiscalist van kantoor Haarlem.

PRAGMATISCH

Vooruitlopend op de eerste vergadering hadden de voortrekkers al een plan van aanpak gemaakt. Omdat de verplichtingen voor de AVG (Algemene Verordening Gegevensbescherming) veelomvattend waren, werden de taken verdeeld. Maar niet voordat ervoor was gekozen pragmatisch en praktisch aan de slag te gaan: deadline 25 mei 2018 kwam snel dichtbij. De werkgroep besloot het daarom niet ingewikkelder te maken dan

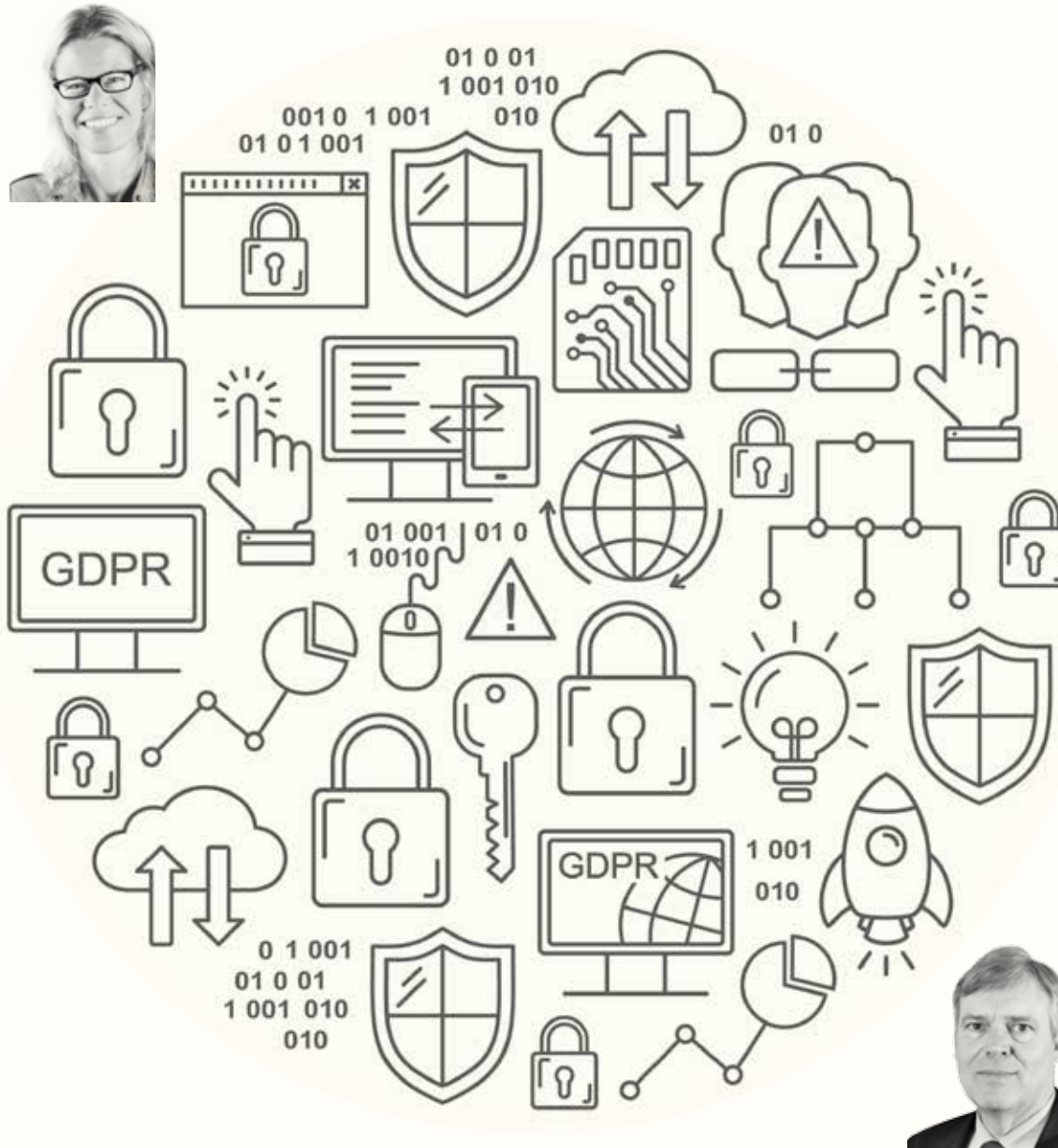
nodig. En om tijd te winnen vergaderden ze alleen telefonisch. 'Al zou het leuk zijn als we elkaar wel treffen voor de opheffingsvergadering', lacht Rien, partner van RSM Risk Advisory Services.

Na de eerste inventarisatie van systemen en eisen die de Autoriteit Persoonsgegevens (AP) stelde in het kader van de wet stonden vijf belangrijke punten op de rol. Als eerste was dat het sturen van de verwerkingsovereenkomsten naar de cliënten voor 25 mei. Voor het opstellen van duidelijke overeenkomsten schakelt RSM de hulp in van een extern advocatenkantoor en stellen ze vragen aan hun beroepsorganisaties om een paar laatste zaken helder te krijgen.

'Zo werd voor onze cliënten ook meteen duidelijk in welke gevallen RSM verwerker is – bijvoorbeeld bij de loonadministratie – en in welke gevallen verantwoordelijke is, bijvoorbeeld als wij de jaarcijfers controleren', licht Monica toe. Rien: 'Het leverde af en toe ook nog even discussie op, bijvoorbeeld met een gemeente waarvoor wij de jaarrekening doen. Zij dachten aanvankelijk dat wij de verwerkers waren, terwijl de rolverdeling precies andersom is: wij zijn wettelijk verplicht de verantwoordelijkheid te nemen hun boeken te controleren.'

VERWERKINGSREGISTER

Daarnaast heeft RSM een verwerkingsregister in gebruik genomen.



Rien: 'Dat is een applicatie waarin je registreert welke gegevens je verwerkt en wat je grondslag is voor het verwerken van deze gegevens: waar liggen die binnen je organisatie?' Monica: 'Dat hebben we per discipline beschreven na een inventarisatie hoe we dat tot dan toe deden. Naar aanleiding van de nieuwe wet hebben we sommige zaken zeker aangepast. Zo zijn alle papieren dossiers inmiddels volledig gedigitaliseerd en is al het papier daarvan versnipperd.'

Ook over de omgang met informatie van medewerkers en sollicitanten zijn scherpe afspraken gemaakt.' Rien: 'Het bewustzijn over privacy is door deze wet echt toegenomen, zowel bij medewerkers als cliënten. Iedereen weet nu dat je informatie niet mag laten slingeren, ook niet in je mailbox mag laten liggen. Het dwingt je nog gestructureerder te werken.'

SOCIAL MEDIA

Rien vervolgt: 'Soms lijken zaken overdreven, maar het goede effect van de nieuwe wet is dat we nog veel beter zijn gaan nadenken over privacy. Ook die van onze eigen medewerkers. Willen ze gelinkt worden op social media in berichten over RSM? Mogen we hun foto gebruiken voor een smoelenboek, is hun verjaardag iets dat we onderling kunnen delen? We zijn bezig iedereen expliciet te vragen of ze daar toestemming voor geven.' Zo mag iemands privenummer alleen na expliciete toestemming worden gebruikt voor een WhatsApp-groep met collega's. Monica:

'Wat mij vooral opviel, was dat vaak juist jonge medewerkers heel kritisch waren.'

Om de eigen organisatie wegwijs te maken, is op het intranet een button aangebracht waarop zij alle benodigde informatie en documenten kunnen vinden die betrekking hebben op de AVG. Ook kent RSM nu een privacy desk met Monica Versteegh en Eric Mantelaers als privacy officers. 'We hamerden er al op dat je je laptop niet in de auto mocht laten liggen, ook al zijn de gegevens daarop in principe versleuteld', vertelt Monica.

PRINTER

'Wie per ongeluk informatie stuurt naar een verkeerd e-mailadres moet dat onmiddellijk melden vanwege mogelijke privacygevoeligheid', vult ze aan. Uit de printer rollen niet langer meer de gegeven opdrachten. Rien: 'Bij de centrale printers moet je nu eerst een persoonlijke code afgeven voordat het apparaat je je printje geeft. En we hebben heel duidelijk vastgelegd bij welke informatie medewerkers wel en niet kunnen.'

Monica: 'Secretaresses krijgen bijvoorbeeld niet automatisch inzage in de informatie die binnenkomt bij de partners.' De grootste uitdaging nu is dat het bewustzijn niet verslapt, meent Rien. 'We moeten echt een methode vinden om iedereen scherp te houden.' Monica beaamt dat. 'De aangescherpte wet heeft alleen effect als de impact bij iedereen beklijft.'

Werkgroep AVG

In de werkgroep AVG zitten zeven collega's: Monica Versteegh (fiscaliteit en compliance), Rien Hommes (vaktechniek en processen), Eric Mantelaers (accountancy), Edwin van Drunen (IT), Leo van Wersch (bestuur), Arjan Kramer (compliance) en Willem Groeneveld (accountancy).



XAVIER KAT KON AL JONG
WIJNKOPERIJ OKHUYSEN
OVERNEMEN VAN VADER LOUIS

‘DOOR DE CRISIS LEERDE IK **ECHT** WAT ONDERNEMEN IS’

DAT XAVIER KAT WIJNKOPERIJ OKHUYSEN VAN ZIJN VADER LOUIS ZOU OVERNEMEN, LAG NIET VOOR DE HAND. OOK NIET TOEN HIJ IN FRANKRIJK HET WIJNVAK IN ROLDE. ALS HIJ IN 1999 MET KERST THUIS TROTS VERTELT DAT HIJ MEDE-EIGENAAR KAN WORDEN VAN EEN HANDELSHUIS IN BORDEAUX, VRAAGT ZIJN VADER HEM DAT IN HEROVERWEGING TE NEMEN. WIL HIJ OKHUYSEN NIET OVERNEMEN? ‘HIJ WAS NET OP TIJD.’

● GWEN VAN LOON ● SANDER NIEUWENHUYIS

Niet veel later komt Xavier met zijn vrouw Mariëlle terug naar Nederland voor een nieuw avontuur waarbij RSM hen adviseert. 'RSM heeft veel meegemaakt met ons en wij zijn altijd loyaal gebleven. Mijn vader werkt al bij Okhuysen als Herman Okhuysen het bedrijf verkoopt aan de erven Lucas Bols (distilleerderij, GvL), terwijl hij had gehoopt zelf het bedrijf voort te kunnen zetten.'

FINANCIERING

'Mijn vader voert daarna wel de directie, maar heeft eigenlijk andere plannen dan Bols. Na zes jaar komen ze samen tot de conclusie dat het beter is als de zaak wordt overgenomen. Met Wim Beelen – die ook een verleden bij Okhuysen heeft – lukt het hen samen om de financiering rond te krijgen. Financieel adviseur Henk Michels van Niehe Lancée, een voorloper van RSM, speelt daar al een rol in', weet Xavier uit de verhalen.

'OMDAT MIJN VADER EN IK HET ALLEBEI LEUK VINDEN OM GAS TE GEVEN, KONDEN WE SAMEN NOG EVEN KNALLEN'

Xavier heeft bij RSM nu vooral te maken met parrtner / adviseur Wilfred Castricum en partner / fiscalist Laura Bles- Temme, de opvolger van Richard Kasprowicz. Al regelt Wilfred ook veel met Annemieke Greebe die bij Okhuysen verantwoordelijk is voor de financiën. 'Zij is een oud-medewerker van RSM die naar ons toe is gekomen toen ze minder uren wilde werken.'

Samen runnen Louis Kat en Wim Beelen 25 jaar Okhuysen. 'Als de opvolging gaat spelen en ze zich realiseren dat de zaak vooral aan hen hangt – verkopen aan een derde partij zou destijds niet gemakkelijk zijn geweest – besluiten ze dat mijn vader de zaak doorzet en de iets oudere Beelen zijn belang van de hand doet.'

BORDEAUX

Xavier is inmiddels neergestreken in Bordeaux waar hij na verschillende stages exportmanager is bij een handelshuis. 'Mijn vaders voorwaarde is wel dat ik in de zaak wil komen.' Dat bericht krijgt Xavier als hij thuis net heeft verteld over zijn kansen zich in te kopen in het handelshuis in Bordeaux.

Het idee is dat Xavier zo snel mogelijk volledig eigenaar kan worden: in vier jaar tijd. De eerste tranche van de aandelen krijgt hij in 2001 in handen, in 2004 heeft

zijn vader geen belang meer. 'Wilfred was destijds ook al bij RSM en heeft ontzettend goed nagedacht hoe we de uit- en de inkoop voor alle partijen goed konden regelen. Daar ben ik achteraf nog steeds ontzettend blij mee.'

AFSTAND DOEN

'Al had ik daarna natuurlijk een grote schuld bij mijn pa en de bank en moest ik het geld terug zien te verdienen', licht Xavier toe. 'Maar wat je vaak ziet bij familiebedrijven is dat een vader geen afstand kan doen van zijn bedrijf en dat de kinderen het bedrijf pas op latere leeftijd kunnen overnemen. Dan is het heel lastig om je investering ooit nog terug te verdienen.'

'Ik was pas 33 toen ik mezelf al eigenaar mocht noemen, al was mijn vader ook nog volop in de zaak. Omdat we het allebei leuk vinden om gas te geven, konden we samen nog even knallen. We draaiden goede jaren en konden mooie winsten schrijven. Door dat succes kan ik snel aflossen en ook investeren. Daar heb ik mee geboft.'

SCHUITJE

De financiële crisis die volgt, is ook voor Okhuysen zwaar en lang. 'Eigenlijk heb ik toen pas geleerd wat ondernemen is, daarvoor leek het eigenlijk heel gemakkelijk. Maar het maakt het ook spannend. En ik zat in één keer in hetzelfde schuitje als mijn vader: hij had in zijn tijd ook allerlei omstandigheden meegemaakt en zich staande gehouden bij mee- en tegenwind. Al moest hij de koers altijd bepalen met een collega en kon ik het in principe zelf bepalen.'

De wijnwereld is in de loop van de jaren flink complexer geworden, meent Xavier. 'Mensen gingen vroeger alleen op bijzondere momenten uit eten. Het aantal wijn drinkers was sowieso veel kleiner. Pas de laatste vijftien jaar is wijn geen elitair drankje meer. Wijn is nu voor iedereen, al is het in Nederland inmiddels geen groeimarkt meer.'

LOYALITEIT

'De concurrentie is enorm doordat er veel meer aanbieders zijn. Vroeger kende ik alle belangrijke concurrenten persoonlijk. Er zijn nu veel online wijnwinkels, maar ook wijnliefhebbers die zelf pallets bestellen met wijn die ze op vakantie bij een wijnboer hebben ontdekt. En natuurlijk advertenties in de media. Er zijn zo ontzettend veel prikkels. Tegelijkertijd is de loyaliteit van klanten afgenomen. Als je vader vroeger bij Okhuysen kwam, zette zich dat door bij de kinderen. Al hoor ik gelukkig nog regelmatig dat iemands overgrootvader ook al klant was.'



Xavier weet moeiteloos nog meer zaken op te noemen, waardoor zijn business wordt beïnvloed. 'Het aanbod is breder, terwijl we per persoon minder wijn drinken. Dat komt door de trend gezonder te eten en te drinken. Steeds vaker bouwen mensen bewust alcoholvrije avonden in of doen ze mee aan het

Waar Okhuysen nog stappen wil zetten, is met de aanwezigheid online. 'We kunnen nog een flinke slag slaan op internet. Onze klantendatabase gebruiken we al goed, maar dat willen we nog verder verfijnen. We willen klanten zo persoonlijk mogelijk benaderen. Daarom breiden we ons marketingteam iets uit. Daarnaast

'ZELF DRINK IK OOK TWEE OF DRIE AVONDEN PER WEEK GEEN ALCOHOL. IK PAS DUS VOLLEDIG IN DE TREND'

fenomeen Dry January. Op zich zijn dat goede ontwikkelingen. Zelf drink ik het liefst ook twee of drie avonden per week geen alcohol, al is dat soms lastig met zakelijke afspraken. Ik pas dus volledig in de trend', lacht hij.

BLAUWDRIK

In die markt weet hij zich staande te houden. 'Dat lukt door te blijven gaan voor kwaliteit en trouw te blijven aan onze blauwdruk: elegante, frisse wijnen. Dat betekent dat we voor het ambacht gaan. Wij verkopen geen spotgoedkope wijn met smaken die in de fabriek zijn gecreëerd. Het terroir speelt de hoofdrol en ik zoek boeren op die daar goed in zijn en staan voor hun product. Het is interessant om nu te zien hoe ook bij hen nieuwe generaties inspelen op de markt. Als ze kwaliteit blijven leveren, ben ik – net als naar RSM – heel trouw.'

willen we nadrukkelijker aanwezig zijn waar onze doelgroepen zich begeven: bij wijnproeverijen, tijdens speciale wijn- / spijsdiners en op festivals. Dat zijn voor ons de leukst mogelijke manieren om nieuwe klanten te leren kennen. Waarbij we – het klinkt als een open deur – niet uit het oog moeten verliezen dat wijn ons centrale product is. De liefde voor de wijn blijft altijd doorslaggevend.'

Over Okhuysen

Wijnkoperij Okhuysen zit sinds de start ruim 150 jaar geleden gevestigd in een mooi, oud winkelpand in de Gierstraat in het centrum van Haarlem. Het kantoor en de voorraden zitten echter al jarenlang op industrieterrein Waarderpolder in dezelfde stad. Daar organiseert Okhuysen ook twee keer per jaar 'Proeven tussen de stellingen'. Xavier Kat is de huidige eigenaar. Hij nam het bedrijf over van zijn vader Louis. Over de geschiedenis van het bedrijf schreef Louis op verzoek van zijn zoon het boek Monsieur Louis, over zijn ervaringen als wijnkoper. Het boek is – net als de wijnen uiteraard – ook in de webshop van Okhuysen te koop.

BLIK VAN BUITEN

RAVIJN

PIETER DE WAARD, ALGEMEEN DIRECTEUR VAN VOETBALCLUB TELSTAR 1963 NV EN DWARSE DENKER.

● JUDITH CAPPON

'Nu veertien jaar geleden mocht ik directeur van betaald voetbalclub Telstar worden, de Witte Leeuwen uit Velsen-Zuid. We spelen in de Champions League, de Kitchen Champions League, ofwel de Keuken Kampioen-divisie. Al snel na mijn aantreden kregen we een nieuwe raad van commissarissen. Samen met hen ontwikkelden we een nieuwe strategie.

Op basis daarvan is Telstar één van de meest besproken en gewaardeerde clubs in het betaald voetbal geworden. Vaak gaat het dan over onze maatschappelijke bijdragen, de laatste tijd zelfs ook over onze sportieve kwaliteit. Maar meestal gaat het over ons DNA; de strijdvaardige, saamhorige en spraakmakende club. Afgezet tegen onze omvang krijgen wij meer waardering en aandacht dan grotere clubs.

Onze strategie is zo simpel, zo normaal en zó logisch dat het mij elke keer weer verbaast dat wij om die reden opvallen en vooroplopen. Door een afspiegeling van de gemiddelde winkelstraat te zijn. Jezelf niet al te serieus nemen. Nieuwe wegen vinden, dwars zijn en omdenken. Dat zijn de heldere uitgangspunten die onze strategie vormen. Zeer ongebruikelijk in de voetballerij. Daar ben je – gespeend van zelfreflectie – een grijze man in dito drielidig en wandelend op platgetreden paden.

Je organisatie een afspiegeling van de gemiddelde winkelstraat laten zijn, is in het betaald voetbal – nog steeds – een unicum. Niet bij ons. We hebben op kantoor meer meiden dan jongens werken, ons managementteam bestaat uit evenveel vrouwen als mannen, we hebben twee gehandicapten in dienst, net als een homoseksueel en collega's met een niet-Nederlandse achtergrond.

Verhoudingsgewijs is ons twitter-account (@Telstar1963NV) een van de grootste en meest gewaardeerde in het voetbal. We zijn niet uitsluitend informatief, we zijn ook ludiek en creatief. Hiermee zijn we trendsettend en andere clubs doen ons nu na. Als alle clubs ja zeggen, zeggen wij regelmatig én beargumenteerd nee. Wel zodanig dat we onze bedrijfstak tot verandering aanzetten.

De gekozen strategie was gewaagd. We staken onze nek uit. Het gevolg is dat wij nu als relatief kleine speler – los van sportief resultaat – enorm veel waardering en aandacht krijgen en in sommige opzichten een gidsclub zijn geworden. Jaren geleden kozen we hier zéér bewust voor, we stuitten op weerstand. We lieten de angst van ons afglijden. We lieten lef zegevieren, want langs de rand van het ravijn groeien de mooiste bloemen. Durft RSM in haar bedrijfstak ook bewust haar eigen pad te kiezen? Ik kan het aanraden!'

‘DE LIMBURGSE VOETBALCLUBS HALEN SAMEN NOG NIET BEZOEKERS- AANTALLEN BONNEFANTEN’

ZE ZIJN ALLEBEI DOOR TOEVAL ALS DIRECTEUR IN DE MUSEUMWERELD BELAND. SANDRA HOLTJER VAN HET BONNEFANTENMUSEUM EN PAUL VAN DE LAAR (MUSEUM ROTTERDAM) KENDEN ELKAAR TOT HUN ONTMOETING TIJDENS HET MUSEUMCONGRES ALLEEN VAN NAAM. EEN TWEEGESPREK OVER HUN VAK.

🗨️ GWEN VAN LOON 🗣️ ERIK VAN DER BURGT

BONNEFANTENMUSEUM

Het Bonnefantenmuseum toont oude en hedendaagse kunst en programmeert circa negen tentoonstellingen per jaar: grote soloprojecten, kleinere, unieke presentaties en collectieopstellingen. Het museum in Maastricht neemt een bijzondere positie in binnen het museale landschap door focus op de kunst en kunstenaars van de 'verborgen canon'. Dat gebeurt in een opvallend gebouw van de Italiaanse architect Aldo Rossi. Hij noemde de met zink beklede koepeltoren een kijkfabriek. Het Bonnefantenmuseum ligt aan de Maas in stadsdeel Céramique. Sandra Holtjer is er sinds 2012 zakelijk directeur. Vanuit RSM is Leo van Wersch, partner en registeraccountant bij RSM in Heerlen, betrokken bij het Bonnefantenmuseum.

HOE KWAMEN JULLIE IN DE MUSEUMWERELD TERECHT?

Paul: 'Ik was bezig met de geschiedschrijving van Rotterdam en in 1997 benoemd tot bijzonder hoogleraar Stadsgeschiedenis aan de Erasmus Universiteit. Ik stond op het punt vervolgonderzoek te doen en tegelijkertijd was ik eraan toe iets anders te ondernemen. Toen zag ik de vacature hoofd Collecties. Als er geen vacature was geweest, had ik misschien nooit die stap gezet.'

Sandra: 'Als jong meisje ging ik al graag naar musea. Daarom was het heel leuk om als 18-jarige junior assistent accountant jaren de boekencontrole te mogen doen bij het Bonnefantenmuseum toen ik net werkte. Ooit heb ik me laten ontvallen dat ik daar best zou willen werken als ik de accountancy zou verlaten. Toen ik die stap daadwerkelijk wilde zetten en naar interessante vacatures zocht, stuitte ik via Google op de advertentie voor zakelijk directeur. Zo ben ik er van buitenaf in gerold, zonder inhoudelijke knowhow van de museumwereld.'

ZOUDEN JULLIE ZELF IEMAND VAN BUITEN DE BRANCHE AANNEMEN?

Paul: 'Een museum is niet inclusief genoeg en het valt niet mee er een plek te veroveren voor mensen die niet uit de museumwereld komen of geen kunsthistorische achtergrond hebben. Maar er zijn zoveel meer smaken waar een museum iets aan kan hebben. Wij zijn het levende bewijs. Ik ben opgeleid als historicus, maar volgde ook keuzevakken bij bedrijfseconomie: voor mijn bedrijfshistorisch onderzoek wilde ik balansen en jaarrekeningen kunnen lezen. Daar heb ik nog elke dag profijt van, zeker als de accountant langskomt.'

Sandra: 'We hebben meer gemeen dan ik vooraf dacht. Ik twijfelde bij mijn studiekeuze tussen accountancy en (kunst)geschiedenis. Ik was wild van de lessen van mijn lerares geschiedenis, maar vond Economie I en II ook interessant op de middelbare school. Al koos ik voor de accountancy, geschiedenis bleef me trekken. Ik zie mezelf daarom als iemand met een interdisciplinaire geest. In het museum willen c.q. moeten we diverser worden. Het zou niet slecht zijn als we bij een volgende vacature een geschikte man of iemand met een andere etnische achtergrond vinden. Maar uiteindelijk gaat het er altijd om dat je de juiste persoon op de juiste plek zet.'

Paul: 'Wat het diversificeren in onze sector verder lastig maakt, is dat de doorstroom gering is en de budgetten beperkt, mede door de bezuinigingen. Eigenlijk worden er alleen vacatures opgevuld als er iemand met pensioen gaat.'

HOE STAAN JULLIE MUSEA ER FINANCIEEL VOOR?

Sandra: 'Naast onze inkomsten uit onder meer entreebewijzen worden we grotendeels gesubsidieerd door de provincie. We zijn financieel gezond, toch is het elk jaar spannend of we de begroting binnen de gestelde kaders halen.'

Paul: 'Wij houden ons hoofd boven water als stadsmuseum, ook sinds we flink gekort zijn op onze subsidie en in een tijdelijk onderkomen zitten. We zoeken de Rotterdammers – oorspronkelijke en nieuwe inwoners – daarnaast ook bewust en actief buiten het museum op, bijvoorbeeld met erfgoedprogramma's.'



MUSEUM ROTTERDAM

Museum Rotterdam heeft twee vestigingen: de hoofdlocatie bevindt zich in het Timmerhuis en de andere vestiging ligt aan de Coolhaven en heet Museum Rotterdam '40-'45 NU en staat volledig in het teken van de Tweede Wereldoorlog en het bombardement van mei 1940. In het Timmerhuis vertellen historische stukken en nieuw erfgoed in onverwachte combinaties het verhaal van Rotterdam en de Rotterdammers: van nederzetting aan de Rotte tot veelkleurige metropool die de stad vandaag is. Paul van de Laar is sinds 2013 algemeen directeur.

EEN GROTE TENTOONSTELLING VERGT EEN LANGE AANLOOP. KUNNEN KLEINERE MUSEA ZICH DAT VEROORLOVEN?

Sandra: 'Daar moet je inderdaad ruimte voor maken in je exploitatie. Dat deden we bijvoorbeeld met Ceramix, een tentoonstelling over keramiek waarbij we hebben samengewerkt met twee Parijse culturele instellingen. Dat vergde drie jaar voorbereidingstijd. Wat het optuigen van dat project extra leuk maakte, was dat je bij hen in de keuken kon kijken. Daar leer je van en tegelijkertijd zie je waar de accentverschillen liggen.'

Paul: 'Wat leuk is aan die internationale samenwerkingen, is dat je heel goed de verschillen krijgt te zien in museale culturen. In België bijvoorbeeld nemen ze veel meer tijd voor onderzoek, waar wij bij Museum Rotterdam minder tijd voor beschikbaar hebben. Onze exposities hebben in de regel nooit meer dan een jaar voorbereidingstijd.'

REDDEN JULLIE JE IN DE CONCURRENTIE MET GROTE CULTURELE INSTELLINGEN?

Paul: 'De kleinere musea hebben het echt zwaar tegenover musea die meespelen in de Champions League en grote tentoonstellingen kunnen programmeren, doordat ze erin slagen sponsorgelden los te peuten die dat mede mogelijk maken. De publiciteit die ze ermee genereren, leidt vervolgens tot veel bezoekers. Dat vermogen hebben wij als stads-museum minder.'

Sandra: 'Dat zie ik anders. Het is voor musea van onze omvang misschien lastiger, maar ook wij hebben het Blockbusterfonds (in 2012 opgericht om uitzonderlijke culturele projecten mede mogelijk te maken, GvL) aangeschreven toen we onze omvangrijke tentoonstelling over David Lynch – kunstenaar en filmmaker, onder andere als regisseur van Twin Peaks – gingen samenstellen. Met succes. We hebben het fonds overtuigd mee te doen door garant te staan voor een lening die we extra kunnen inzetten voor marketing. Dat was niet makkelijk, we moeten tijdens die tentoonstelling – november 2018 tot en met april 2019 – minstens 75.000 bezoekers trekken. Het dwingt je je plannen met overtuiging te brengen.'

Paul: 'Wij hadden met 'De Aanval' over de vijf dagen strijd om Rotterdam in mei 1940, in samenwerking met het gemeentearchief en het Duitse Militärhistorisches Museum Flugplatz Berlin-Gatow, een bijzondere tentoonstelling die te zien was op locatie in de Onderzeebootloods RDM Rotterdam. Dat was een succesnummer; inhoudelijk zeker en gezien de afgelegen locatie waren de bezoekcijfers ook mooi. Maar wel minder dan 100.000 bezoekers, zoals het Blockbusterfonds meestal voorschrijft.'

WAT DOEN JULLIE VERDER OM EXTRA INKOMSTEN EN BEZOEKERS TE TREKKEN?

Sandra: 'We onderzoeken nieuwe mogelijkheden. Zo hebben we al een paar jaar het Bonnefanten Pinkpop-up Museum. Dat is inmiddels een vast item en wordt druk bezocht. Bovendien mag iedere festivalbezoeker daarna een keer gratis naar het museum. In maart hebben we de pop-up tentoonstelling Tien topstukken on tour gehad: topstukken uit de collecties van landelijke musea die zijn verworven dankzij deelnemers aan de BankGiro Loterij. Hiermee trek je ook veel regionale bezoekers die naar Maastricht komen om het werk van Rembrandt of Jan Steen te zien dat andere musea aankochten. Extra leuk, omdat de inwoners van Maastricht en omstreken ons nog niet altijd weten te vinden, terwijl we gemiddeld elke vier maanden een compleet nieuwe presentatie hebben.'

Paul: 'Zoals gezegd doen wij ook veel aan 'buitenactiviteiten'. Dat zijn onze erfgoedprojecten op locatie. Daar zijn we actief mee begonnen toen we onze oude locatie door bezuinigingen moesten sluiten. We zitten nu tijdelijk in het Timmerhuis van Rem Koolhaas dat we voor vijf jaar hebben gehuurd. Het klinkt aantrekkelijk om in het pand van zo'n bekende architect te zitten, maar het is niet gebouwd als museum en vraagt dus allerlei kunstgrepen om de kwetsbare collectie te kunnen tonen. Daarnaast hebben we nog een educatief museum – Museum Rotterdam '40-'45 NU – op een andere locatie dat geheel is gewijd aan de Tweede Wereldoorlog.'

Sandra: 'We willen ook de toeristen trekken die Maastricht allereerst associëren met André Rieu, het Vrijthof en shoppen. Maar als ze een weekend komen, is er heus ook tijd voor een museum. Dan is ons iconische gebouw alleen niet genoeg, we moeten ons echt nadrukkelijk profileren om hen te lokken. We werken samen met de gemeente Maastricht en Maastricht Marketing om het Bonnefanten, en kunst en cultuur an sich, nadrukkelijker onder de aandacht te brengen bij toeristen.'

WAT DOEN JULLIE VERDER OM DE FINANCIËN GEZOND TE HOUDEN?

Sandra: 'Als Bonnefanten hebben we pas geleden met het Elisabeth Strouven Fonds (ESF) Het Bonnefantenmuseum Fonds opgericht. Daarmee willen we voor de lange termijn een onafhankelijke en duurzame bron van inkomsten genereren. We hebben het eerste jaar zo'n 100.000 euro 'opgehaald'.

Wij proberen cultuurminnaars bewust te maken dat zij ons ook kunnen steunen met een bijdrage of met legaten en/of erfenissen. Maar naast het eigen fonds blijft kostenbeheersing en –bewustzijn natuurlijk belangrijk.'

Paul: 'Voor we als pop-up museum door het leven gingen, hadden we flink gespaard en gingen we heel effectief met onze bestemmingsreserves om, omdat we wisten dat we in de toekomst minder zekerheid zouden hebben. We zeilen financieel dus zeer scherp op de wind, maar wel verantwoord. Dat is ook de mening van onze accountant Willem Groeneveld van RSM uit Rotterdam. Hij snapt het reilen en zeilen van een museum. Hij denkt met ons mee binnen de financiële kaders die de gemeente ons oplegt, maar begrijpt dat we manoeuvreerruimte nodig hebben om onze programma's te verwezenlijken.'

Sandra: 'Soms gebruik ik een tegendraads instrument om te zeggen waarom het interessant is geld te steken in het Bonnefantenmuseum: de vier Limburgse voetbalclubs halen samen nog niet de bezoekersaantallen die wij jaarlijks over de vloer krijgen.'

JAN KEES VAN DER LEEK



VROEGER DROOMDE JAN KEES VAN DER LEEK (51) ERVAN SPORTJOURNALIST TE WORDEN. TOCH KIEST HIJ NA HET AFRONDEN VAN ZIJN VWO VOOR EEN COMBINATIE VAN WERK EN STUDIE EN WORDT HIJ ACCOUNTANT BIJ KPMG. NA BIJNA 25 JAAR STAPT HIJ OVER NAAR RSM, WAAR HIJ SINDS 2011 PARTNER IS.

📍 GWEN VAN LOON 📍 SANDER NIEUWENHUIJS

Hoewel Jan Kees geen sportjournalist is geworden, weet hij zijn enorme voorliefde voor sport toch in zijn huidige job te integreren. Met een klantenportefeuille waarin zich diverse sportgerelateerde ondernemingen bevinden, het werken voor stichtingen als de Klaas-Jan Huntelaar Foundation en zijn rol als lid van de raad van commissarissen bij eerstedivisieclub Telstar, weet hij het beste van twee werelden te combineren.

Was Jan Kees vroeger zelf actief op het voetbalveld, nu is hij al zo'n twintig jaar een fanatieke hardloper. Ideaal om de 'cijfers' even van zich af te zetten en zich te kunnen ontspannen. In het begin liep hij 10-kilometerwedstrijden, maar dat bleek al snel de opstap naar het trainen en lopen van diverse marathons. Met de systematiek van een accountant heeft hij inmiddels marathons in alle provincies van ons land gelopen. Vandaar dat Jan Kees zijn sportieve heil ook buiten de landsgrens is gaan zoeken en inmiddels marathons in België, Luxemburg en Frankrijk heeft gelopen. Voor dit jaar staat Spanje op het programma.

Zijn vrouw Ellen – die haar baan als HR-adviseur combineert met interieurstyling –, dochter Sophie (masterstudent Filosofie) en zoon Merijn (eindexamenklas vwo) vergezellen hem vaak bij die buitenlandse marathons en zo worden de sportieve uitstapjes minivakanties met het hele gezin. Naast sport is Jan Kees ook liefhebber van oude Engelse sportauto's. Hij heeft al jaren een MGB, die inmiddels 45 jaar oud is. Met mooi weer komt die regelmatig uit de stalling.

Ook kunst en cultuur ontbreken niet in de agenda van Jan Kees en zijn gezin. Ze maken regelmatig gebruik van hun Museumkaart en diverse filmhuizen bezoeken ze met de Cinevillepas. Als Vrienden van De Kleine Komedie beschikt het gezin altijd over twee kaartjes voor diverse voorstellingen en bezoeken ze in wisselende samenstelling dit Amsterdamse theater.

Spijt van zijn keuze om als 'tiener' accountant te worden heeft Jan Kees niet. 'Mijn werk biedt veel variatie. Soms ben je echt met een controle bezig, vooral bij grotere bedrijven. Maar klanten verwachten vaak ook dat je je opstelt als hun adviseur, vertrouwenspersoon en/of klankbord. De mix van die twee disciplines bevalt me goed. Ik heb een brede klantengroep, van middelgrote (familie) ondernemingen tot not-for-profit-organisaties, in de sport, maar ook in de culturele hoek. Hartstikke interessant en afwisselend.'

'Het vak is voortdurend onderhevig aan veranderingen. Maar dit geldt uiteraard ook voor de business van onze klanten. Nieuwe regelgeving, verscherpt toezicht, en de steeds groter wordende invloed van ICT maken het boeiend om onze klanten optimaal te kunnen blijven bedienen. De ontwikkelingen binnen RSM met de groei van het aantal vestigingen, onze forse ict-investeringen en het steeds bredere pallet aan activiteiten maken dit ook mogelijk. RSM is niet langer alleen regionaal georiënteerd en daarmee ook een goede keus voor bedrijven met (internationale) groeiambities.'

RSM NEEMT ACTIVITEITEN
PHILIP SIDNEY OVER

‘INTEGRITEIT MOET IN JEZELF ZITTEN’

‘EEN PRACHTIGE AANVULLING OP ONZE DIENSTVERLENING.’ ZO TYPEERT RUDOLF WINKENIUS, MANAGING PARTNER BIJ RSM, DE OVERNAME VAN PHILIP SIDNEY PER 1 SEPTEMBER JONGSTLEDEN. EN HERMAN ANNINK, MANAGING DIRECTOR VAN PHILIP SIDNEY: ‘DEZE SAMENWERKING IS VOOR MIJ IDEAAL. IK KAN ME WEER VOLLEDIG OP DE INHOUD VAN HET VAK RICHTEN.’

👤 HARRY VAN DAM 👤 ERIK VAN DER BURGT



HERMAN ANNINK

Waarom kozen de oprichters van Philip Sidney tien jaar geleden voor die bijzondere naam? Annink heeft die vraag al dikwijls moeten beantwoorden, maar doet dat graag. 'Philip Sidney was in de 16e eeuw een prominente Engelsman, die als vertrouweling van koningin Elisabeth I in Nederland de Engelse belangen moest behartigen en Nederland ondersteunde bij de strijd tegen de Spanjaarden. Dat deed hij op onkreukbare, hoogwaardige en deskundige wijze, zonder te gaan voor persoonlijk eigenbelang. Omdat die eigenschappen ook ónze manier van werken kenmerken, vernoemden we ons bedrijf graag naar hem.'

Het afgelopen decennium was Philip Sidney met twaalf medewerkers succesvol in het promoten van integer handelen door bedrijven. 'Onze dienstverlening gaat verder dan uitsluitend het toepassen van checklistjes gebaseerd op wettelijke regeltjes', legt Annink uit. 'Wij zorgen ervoor dat bedrijven, of ze nu louter in Nederland opereren of ook actief zijn in/met het buitenland, voldoen aan de verwachtingen van (inter)nationale regelgeving. Hoe gedraagt een bedrijf zich?'

'Het specialisme van Philip Sidney is een prachtige aanvulling op onze dienstverlening'

'Wij verstrekken geen stempel of garantie, maar geven een onafhankelijk oordeel over de kwaliteit van de maatregelen binnen een onderneming om integer optreden te waarborgen.' Die specifieke expertise wordt volgens Annink alsmaar belangrijker, omdat er steeds meer regelgeving komt, die het handelen van bedrijven direct of indirect beïnvloedt. Bovendien komen op overtredingen ook nog eens steeds hogere boetes te staan.

DUAL USE

Het beoordelen van integer gedrag lijkt misschien overzichtelijk, maar is het vaak niet. 'Het gaat geregeld om het begeleiden van ingewikkelde en gevoelige processen', zegt Winkenius. 'Bijvoorbeeld als een bedrijf aan risicovolle gebieden producten wil leveren die niet alleen voor commerciële doeleinden, maar ook voor militaire zaken zijn in te zetten. Deze zogeheten strategische goederen, ook wel dual use genoemd, zijn zaken zoals laserapparatuur of sensoren', legt Winkenius uit.

Hij vervolgt: 'Je moet dan enorm oppassen dat je als bedrijf niet de exportcontrole regelgeving of de sanctiewetgeving overtreedt, want dat kan grote impact hebben op de activiteiten of zelfs de continuïteit van het bedrijf. Het is aan ons ook op dit punt met onze klanten mee te denken over hoe ze op verantwoorde wijze hun (export)activiteiten kunnen ontplooiën en tegelijkertijd passende compliance-oplossingen kunnen treffen. We moeten ze als het ware volledig ontzorgen.'

'Tien jaar geleden was dit een onontgonnen markt', vult Annink aan. 'Maar met name de Verenigde Staten stelt steeds hogere eisen aan niet-Amerikaanse bedrijven waarmee ze zaken doen. En ook onder welke voorwaarden dat gebeurt op basis van Amerikaanse extraterritoriale regelgeving. Daardoor moeten veel ondernemingen, zelfs beursgenoteerde, een inhaalslag maken om problemen te voorkomen. Vergeet niet dat momenteel zo'n twintig procent van de wereldhandel draait om strategische goederen die dus zowel civiel als militair kunnen worden gebruikt. Een fout is zo gemaakt en wordt vaak pas onderkend als de boete al op de mat ligt.'

TERRORISME

Naast het voorkomen van fouten zijn de medewerkers van Philip Sidney ook gespecialiseerd in het voorkomen van ongewenste praktijken als het financieren van terrorisme, witwassen, corruptie, omkoping en fraude. 'Ja, daarin hebben we de afgelopen jaren grote expertise opgebouwd', bevestigt Annink. Dat zijn gelukkig niet de praktijken waarmee RSM en haar klanten snel te maken krijgen.

'Daarom hebben we ons tot nu toe ook niet specifiek gericht op kwesties rond het internationaal integer zaken doen', stelt Winkenius. 'Maar onze markt groeit en ook het grootfamiliebedrijf, waarvoor wij veel werken, krijgt steeds vaker te maken met internationale activiteiten. Vandaar dat het specialisme van Philip Sidney een prachtige aanvulling op onze dienstverlening is. Er blijkt toenemende behoefte aan.'

WITWASSEN

Daarbij hoeven de activiteiten niet eens in het verre buitenland plaats te vinden, stelt Annink. 'Het niet zuiver opereren heeft gevolgen voor de geloofwaardigheid van de bedrijfsactiviteiten en transacties van een onderneming', zegt hij. 'Daar raakt compliance aan accountancy en fiscaliteit.' Een voorbeeld: overtreding van de internationale handelswetgeving

'Zo'n twintig procent van de wereldhandel draait om strategische goederen die zowel civiel als militair kunnen worden gebruikt'

(zoals exportcontroles en sancties) of betrokkenheid bij witwassen raakt direct de financiële verantwoording waarover de accountant zijn oordeel vormt en uitbrengt. Hetzelfde geldt voor de financiële structuren die gebruikmaken van fiscale regelingen.

'Ook belastingontwijking is een actueel compliance thema waarbij van ondernemingen wordt verwacht dat ze geen kunstmatige fiscale structuren hanteren. Op banken en andere financiële dienstverleners wordt actief toegezien dat ze die ook niet faciliteren. In de praktijk kan dit betekenen dat een onderneming die vanuit de VS in Europa een vestiging wil openen met uiteenlopende fiscale, verslaggevings- en compliance-aspecten te maken krijgt. Die moeten goed op elkaar worden afgestemd', stelt Annink met nadruk. 'We helpen om inzichtelijk te maken welke regelingen hier gelden of wat de implicaties van wetgeving zijn.'

PAPLEPEL

Nederlandse ondernemingen kunnen bij het internationaal zaken doen dus ook aanlopen tegen compliance vraagstukken, leggen Winkenius en Annink uit. Mogelijke hobbels? Transacties met gesanctioneerde landen, personen of entiteiten (zoals Rusland en Iran), toepassing van exportcontroles of embargo's (bijvoorbeeld bij technische of chemische bedrijven), risico op corruptie en omkoping in hoog-risico landen (zoals in Azië, Afrika of Zuid-Amerika). Maar het kan ook gaan om verwachtingen over 'business ethics', bijvoorbeeld in de bouw- en infrastructuur, defensie en farmaceutische bedrijven.

'Ik ben zelf registeraccountant, dus het belang van wettelijke randvoorwaarden, industrienormen en hun onderlinge samenhang zijn mij met de papelel ingegoten', benadrukt Annink. 'Door die samenhang te onderkennen, de implicaties ervan inzichtelijk te maken en mee te denken over praktische en effectieve oplossingen leveren wij toegevoegde waarde. Want als een bedrijf zich niet houdt aan die normen, krijg je al gauw onjuiste transacties en problemen in de financiële verantwoording.'

MENSENWERK

Uiteindelijk heeft elke onderneming met compliance te maken, concluderen Annink en Winkenius, al is het risico op reputatieschade of andere gevolgen voor de ene onderneming groter dan voor de andere. Annink: 'Met name in de financiële sector, aerospace, defensie en logistiek, olie, gas en (petro)chemie en bij internationaal actieve productie- en handelsbedrijven nemen het toezicht en de complexiteit van de internationale handelswetgeving toe.'

'Maar ook de verwachting dat ondernemingen in deze sectoren integer handelen neemt snel toe. Bedrijven moeten daarover meer verantwoording afleggen aan hun stakeholders. Van een typische Nederlandse onderneming wordt meer en meer ook verwacht dat de organisatiecultuur en het gedrag van personen in de onderneming goed worden gemanaged', weet Annink. 'Wie bijvoorbeeld een exportvergunning wil, heeft ook steeds vaker te maken met een verplicht intern compliance programma, waarin ook aandacht wordt besteed aan een gedragscode.'

Maar gedrag is, daarover zijn de heren het volledig eens, niet volledig te vangen in regels. 'De integriteit moet in jezelf zitten', aldus Annink. 'Het blijft mensenwerk', beaamt Winkenius. 'Daarom is het belangrijk processen in huis te hebben om fouten te herkennen én te herstellen. Dat staat Philip Sidney in haar ondersteuning van bedrijven voor en daarom past het bedrijf zo goed bij het DNA van RSM', aldus Winkenius.

IDEAAL

Ook Annink is verheugd over het samengaan. 'Er gaat veel tijd en energie zitten in het runnen en internationaal ontwikkelen van een bedrijf als het onze', zegt hij. 'Deze oplossing is voor mij ideaal. Ik kan me onder de paraplu van RSM weer volledig op de inhoud van het vak richten en dat verder uitbouwen. Ambities zijn er nog genoeg. En de rest laat ik heerlijk aan de nieuwe collega's over.'



RUDOLF WINKENIUS



RAOUL RAHIMBAKS, MANAGER
ACCOUNTING BIJ RENAULT BENELUX:

‘AL ONZE MODELLEN ZIJN IN 2030 **VOLLEDIG** ELEKTRISCH’

**RAOUL RAHIMBAKS HOEFT NIET LANG NA TE DENKEN
OVER DE VRAAG MET WELKE RENAULT HIJ OP DE FOTO
WIL. ‘LATEN WE DE ZOE MAAR NEMEN’, ZEGT HIJ. ‘DAT
WAS IN 2013 ONZE EERSTE VOLLEDIG ELEKTRISCHE
AUTO. DAARMEE LIEPEN WE VER VOOR OP DE
CONCURRENTIE.’**

🗨️ HARRY VAN DAM 🗨️ ERIK VAN DER BURGT

Direct na binnenkomst in de hal van het kantoor van Renault Nederland in bedrijfengebied Schiphol-Rijk wordt duidelijk dat we te maken hebben met een van oorsprong Franse onderneming. Druk in hun moedertaal converserend passeren enkele Françaises en verdwijnen in een vergaderkamer. 'Ja, we hebben hier geregeld collega's van het hoofdkantoor in Frankrijk over de vloer', zegt Raoul Rahimbaks, manager accounting en internal controller Benelux. 'Maar er is ook veel contact met bijvoorbeeld mensen uit India, waar we een deel van de crediteurenadministratie hebben ondergebracht.'

WIBAUTSTRAAT

Renault kent een lange geschiedenis in Nederland. Al sinds 1904 is het merk in ons land vertegenwoordigd. Dat was zes jaar nadat de gebroeders Renault hun eerste model – de Voiturette – bouwden. Na diverse andere onderkomens liet Renault Nederland in 1960 een in het oog springend gebouw aan de Wibautstraat in Amsterdam neerzetten, waar nu met gevoel voor historie restaurant Dauphine

is gevestigd, onder de burelen van Het Financieele Dagblad en BNR Nieuwsradio. In 2000 verhuisde de onderneming naar het ruimere en beter bereikbare onderkomen op Schiphol-Rijk. Het Nederlandse kantoor van Renault telt 112 medewerkers. 'Ja, dat is inderdaad niet zo veel', beaamt Raoul. 'Maar dat komt doordat we onze organisatie erg efficiënt hebben ingericht. En verder maken we natuurlijk gebruik van de kennis op het Franse hoofdkantoor, waarmee we vrijwel dagelijks contact hebben', merkt hij op. 'We maken trouwens in de hele Europese Renault-organisatie over en weer gebruik van elkaars expertise. Zo zit ik bijvoorbeeld over een paar weken in Engeland om aan de collega's daar uit te leggen hoe bepaalde financiële processen bij Renault Nederland zijn georganiseerd en proberen we op deze manier kennis met elkaar te delen.'

VEEL CULTUREN

Rahimbaks (31) werkt nu bijna twee jaar in zijn huidige functie bij Renault Nederland en was daarvoor vier jaar verbonden aan RCI Financial Services,

de financiële dienstverlener van Renault. Hij typeert de organisatie als 'dynamisch, veel in beweging en actief in de markt'. 'Ik voel me hier helemaal thuis', zegt de internal controller. 'We zijn een vrij kleine, slagvaardige en flexibele organisatie, maar maken deel uit van een internationaal opererend bedrijf. Daardoor krijg ik met veel culturen te maken. Dat zorgt voor veel dynamiek in de organisatie, iets wat ik persoonlijk heel interessant vind.' Het gamma van Renault is sinds de komst in 2009 van Nederlander Laurens van den Acker, senior vice president Corporate Design van Renault, geheel vernieuwd en uitgebreid, vertelt Rahimbaks. 'Inmiddels leveren we modellen voor elke levensfase en leeftijdscategorie en voor alle wensen en voorkeuren.'

SPORTWAGEN

Het leveringsprogramma begint bij de kleine Twingo en gaat via onder meer de Clio, Mégane, Captur en Kadjar naar de Talisman, een royale zakenauto, en de grote Espace. 'En dan is de roemruchte Alpine, een volbloed sportwagen, ook



weer terug op de markt', vult Raoul aan. Bijna vergeet hij nog de Dacia te noemen, het van oorsprong Oost-Europese no-nonsense merk, waarvan de verkoop onder de vleugels van Renault ook in Nederland een hoge vlucht heeft genomen. Het gesprek wordt onderbroken door de komst van de fotograaf die het verhaal in het RSMagazine van passende beelden voorziet. Met welke Renault Raoul op de foto wil, is zijn vraag. Daarover hoeft

uit de parkeergarage onder het gebouw gehaald, waar een keur aan Renault-modellen staat opgesteld.

ELEKTRISCH RIJDEN

Terug van de fotosessie gaat het gesprek nog even verder over elektrische auto's. 'Het gaat nu heel hard', zegt Rahimbaks. 'Binnen enkele jaren zal het grote publiek helemaal gewend zijn geraakt aan elektrisch rijden', voorspelt

'En ook nu zijn Koen en ik eigenlijk de brug tussen onze twee bedrijven. De samenwerking verloopt perfect. We hebben een makkelijk, laagdrempelig contact en Koen en zijn collega's zijn snel, snappen wat we bedoelen en nodig hebben, begrijpen dat flexibiliteit belangrijk is en leveren ook gewoon hoge kwaliteit.'

DETACHERING

De samenwerking met RSM beperkt zich inmiddels niet tot hoogwaardig advies en actief meedenken. Rahimbaks: 'Ik zat met wat capaciteitstekort en had voor ongeveer zes maanden iemand nodig met specifieke SAP-kennis, het toepassen van geïntegreerde software', vertelt hij. 'RSM zocht en vond in zijn relatiebestand een goede professional die direct inzetbaar was en heeft die hier vervolgens gedetacheerd. Die keuze bleek een schot in de roos. Het is mooi dat wij nu ook in die vorm met elkaar samenwerken.'

hij. 'Onze gehele modellenrange zal in 2030 dan ook volledig elektrisch zijn.' Die tijd zullen de adviseurs van RSM naar verwachting bij Renault Nederland ook nog wel meemaken, want RSM verzorgt al jaren de accountancy- en fiscale zaken. 'Al bij RCI werkte ik nauw samen met Koen Dekker, partner en fiscalist op het Eindhovense kantoor', vertelt Rahimbaks.

Rahimbaks niet lang na te denken. 'Laten we de ZOE nemen', zegt hij. 'Tegenwoordig heeft bijna elk merk elektrische modellen, maar in 2011 was Renault pionier met de introductie van een gamma elektrische auto's. Inmiddels is de ZOE, die we in 2013 op de markt brachten, de best verkopende elektrische auto in Europa.' Dus wordt er een ZOE

OPINIE

ONDER-SCHEIDENDE KRACHT

WIM HAAN, PARTNER RSM INTERIM SERVICES & CONSULTANCY SANDRA HUNTIJENS

Bedrijven besteden de laatste tijd steeds meer aandacht aan het formuleren en uitdragen van kernwaarden. Wat is zo bijzonder en persoonlijk aan onze organisatie? Wat typeert ons echt? Waarmee onderscheiden wij ons daadwerkelijk van de concurrentie? Wat zijn onze specifieke cultuurkenmerken?

Ik ben zelf altijd razend nieuwsgierig naar die prachtige kernwaarden. Toch ben ik dikwijls behoorlijk teleurgesteld als ik er kennis van neem. Te vaak is het een opsomming van mooi geformuleerde woorden die weinig emotie oproepen. De woorden bevatten ongetwijfeld een kern van waarheid, maar zijn zelden echt doorleefde kernwaarden. Ook proef ik regelmatig dat ze zijn geformuleerd door marketingspecialisten, dan wel communicatie-experts. Goed bekend, maar te weinig oprecht.

Een van mijn grotere opdrachtgevers besteedde veel tijd en geld aan het vaststellen van zijn kernwaarden. Maar liefst acht zinnen moesten de essentie van hun bedrijf karakteriseren. Na verloop van tijd heb ik meerdere professionals uit die organisatie eens bevroegd. Ken jij jullie acht kernwaarden? En vooral: herken je ze als typische kenmerken van jullie bedrijf? De reacties laten zich raden.

Zelden ontving ik zo veel lauwe reacties op iets wat bijzonder zou moeten zijn. De meest opmerkelijke kwam van een teamleider die stomverbaasd was dat pas op de zevende plaats de opmerking 'Customer First!' stond. Spreken wij over kernwoorden of écht over kernwaarden?

Mijn indruk is dat de formuleringen vaak wenswaarden weergeven.

Een collega-adviseur maakte mij erop attent dat ook regelmatig wordt gesproken over 'ons DNA'. Dat zou nog krachtiger klinken en benadrukt wellicht nog meer de eigenheid van het bedrijf. Toch maak ik daar graag twee kanttekeningen bij: puur technisch gezien is DNA onveranderbaar én het begrip benadrukt niet louter positieve kenmerken.

Dat terwijl juist de combinatie van positieve en kritische karaktereigenschappen een bedrijf daadwerkelijk onderscheidend maakt. Sterker nog: een ietwat schurende combinatie is realistisch en vaak veel herkenbaarder. En nog belangrijker: wat nu te doen met dat vastgestelde DNA? Het gaat toch vooral om handelen en concretiseren in gedrag.

Het goed beschrijven van je kernwaarden lukt zelden door de eigen professionals of bestuurders. Te vaak loop je dan tegen bedrijfsblindheid en 'wishfull thinking' aan, waarschijnlijk zonder dat je het zelf in de gaten hebt. Je klanten, afnemers en externe stakeholders weten vaak treffender te verwoorden wat je kernwaarden zijn. Die feedback krijg je zo maar cadeau. Tenminste: als je daar voor open staat.

Wie wil voortbestaan, moet toegevoegde waarde leveren met zijn bedrijf. De wijze waarop je dat doet, daarin schuilt je onderscheidende kracht.





GALLERY AALDERING VOOR
COMBINATIE VAN VERANTWOORD
INVESTEREN ÉN GENIETEN

‘EEN KLASSIEKER UIT HET TOPSEGMENT IS GOEDE BELEGGING’

ZIJN VADER KREEG TOT ZIJN GROTE SCHRIK EENS EEN
VERTEGENWOORDIGER VAN FERRARI OP BEZOEK,
NADAT DE KLEINE NICO BIJ DE FABRIEK IN ITALIË
FOLDERS HAD OPGEVRAAGD. OMDAT HIJ GEK BLEEF
OP KLASSE-AUTO'S IS HET NIET VREEMD DAT HIJ
GALLERY AALDERING OPRICHTTE. ‘AUTO'S ZIJN
VOORAL FRAAI ALS ER VEEL CILINDERS IN ZITTEN.’

👤 HARRY VAN DAM 🗣️ FRANS STROUS



ZOON NICK (LINKS) EN VADER NICO AALDERING

Vergelijk het met een kleuter in een snoepwinkel; een autoliefhebber die door de vier verdiepingen van Gallery Aaldering dwaalt, loopt het water rijkelijk in de mond. Maserati's, Ferrari's, Porsches, Jaguars, Alfa's, Lancia's, Aston Martins, Lamborghini's en nog veel meer prachtige klassiekers glimmen de bezoeker in het Gelderse Brummen tegemoet.

Er staan zo'n vierhonderd auto's, al dan niet gerestaureerd, maar allemaal in schitterende staat. De prijzen beginnen zo rond de tienduizend euro (voor een 'simpele' Fiat) en lopen op tot enkele tonnen. Een Aston Martin of Ferrari in een zeldzame uitvoering en perfecte conditie kan zomaar zes of zeven ton kosten. Of meer.

GRAND CAFÉ

Alleen al naar de auto's kijken, ook als je helemaal niet van plan of in staat bent tot aankoop over te gaan, is dus al een genot op zich. Vandaar dat met grote regelmaat bedrijven gebruikmaken van het restaurant en grand café van Gallery Aaldering om er te vergaderen of andere bijeenkomsten te houden. 'Dat vinden die mannen heerlijk, zo informeel tussen de auto's', zegt de oprichter.

Nico Aaldering (64) is de grondlegger van het bedrijf en houdt zich nog steeds dagelijks bezig met de organisatie en vooral met de inkoop. Zoon Nick (38) werkte na zijn opleiding aan het IVA Driebergen eerst bij diverse dealers, alvorens in 2005 in het familiebedrijf te stappen. Nick stuurt vooral de verkoop aan. Samen leiden vader en zoon momenteel het bedrijf.

Maar Nico is dus de man die steeds weer zorgt voor verse aanvoer van hoge kwaliteit. 'Ik haal die auto's overal en nergens vandaan', vertelt hij. 'We kopen en verkopen over de hele wereld. Ik reis nog steeds behoorlijk wat af, al was dat vroeger nog veel meer. We hebben inmiddels overal onze contacten en in de VS hebben we zelfs een eigen man zitten. En natuurlijk maakt ook internet reizen vaak overbodig.'

SCHAKELEN

Wat Gallery Aaldering onderscheidt van veel andere branchegenoten, is dat Aaldering het merendeel van de auto's zelf inkoopt. 'Daardoor zijn we flexibel en kunnen we bij het inkopen snel schakelen', vertelt Aaldering senior. Dat snelle schakelen hoeft wat hem betreft bij de verkoop nou weer niet. 'Onze business is snel inkopen en langzaam verkopen', zegt hij. 'De auto's die hier staan, worden echt niet minder waard. We wachten op de juiste klant', aldus Aaldering. 'Kijk, er is veel op de markt, maar weinig goeds. Een echt goede klassieke auto uit het topsegment kopen, is een goede belegging. Bovendien kun je er ook nog van genieten.'

Nick Aaldering deelt die visie met zijn vader. 'Het investeren in klassieke auto's is de laatste jaren echt ontdekt, zeker ook door de lage rente van de bank', zegt hij. 'En dat gaat echt niet alleen op voor mensen met heel veel geld. Je moet natuurlijk wel weten wát je koopt, maar vanaf twintigduizend euro kun je een mooie klassieker aanschaffen. En dan heb je de heerlijke combinatie van verantwoord investeren én genieten, rijden en kijken dus.'

FAMILIETRADITIE

Wat betreft accountancy en fiscaliteit kunnen vader en zoon wel wat hulp gebruiken. 'Dat laten we dan ook aan RSM over, een grote club met veel expertise en specialismen', aldus senior. 'We kunnen met al onze vragen bij Toine van Bree, partner en accountant bij RSM in Eindhoven, en zijn mensen terecht.' Maar verder weet de familie heel goed hoe het bedrijf moet worden gerund. 'Mijn vader heeft het rustig in de loop der jaren opgebouwd, waardoor we nu een stevige basis hebben waarmee we ook met een gerust hart de toekomst in kunnen', stelt Nick.



'Ons bedrijf is gestoeld op familietraditie en –principes, maar we blijven ook vernieuwen.' Zo was Aaldering in de branche één van de eersten die internet inzetten, die videofilms bij de verkoop gebruikten en die serieus op de sociale media actief waren. 'En vergeet het vaste item dat mijn vader verzorgt in RTL Autowereld niet', merkt Nick op. 'Daar kijken elke week zo'n 250.000 mensen naar.'

BESTE VRIEND

Voorlopig moet Nico niet denken aan een stapje terug: 'Ik vind het veel te leuk', zegt hij. En ook Nick kijkt bepaald niet uit naar het moment dat zijn vader het rustiger aan gaat doen. 'Juist in onze samenwerking zit de kracht van het bedrijf', zegt junior. 'We zijn het heus niet altijd met elkaar eens, maar vullen elkaar uitstekend aan. Mijn vader is niet alleen mijn vader, maar ook mijn beste vriend.'



RSM-NYENRODE INSTITUUT WIL BRUG
SLAAN TUSSEN WETENSCHAP EN
BEDRIJFSLEVEN

'HET FAMILIEBEDRIJF IS LEVEND ONDERNEMER- SCHAP'

DE RELATIE TUSSEN RSM NEDERLAND EN NYENRODE BUSINESS UNIVERSITEIT BESTOND AL JAREN, MAAR IS VANAF OKTOBER VERDIEPT EN GEÏNTENSIVEERD DOOR HET OPRICHTEN VAN HET RSM-NYENRODE INSTITUUT (RNI). DIT INSTITUUT IS EEN KENNISPLATFORM DAT EEN BRUG WIL SLAAN NAAR HET BEDRIJFSLEVEN, MET HET ACCENT OP FAMILIEBEDRIJVEN.

● HARRY VAN DAM ● JUDITH CAPPON



ROBERTO FLÖREN (LINKS) EN ONNO ADRIAANSENS

Vastgoed, educatie en de leerstoel Familiebedrijven en Bedrijfsoverdracht; dat zijn de drie pijlers onder het nieuwe RSM-Nyenrode Instituut. 'Al vele jaren volgen onze accountants, maar ook partners van RSM, op Nyenrode

cursussen en opleidingen en dat blijven we doen', zegt Onno Adriaansens, fiscalist bij de Utrechtse vestiging van RSM. 'Wat we daaraan willen toevoegen, is wetenschappelijk onderzoek, het regelmatig zorgen voor publicaties in vakbladen, het organiseren van uiteenlopende discussies, lezingen en andere bijeenkomsten, zoals ronde tafels.'

'We willen kortom de kennis van onze professionals zodanig verdiepen, dat we als RSM nóg beter weten waarover we praten', aldus Adriaansens. 'De kennis en ervaring die wij als professionals hebben opgedaan, moet continu aan de wetenschap worden getoetst. En daarnaast openen we voor studenten een deur tot de professionele wereld.' De overeenkomst tussen RSM en Nyenrode is voorlopig voor vijf jaar gesloten, maar beide partijen hebben de intentie om structureel te blijven samenwerken. Daarbij komt het accent dus op de familiebedrijven te liggen. 'Dat is, naast belangrijke werkterreinen als onder meer de internationale markt en het vastgoed, één van onze belangrijke doelgroepen', zegt Adriaansens. 'Zo is bijvoorbeeld op het gebied van vastgoed en de fiscale aspecten daarvan bij familiebedrijven nog veel te ontdekken en te onderzoeken.' Daarom wordt

'OP HET GEBIED VAN VASTGOED EN DE FISCALE ASPECTEN
DAARVAN BIJ FAMILIEBEDRIJVEN IS NOG VEEL
TE ONTDEKKEN EN TE ONDERZOEKEN'

VERBINDING

'Het RNI en de door RSM gefinancierde leerstoel zijn ook voor Nyenrode geweldig', stelt Flören. 'Kijk, wij zijn geen winstgevend bedrijf, maar wel een bedrijf. Met ons onderzoek maken we graag de verbinding tussen wetenschap en bedrijfsleven', aldus de hoogleraar. 'Het is onze bedoeling dat de bedrijven en de families daarachter echt iets hebben aan de resultaten van ons onderzoek.'

Dus gaat het RNI investeren in mensen; ze laten promoveren, ze helpen bij het publiceren van wetenschappelijke artikelen. 'Maar we willen onze kennis ook nadrukkelijk presenteren en ten goede laten komen aan de ondernemers', zegt Flören. 'Vandaar de lezingen en bijeenkomsten, in groot en kleiner gezelschap. Wetenschap en ondernemerschap moeten dichterbij elkaar komen.'

TYPEMACHINES

Los van zijn wetenschappelijke achtergrond weet Flören – ook schrijver van het boek 'De stille kracht van het familiebedrijf' – heel goed waarover hij het heeft als het over familiebedrijven gaat. Hij is namelijk zelf geboren en getogen in een typisch familiebedrijf. 'In 1934 begon mijn opa met het verkopen en repareren

van typemachines', vertelt de hoogleraar. 'Het was een gouden tijd; typemachines waren duur. Je kon voor de prijs van tien typemachines een huis kopen.'

'Na de oorlog, in de wederopbouw, kwam mijn vader op zijn veertiende in de zaak. Er volgden goede en minder goede tijden, totdat de omzet begin jaren negentig met zo'n 70 procent inzakte. Vervolgens kregen mijn zus en ik de vraag voorgelegd of we het bedrijf wilden overnemen. Dat wilden we niet en zodoende werd de zaak verkocht.'

MOOIE VERHALEN

Flören weet dus wat er komt kijken om een familiebedrijf goed te laten draaien. 'Er zijn mooie verhalen over familiebedrijven te vertellen, maar er is ook veel verdriet', zegt hij. 'In de familie of in het bedrijf.' Hoewel meerdere keren, en zeker eind vorige eeuw, breed het einde van het familiebedrijf werd aangekondigd, ziet Flören juist veel toekomst in deze vorm van ondernemen.

'Peter Swinkels van Bavaria zei een jaar of vijftien geleden al: dit wordt de eeuw van het familiebedrijf. En ik denk dat hij daarin gelijk had. Het familiebedrijf is levend ondernemerschap', legt de professor uit. 'Er verdwijnen natuurlijk bedrijven, er zijn fusies en overnames, maar er komen ook steeds weer nieuwe bedrijven bij.'

FAMILIESTATUTEN

Maar het is wel van belang dat, met familiestatuten, zaken goed worden

geregeld en vastgelegd. 'Welke zeggenschap heeft de familie? Hoe springt ze om met het bedrijf en met het vermogen? Krijgt de schoonfamilie ook wat te vertellen?' somt Flören op. 'Allemaal onderwerpen waarover verschillend kan worden gedacht.'

Bij het maken van dergelijke afwegingen wil het RNI adviseren met relevante kennis, gebaseerd op wetenschap en ondernemerspraktijk. Flören: 'Wij dragen er graag aan bij dat voor de familie harmonie ontstaat, voor het bedrijf continuïteit en voor de eigenaren rendement.'

AANTREKKELIJKER

Adriaansens: 'Als RSM hebben wij deze kennis nodig om de familiebedrijven echt te begrijpen. We gaan dan ook onze junioren hier neerzetten, zodat ze al vroeg gevoel krijgen bij wat een familiebedrijf nu werkelijk is. De mogelijkheden die we nu met het RNI hebben, maakt ons ook aantrekkelijker op de arbeidsmarkt', aldus de fiscalist. 'We willen natuurlijk de beste mensen binnenhalen.'

Vandaar ook dat Flören lezingen gaat geven voor een gehoor van RSM-medewerkers. 'Want voor RSM worden de familiebedrijven steeds belangrijker en dus moeten ook meer medewerkers zich in de toekomst met deze groeiende markt bezighouden', zegt hij. 'Ik draag er graag aan bij om de interesse daarvoor bij de mannen en vrouwen van RSM te vergroten.'

Wie begrijpt uw business?

Een goede samenwerking is gebouwd op sterke persoonlijke relaties. RSM neemt de tijd om uw bedrijf door en door te leren kennen. Alleen op deze manier kunnen wij u wijzen op kansen en bedreigingen in de markt en u optimaal adviseren bij het maken van de juiste strategische keuzes.

Door gebruik te maken van onze lokale kennis en wereldwijde visie, kunt u met vertrouwen stappen vooruitzetten, zonder om te kijken.

De naam RSM onderstreept waar wij voor staan: cliëntgericht, slagvaardig, betrokken en ondernemend. Waar ook ter wereld.

Ervaar the power of being understood.

Ervaar RSM | rsmnl.com



THE POWER OF BEING UNDERSTOOD
AUDIT | TAX | CONSULTING



RSM

RSM Netherlands B.V. is a member of the RSM network and trades as RSM. RSM is the trading name used by the members of the RSM network. Each member of the RSM network is an independent accounting and consulting firm each of which practices in its own right. The RSM network is not itself a separate legal entity of any description in any jurisdiction. The RSM network is administered by RSM International Limited, a company registered in England and Wales (company number 4040598) whose registered office is at 50 Cannon Street, London EC4N6JJ. The brand and trademark RSM and other intellectual property rights used by members of the network are owned by RSM International Association, an association governed by article 60 et seq of the Civil Code of Switzerland whose seat is in Zug.