

RSM Magazine

A man in a dark blue suit, white shirt, and white hard hat stands on a concrete structure at a construction site. He is smiling and leaning on a yellow-handled tool. The background shows construction equipment and a concrete wall.

VOORJAAR 2020

TON FRANSOO REALISEERT VOOR UBM TOPHOTELS IN DE BENELUX

ADMESY: KLEUR- EN
LICHTTECHNIEK VOOR
MOBIELE TELEFONIE

BUREAU VAKTECHNIEK IS
KWALITEITSWAAKHOND
VAN RSM

VAESHARTELT IS
KLAAR VOOR DE
TOEKOMST

MOOI VLEES WORDT
EEN DELICATESSE
BIJ NICE TO MEAT

Beginnen te doen

RUDOLF WINKENIUS, BESTUURSVOORZITTER RSM NEDERLAND



Veel verhalen in dit RSMagazine gaan over uiteenlopende aspecten van het ondernemen. Ze zijn met oog voor de theorie en praktijk geschreven. Eén van de letterlijke betekenissen van het woord ondernemen is volgens van Dale 'beginnen te doen'. Dat spreekt mij aan, dat beginnen te doen. De verleiding is groot om er meteen het woord gewoon aan te koppelen. 'Ik ben er gewoon mee begonnen'. Je hoort mensen dat vaak zeggen en zou bijna denken dat het om een min of meer alledaagse uitdaging gaat.

Ondernemen is echter allesbehalve gewoon. In dit RSMagazine gaat het niet voor niets over veranderende markten, de waan van de dag en de noodzaak om altijd alert te zijn. En natuurlijk over het belang van stabiliteit, kwaliteit, kunde en ervaring. Voor veel ondernemers en bedrijven geldt dat ze regelmatig de bakens hebben moeten verzetten om zo een andere koers te gaan varen.

4

ADMESY-TECHNIEK ZIT IN 1/3 VAN DE TELEFOONS IN EUROPA



7

OUR MAN IN THE USA
RICK LAMERICHs

10

BUREAU VAKTECHNIEK: KWALITEIT ZIT ECHT IN ONS DNA



13

BLIK VAN BUITEN
ROBERTO FLÖREN
IS VERBONDEN AAN
NYENRODE

14

ROUTE RSM
UTRECHT:
MARLEEN HUIJSEN

16

**TIEN EEUWEN OUD KASTEEL
BEGINT AAN NIEUWE TOEKOMST**



20

PLEASED TO MEET YOU
LAURA BLES-TEMME

22

**UBM ONTWIKKELT TURN KEY
LUXE HOTELPROJECTEN**



25

OPINIE
CORA VAN DIJK

28

**MIKEL POUW HEEFT
ALS MOTTO: MEAT IS ART**



26

DE DIALOOG
EEN GESPREK
OVER DE GRENZEN
HEEN



**RSMAGAZINE, NR 18,
JAARGANG 11, VOORJAAR 2020**

RSMagazine is een uitgave van RSM. RSMagazine wordt in controlled circulation in een oplage van 6.500 exemplaren verspreid onder cliënten en relaties van de bij RSM aangesloten kantoren in Nederland.

HOOFD- EN EINDREDACTIE

– Ben Smeets, RSM
– Angélique Timmer-Weisscher, RSM

REDACTIE

– Harry van Dam, Paapstvandam, bureau voor communicatie
– Gwen van Loon, Punt Tekstproducties
– Vanessa van Zalm, De Coalitie
– Ben Smeets, RSM

BEELD EN FOTOGRAFIE

– 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
– Marjolijn Ansink, Marjolijn Ansink Fotografie
– Marleen Huijsen

COVERFOTO

Sander Nieuwenhuys

CONCEPT EN ART DIRECTION

Frans Spanjaard, Spanjaard Strategie & Communicatie

VORMGEVING

Pieter Tuinman, Formaris idee, ontwerp en fotografie

DRUKKERIJ

HuigHaverlag Printing

POSTADRES

RSM Netherlands
T.a.v. Angélique Timmer-Weisscher
Postbus 5037
2000 CA Haarlem

Als u voor toezending in aanmerking wilt komen of zich juist wilt afmelden voor verzending, stuur dan een e-mail naar atimmer@rsmnl.nl.

OVERNAME INHOUD

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

WWW.RSMNL.COM





ADMESY, TOELEVERANCIER VAN GROTE TELEFOONMERKEN:

"GOEDE MIDDENKLASSER OP DE WERELDMARKT"

BIJ GROTE DRUKTE SPRINGT HIJ EVEN BIJ EN STEEKT DE HANDEN UIT DE MOUWEN BIJ DE PRODUCTIE OF HET INPAKKEN, MAAR STEVEN GOETSTOUWERS IS TOCH VOORAL CEO VAN ADMESY. EEN BETREKKELIJK KLEIN BEDRIJF IN HET LIMBURGSE ITTERVOORT, MAAR EEN WERELDSPELER OP DE MARKT VAN KLEUR- EN LICHTMETERS VOOR APPARATEN DIE ZIJN VOORZIEN VAN EEN SCHERM, ZOALS MOBIELE TELEFOONS.

≡ HARRY VAN DAM @ ERIK VAN DER BURGT



Het was voor Goetstouwers (40) een hele overgang in 2012 van de Limburgse investeringsbank LIOF naar de functie van CEO bij Admesy, hoewel hij het bedrijf al kende. "Ik was zelfs vanaf de start in 2006 bij Admesy betrokken vanuit mijn werk als investmentmanager bij LIOF", vertelt hij. "De onderneming was opgericht door drie oud-Philipsengineers en wij investeerden mee en begeleidden bij het opzetten van het bedrijf. En ook de jaren daarna volgde ik de ontwikkelingen binnen het bedrijf van nabij. "Admesy draaide prima, maar de drie ondernemers hikten in de loop van 2012 wel tegen een echte groeispurt aan. "Technisch en wat betreft knowhow hadden ze de zaken prima voor elkaar, maar zakelijk moest het beter", aldus Goetstouwers. Bovendien wilde één van de partners uit de onderneming stappen. De twee overige partners vroegen of hij zich bij Admesy wilde aansluiten. Dat ze bij Goetstouwers, van huis uit handelsingenieur met daarna een studie international business, uitkwamen, was niet zo gek. "Destijds ben ik afgestudeerd op mkb-bedrijven die internationaal gingen en liep onder meer stage in Maleisië. Dus het

verzoek van Admesy sloot mooi aan bij mijn studie", aldus Goetstouwers. "Bovendien had ik bij LIOF al op jonge leeftijd bij veel verschillende keukens naar binnen kunnen kijken en zo een goed beeld van mogelijke valkuilen gekregen." Dus investeerde hij de overwaarde van zijn huis in het bedrijf en nam eind 2012 de algemene leiding op zich.

TIJDVERSCHILLEN

Hoewel Goetstouwers Admesy dus al goed kende, betekende de overstap een grote verandering in zijn leven. "Daarvoor, in mijn LIOF-tijd dus, reed ik 60.000 kilometer per jaar, maar uitsluitend in Limburg. Internationaal opereren betekende voor mij hooguit af en toe eens een ritje naar Luik of Aken. Tegenwoordig ben ik elke maand wel een week op reis", zegt de CEO. "Naar China en Zuid-Korea, waar de grote fabrikanten van mobiele telefoons zitten en waar we tegenwoordig eigen kantoren hebben, maar ook naar afzetgebieden als de Verenigde Staten, Canada en Vietnam, om maar wat landen te noemen." Ook aan de tijdsverschillen die het internationaal ondernemen kenmerken, moest Goetstouwers wennen. "In het begin belde ik weleens één van onze mensen in Shenzhen of Seoul voor overleg, maar dan bleek het

daar drie of vier uur 's nachts te zijn. Daar stond ik destijds in de drukte van het werk helemaal niet bij stil." Goetstouwers loste dat probleem op door tegenover zijn bureau een klok op te hangen met daarop vier wijzerplaten, die de tijden van Amsterdam, Los Angeles, Hongkong en Tokyo aangeven. "Ik kijk altijd even voordat ik de telefoon pak."

TOELEVERANCIER VAN TOELEVERANCIERS

Nu, zeven jaar na zijn aantreden, noemt Goetstouwers Admesy met 35 medewerkers en een omzet van 8,5 miljoen euro 'een goede middenklasser' op de wereldmarkt. Het leeuwendeel van de omzet, zo'n 98,5 procent, wordt gemaakt buiten Europa en met name als toeleverancier van de grote telefoonmerken in China en Zuid-Korea. "We opereren met wereldwijd maximaal vijf concurrenten in een echte nichemarkt; kleur- en lichtmeters die worden gebruikt bij de productie van vooral mobiele telefoons", legt de CEO uit. "Maar er zijn meer applicaties, onder andere in verlichting en agrofood." Maar de naamsbekendheid van Admesy is bij het grote publiek laag. "Een derde van de Europeanen loopt met een telefoon waarin onze technologie is verwerkt, maar dat weten ze niet. We zijn toeleverancier van toeleveranciers



“Ruim 1/3 van de Europeanen heeft een telefoon, afgeregeld met onze technologie”

van de grote bekende internationale elektronicamerken”, aldus Goetstouwers. “Die kennen ons echt wel, hoor.”

PIZZA'S

Dat blijkt alleen al uit de continue stroom opdrachten van vaste en nieuwe opdrachtgevers. “Dat is soms hard aanpoten, maar we hebben een geweldig team met goede en betrokken mensen”, stipt Goetstouwers aan. “Als er een keer een paar uur moet worden overgewerkt of zelfs een dubbele shift moet worden gedraaid, hoor je niemand mopperen. We halen dan pizza's, eten gezellig samen en zorgen vervolgens dat de klant op tijd wordt geholpen. En zo nodig spring ik even bij. Ik doe dan het eenvoudige werk en onze specialisten nemen het ingewikkelde deel voor hun rekening. En we staan samen ook dozen in te pakken. Het werk moet toch gewoon af.”

GROEIMOGELIJKHEDEN

Het gaat goed met Admesy; het heeft zich ontwikkeld tot een sterk en stabiel bedrijf. En Goetstouwers ziet nog volop mogelijkheden om verder te groeien. “Er zijn nog steeds producenten die displays bouwen zonder onze afregeling”, zegt hij. “Dus daar zit sowieso potentie. En we kunnen aan onze afnemers ook andere producten verkopen die zijn gelieerd aan kleur- en lichtmeting,

zoals camera- en testsystemen.” Maar de CEO van Admesy ziet op de langere termijn vooral groeimogelijkheden door de bestaande technologie van zijn bedrijf in nieuwe producten in te brengen. “Ik zie grote kansen in het samen met klanten en partners ontwikkelen en bouwen van meetapparatuur voor onder meer de petrochemie en de medische wereld. Nu is het bijna altijd nog zo dat tijdens productieprocessen alleen maar steekproeven worden genomen”, aldus Goetstouwers. “Wij willen toe naar systemen die real time informatie geven, die dus continu monitoren. Dat is een kwestie van lange adem, maar daar liggen voor ons echt mogelijkheden”.

REAL TIME MONITOREN

Bij die groeistrategie zullen de komende jaren de mensen van RSM een belangrijke rol spelen. “Ze doen nu al veel voor ons”, zegt Goetstouwers. “We hebben net met senior accountant Sonja Stassen een omvangrijk administratief automatiseringstraject achter de rug”, aldus de CEO. “We kunnen nu alles real time monitoren en controleren; aan het eind van het jaar is de jaarrekening zo klaar.” Dat betekent wel: minder advies- en overleguren voor RSM. “Ja, dat is het mooie. Bij RSM willen ze het beste voor de klant, maar schieten daarbij zichzelf in de voet. Eerst kwam Sonja elke maand een keer langs

om te controleren of alles goed ging, maar laatst zei ze zelf: ach, elk kwartaal kan ook prima. Vaker is niet meer nodig.”

HET KLIKT MET RSM

Toch wordt de samenwerking tussen Admesy en RSM de komende jaren vanwege de gewenste groeistrategie zeker intensiever. “Bij RSM hebben ze een groot internationaal netwerk, kennen de wetten, regels en gewoonten in andere landen”, weet Goetstouwers uit ervaring. “In Zuid-Korea huren we mensen voor ons kantoor in. Bij RSM hebben ze precies uitgezocht welke mogelijkheden daar zijn, hoe het juridisch zit en hoe we het moesten aanpakken. De samenwerking is prima.” Dat komt, aldus Goetstouwers, ook door het type mensen bij RSM. “Ze zijn professioneel en deskundig, maar je kunt er ook gezellig een biertje mee drinken. Korter kan ik niet samenvatten waarom het met die mensen zo klikt.”



OUR MAN IN THE USA

IN OKTOBER 2017 STREEK ACCOUNTANT RICK LAMERICHS (34) NEER BIJ RSM US IN CHICAGO, NA ELF JAAR GEWERKT TE HEBBEN VOOR RSM IN NEDERLAND, DE LAATSTE JAREN VANUIT HEERLEN. RICK MAAKT DAAR DEEL UIT VAN DE LOKALE CONTROLETEAMS. FISCALISTEN MARIO VAN DEN BROEK EN JORDI VAN DER STRUIS GINGEN HEM VOOR. “ER IS HIER VRAAG NAAR PRODUCTEN DIE DOOR NEDERLANDSE ONDERNEMERS WORDEN AANGEBODEN.”

≡ RICK LAMERICHS, BEN SMEETS @ PRIVÉ BEZIT

WIST U DAT...

...RSM US DE VIJFDE GROOTSTE ACCOUNTANTS- EN BELASTING- ADVIES ORGANISATIE IN DE VERENIGDE STATEN IS MET RUIM 9,900 MEDEWERKERS EN 87 KANTOREN VERSPREID DOOR HET HELE LAND?

RICK, JE BENT NU RUIM TWEE JAAR ACTIEF IN DE VERENIGDE STATEN. WELKE TOEGEVOEGDE WAARDE HEEFT JOUW FYSIEKE AANWEZIGHEID?

"Mijn aanwezigheid in de Verenigde Staten maakt het een stuk makkelijker om onze klanten aan deze kant van de wereld te bezoeken, reistijden zijn korter en tijdsverschillen zijn een stuk beperkter. Mensen vinden het altijd fijn om een gezicht te hebben bij de mensen met wie ze werken, wat door de fysieke aanwezigheid veel makkelijker te realiseren is. Maar wellicht het belangrijkste is het leren kennen van de Amerikaanse cultuur. De wijze waarop gesprekken verlopen is anders dan wij in Nederland gewend zijn en klanten vinden het prettig wanneer zij met iemand aan tafel zitten die hun eigen gebruiken kent en begrijpt. Vanuit Nederland krijg ik hierdoor nog weleens de opmerking dat ik – te veel – op een Amerikaan ben gaan lijken, al denk ik zelf dat dit nog wel meevalt."

WAAROM IS HET VOOR NEDERLANDSE ONDERNEMERS INTERESSANT OM DE OVERSTEEK NAAR DE VERENIGDE STATEN TE MAKEN?

"De Verenigde Staten behoren tot een van de meest welvarende landen ter wereld en er is vraag naar producten die door Nederlandse ondernemers worden aangeboden. Het vestigingsklimaat in de Verenigde Staten is relatief stabiel. Ontwikkelingen zijn met name merkbaar als gevolg van de Tax Cuts and Jobs Act (TCJA), ook wel de 'US Tax Reforms' genoemd. Als gevolg van de TCJA is het federale belastingpercentage verlaagd naar 21% waardoor de VS qua tarief meer concurrerend is. Ter vergelijking: in Nederland bedraagt het huidige percentage vennootschapsbelasting voor resultaten boven €200.000, 25%. Daarnaast zijn er verschillende fiscale regelingen waarmee

in de Verenigde Staten een fiscaal voordeel kan worden gerealiseerd. Hierbij valt te denken aan de FDII Deduction, die onder voorwaarden in aanmerking kan worden genomen wanneer een in de Verenigde Staten gevestigde onderneming goederen exporteert naar andere landen. Waar ondernemers wel rekening mee moeten houden is de complexiteit van de Amerikaanse wetgeving en de verschillende antisubsidie bepalingen zoals bijvoorbeeld de nieuwe 'Base Erosion and Anti Abuse Tax'-bepalingen', op grond waarvan bepaalde betalingen mogelijk niet aftrekbaar zijn. Ook dient er rekening gehouden te worden met lokale fiscale maatregelen die per staat verschillend zijn en van toepassing zijn wanneer er goederen of diensten binnen de Verenigde Staten, maar over de staatsgrenzen heen, geleverd worden. Denk hierbij ook aan sales tax."

WELKE UITDAGINGEN DOEN ZICH VOOR IN DE VERENIGDE STATEN?

"Amerikaanse organisaties hebben met name problemen met het begrijpen van de andere wet- en regelgeving, verschillen in verslaggevingsstandaarden en wettelijke jaarrekeningvereisten. Zo denkt men in de Verenigde Staten al snel dat binnen heel Europa voor alle ondernemingen IFRS van toepassing is. Ze kunnen zich slecht voorstellen dat elk land zijn eigen verslaggevingsstandaarden erop nahoudt. Tevens kennen de Verenigde Staten geen wettelijke controleplicht, waardoor jaarrekeningcontrole enkel van toepassing is wanneer een bank, de aandeelhouders of andere belanghebbenden dit expliciet vragen. Dit resulteert in het gegeven dat organisaties die gecontroleerd moeten worden van een grotere omvang zijn dan organisaties in Nederland, waardoor de klantenportefeuille in de Verenigde Staten er iets anders uitziet dan wij in Nederland gewend zijn. Daarnaast



hoeven in de Verenigde Staten jaarrekeningen niet gepubliceerd te worden zoals dat in Nederland wel het geval is.

Recente uitdagingen zijn met name het gevolg van invoering van een nieuwe Omzetverantwoordingsstandaard (ASC 606) die sinds 2018 (voor beursgenoteerde ondernemingen) respectievelijk 2019 (voor overige ondernemingen) effectief is. Daarnaast dienen vanaf 2020 respectievelijk 2021 'operational leases' op de balans opgenomen te worden (ASC 842). In Nederland is dit niet het geval, waardoor er grote verschillen in de jaarrekeningen kunnen ontstaan en solvabiliteitscijfers ter vergelijking van de jaarrekening significant kunnen afwijken. De toegevoegde waarde die ik voor organisaties kan leveren zit met name in het beperken van verschillen tussen de statutaire jaarrekening die in Nederland moet worden opgesteld en de cijfers die ten behoeve van de consolidatie gerapporteerd dienen te worden. Dit maakt het voeren van de financiële administratie een stuk makkelijker en efficiënter. Wanneer verschillen beperkt kunnen worden, is het ook nog eens makkelijker om de deelneming in control te houden. Het bespreken en uitleggen van de diverse opties met klanten komt met grote regelmaat voor. Voor onze collega's in de Verenigde Staten is het makkelijk een Nederlandssprekende collega binnen het controleteam te hebben die op de hoogte is van de Nederlandse wet- en regelgeving. Een voorbeeld hiervan is de controle van de pensioenverplichting binnen de jaarrekening. De Nederlandse pensioenfondsen zijn uniek en voor mensen buiten Nederland is het vaak niet te begrijpen dat er, behoudens de reguliere verplichting, geen additionele verplichting aanwezig is die als voorziening in de balans opgenomen dient te worden. Door de specifieke situatie te beoordelen en deze uit te leggen worden het aantal vragen die aan onze klanten gesteld moeten worden beperkt, waar dus ook onze klanten weer hun voordeel bij hebben."

HOE KIJKEN AMERIKAANSE ONDERNEMERS NAAR NEDERLAND?

"Nederland is een stabiel land met een open economie met grote internationale verbondenheid, een grote populatie

hoogopgeleide mensen en een attractief fiscaal klimaat. Mijn ervaring is dat Amerikaanse ondernemers, die zich in Nederland gevestigd hebben, veelal positieve ervaringen hebben. Zeker in vergelijking met andere landen waar deze ondernemingen actief zijn. Persoonlijk zie ik met name veel kansen voor Nederland als gevolg van de Brexit. Er zijn een groot aantal klanten binnen RSM die zich in Nederland gaan vestigen als gevolg van de Brexit. Dit geldt vooral voor financiële instellingen. Om actief te zijn op de Europese financiële markten moet je als onderneming een Europese vergunning hebben en zijn gevestigd binnen de Europese Unie. Een behoorlijk aantal organisaties die kantoor houden in Londen hebben Nederland gekozen als alternatief, met name als gevolg van het aantrekkelijke vestigingsklimaat, de goede infrastructuur en de aanwezigheid van goed opgeleide mensen. Ik heb afgelopen twee jaar met een overgroot deel van deze klanten – die zich in Nederland zijn gaan vestigen of nog bezig zijn om zich in Nederland te vestigen – samengewerkt. Minpuntje is dat Amerikanen niet zo goed kunnen wennen aan de lange vakanties die Nederlanders nemen in vooral de zomerperiode en in die periode dus niet bereikbaar zijn, maar dat maakt onderdeel uit van de voorgenoemde cultuurverschillen zullen we maar zeggen."

WAAR KUNNEN AMERIKAANSE ONDERNEMERS TERECHT, DIE JUIST DE OVERSTEEK NAAR NEDERLAND WILLEN MAKEN?

"Amerikaanse organisaties die in Nederland zaken willen doen, kunnen terecht bij The Netherlands Desk van RSM US. Deze Desk werkt nauw samen met de professionals binnen de US Desk van RSM Nederland, waardoor organisaties vaak direct naar de juiste persoon doorverwezen kunnen worden en er geen onnodige vertraging wordt opgelopen bij het beantwoorden van vragen. Tevens werken wij veel samen

met The Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA). Dit is een organisatie van de Nederlandse overheid, met als doel Nederland aantrekkelijk te maken voor buitenlandse bedrijven. Wij hebben regelmatig gesprekken met de mensen van het NFIA waarbij ontwikkelingen en ervaringen worden gedeeld. Afgelopen voorjaar was er bijvoorbeeld een bespreking waar de Nederlandse belastingdienst bij aanwezig was. Hierbij werden ervaringen vanuit de praktijk uitgewisseld tussen de Nederlandse Belastingdienst en onze fiscale collega's van RSM US. Centraal stond het verschil tussen de Nederlandse en Amerikaanse fiscale wetgeving."

WAAR KIJK JIJ PERSOONLIJK ERG NAAR UIT?

"In september zijn wij gestart met de controle van een Nederlandse vennootschap die een hoofdkantoor heeft in de Verenigde Staten. Aangezien het een Nederlandse vennootschap betreft, dient de controle van de jaarrekening op basis van Nederlandse wet- en regelgeving uitgevoerd te worden onder verantwoordelijkheid van een in Nederland gekwalificeerde accountant. Echter, aangezien de financiële administratie in zijn geheel wordt gevoerd vanuit het hoofdkantoor in de Verenigde Staten, is het praktisch gezien de beste oplossing om deze opdracht met een gecombineerd controleteam – bestaande uit professionals die werkzaam zijn bij RSM in de Verenigde Staten en professionals die werkzaam zijn bij RSM in Nederland – uit te voeren. Ik zie erg uit naar de samenwerking, met name omdat deze samenwerking op alle niveaus tot uiting komt. Een mooi voorbeeld van het krachtige RSM-netwerk! Daarnaast geeft dit ook aan dat RSM zijn eigen medewerkers prachtige uitdagingen kan voorleggen. Wie wil er nu niet als assistent accountant een aantal weken naar de Verenigde Staten voor een opdracht?"

SPEELT U MET DE GEDACHTE OM MET UW ORGANISATIE DE OVERSTEEK NAAR DE VERENIGDE STATEN TE MAKEN? OF WILT U GRAAG WETEN OF HET INTERESSANT IS VOOR UW ONDERNEMING? RICK LAMERICHS HELPT U GRAAG VERDER, BEREIKBAAR VIA E-MAILADRES RICK.LAMERICHS@RSMUS.COM EN VIA HET TELEFOONNUMMER +1 312 634 39 97.

Ins and outs

BUREAU VAKTECHNIEK:
KWALITEITSEBEWAKER,
VRAAGBAAK EN
UITHANGBORD
VOOR RSM

"WIJ HEBBEN ÉCHT DE WIL OM KWALITEIT TE LEVEREN"



ERIC MANTELAERS

PIM VAN BATENBURG

Ook zonder de verscherpte wet- en regelgeving en toezicht op de accountancy zou het Bureau Vaktechniek bij RSM er zijn. Deze afdeling bewaakt de kwaliteit en werkcultuur binnen de onderneming, is een interne vraagbaak en daarnaast een belangrijk uitgangsbord voor RSM in Nederland. "Het zit in ons DNA om goed werk te leveren en een betrouwbare partner te zijn."

≡ HARRY VAN DAM 📷 JUDITH CAPPON

Onder aanvoering van Eric Mantelaers en Pim van Batenburg, daarbij ondersteund door Martine Nuis ("de vrouw met het overzicht", aldus Mantelaers) en enkele collega's die op projectbasis werkzaamheden verrichten, is het Bureau Vaktechniek maar een kleine afdeling binnen RSM. Het belang voor de organisatie is echter groot en de afdeling is in de bedrijfsfilosofie van RSM niet meer weg te denken.

"Vroeger controleerde en corrigeerde de beroepsgroep zichzelf", vertelt Mantelaers (53), die al zo'n dertig jaar in het vak zit, waarvan de laatste tien jaar bij RSM. "De slager keurde als het ware zijn eigen vlees." Onder druk van veranderende maatschappelijke opvattingen van de laatste jaren en het vergrootglas waaronder de accountancy kwam te liggen, is dat nu anders. "Tegenwoordig is er een externe toezichthouder, de Autoriteit Financiële Markten, en dat is natuurlijk een veel betere, gezondere situatie", aldus Mantelaers. "Met name voor de geloofwaardigheid en het aanzien van het vak van accountant."

ZIT IN DNA VAN RSM

Maar in feite liep RSM al vele jaren voorop in het serieus werk maken van het bewaken van de kwaliteit van dienstverlening en de controle op het werkelijk naleven van de

ethische en integriteitsregels die binnen de onderneming gelden. "Het zit nu eenmaal in het DNA van RSM om goed werk te leveren en voor de cliënt een betrouwbare partner te zijn", zegt Mantelaers. "We hadden binnen RSM in Nederland altijd al een Commissie Vaktechniek die op projectmatige basis bij elkaar kwam, maar we waren te klein om daarvan een permanente afdeling te maken", legt hij uit.

Maar door de steeds intensievere samenwerking tussen de Nederlandse RSM-kantoren groeide het draagvlak – ook praktisch – om een echt Bureau Vaktechniek op te zetten. Sinds 2017 is nu werkelijk sprake van een afdeling die zich volledig kan bezighouden met vaktechniek. Samen met de collega's van 'compliance' zijn ongeveer zeven collega's dagelijks in de weer met het bewaken en versterken van kwaliteit en cultuur binnen de RSM-organisatie.

CULTUURKWESTIE

"Het is precies zoals Eric zegt", stelt Pim van Batenburg (61), net als Mantelaers al zo'n dertig jaar accountant (waarvan in zijn geval 27 jaar in de RSM-organisatie). "Bij ons heerst echt de intrinsieke wil om kwaliteit te leveren en zuiver te handelen. Het zou slecht zijn, als die houding alleen maar zou afhangen van de verscherpte wet- en regelgeving en de eisen die de AFM stelt", aldus Van Batenburg. "Het is een cultuurkwestie; wij willen ons werk zo goed mogelijk doen, maar

dat gaat natuurlijk niet vanzelf. Er is ons veel aan gelegen het door ons gewenste hoge niveau in stand te houden en daarbij speelt Bureau Vaktechniek een prominente rol."

'DE LAATSTE KOMMA VAN DE WET'

De te volgen regels en procedures in de accountancy zijn niet altijd even helder en overzichtelijk, maar natuurlijk moet wel worden voldaan aan de wet- en regelgeving. Tegelijkertijd willen ook de cliënten correct en naar tevredenheid worden bediend en daarbij sluiten theorie en praktijk niet altijd gemakkelijk op elkaar aan. De collega's (bij RSM in Nederland werken ruim 550 professionals) kunnen altijd een beroep doen op het Bureau Vaktechniek. "Sterker", zegt Van Batenburg, "ze móeten bij ons aankloppen en ons consulteren als er een vraag of probleem ligt. "Collega's met behoefte aan advies of een back-up zijn bij het Bureau Vaktechniek in goede handen. "Wij zijn de mensen die geïnteresseerd zijn in de laatste komma van de wet", zegt Eric Mantelaers. "Dat wil helemaal niet zeggen dat we uitgerangeerde kamergeleerden zijn, integendeel. We staan nog steeds met onze poten in de klei. En als ervaren accountants denken we graag mee met onze praktijkcollega's, zijn we vraagbaak en vorminstituut."

CONTINUÏTEITSPERIKELN

Het consulteren van Bureau Vaktechniek kan bijvoorbeeld nodig zijn in het kader van

“Techniek schurkt tegen kwaliteit aan”

de acceptatie van een nieuwe cliënt of opdracht. “Daarop moet eerst een akkoord komen van de HAA, de Head of Audit and Assurance”, legt Mantelaers uit. “In een dergelijke situatie legt een collega zijn afwegingen met betrekking tot de acceptatie op papier vast. Wij lezen dan mee, wijzen eventueel op gemiste risico's of aandachtspunten en zorgen zo voor de gewenste voorwaarden en zekerheden.” Pim van Batenburg geeft een ander voorbeeld. “Het kan zijn dat een cliënt te kampen heeft met continuïteitsperikelen”, zegt hij. “Afhankelijk van de ernst van de zaak dient de toelichting op de jaarrekening of de tekst van de accountantsverklaring dan te worden aangepast. Zowel juridisch als inhoudelijk luistert dat natuurlijk heel nauw. In zulke gevallen kunnen wij behulpzaam zijn bij het formuleren van dergelijke teksten.”

UITHANGBORD

Daarbij is, realiseren Mantelaers en Van Batenburg zich, de manier van intern communiceren belangrijk. “Soms komt een collega met een idee of voorstel dat echt niet kan”, vertelt Mantelaers. “Dan moeten wij rustig en goed onderbouwd uitleggen waaróm het niet kan. De toon is daarbij belangrijk. Je moet de mensen niet het gevoel geven

dat ze worden afgeserveerd, want dan demotiveer je ze en ze moeten de volgende keer weer met een gerust hart naar ons toe stappen.” “Ja, onze functie is echt nodig in de organisatie”, voegt Van Batenburg daar aan toe. “Techniek schurkt heel erg tegen kwaliteit aan. Door scherp op de techniek te zitten, wordt de kwaliteit van de controle beter. Vaktechniek versterkt ons imago van een betrouwbare organisatie en zo zijn we uithangbord van het kantoor.”

ONZE BENADERING GEEFT ZEKERHEID

De cliënten, ook die uit het mkb, begrijpen het grote belang dat RSM hecht aan kwaliteitsrijke en betrouwbare dienstverlening. “Weet je”, zegt Eric Mantelaers, “wij kunnen natuurlijk lastig zijn. Doen wij een controle bij bijvoorbeeld een bedrijf met 12 miljoen omzet en vijftig man in dienst, dan krijgen we al snel te maken met een CFO of een controller in die onderneming. Die mensen kennen het spel, maar kijken minder objectief naar hun eigen cijfers dan dat wij dat doen. En hoewel we daarmee zo soepel en praktisch mogelijk omgaan, moeten we nog weleens wijzigingen aanbrengen, waarover discussie ontstaat”, aldus Mantelaers.

“Maar wat die ondernemers dan ook merken, is dat onze benadering meer zekerheid geeft. Zo ervaart de Belastingdienst dat ook en de kans op problemen met de fiscus is door onze bemoeienis dan ook veel kleiner. En de cliënten merken ook dat de bank meegaander is als de handtekening van RSM onder de jaarstukken staat. Kortom; we zijn kritisch, maar onze reputatie werkt alleen maar in het voordeel van de cliënt.”



Blik van buiten

De RSM-factor

Roberto Flören is RSM Hoogleraar Familiebedrijven en Bedrijfsoverdracht verbonden aan Nyenrode Business Universiteit

Ik koop ons brood altijd bij de warme bakker in ons dorp Linschoten en niet bij de lokale supermarkt. Toch is deze uitstekende supermarkt dichterbij en kan je er gemakkelijker parkeren. Het brood is er nog goedkoper ook. Waarom betaal ik toch liever meer en loop ik om? Simpel, omdat wij het brood daar een stuk lekkerder vinden en de service van de bakker beter en persoonlijker is.

Maar waarom doen bestaande en nieuwe klanten dan eigenlijk graag zaken met RSM? Toch niet omdat RSM zulke goede accountants en fiscalisten in dienst heeft? Ik twijfel er niet aan dat de RSM-medewerkers goed zijn. Maar zijn zij nou echt onderscheidend beter dan de accountants en fiscalisten van de concurrentie? Vast niet. Die komen veelal van dezelfde universiteiten en hogescholen, hebben evenveel kennis als de RSM-medewerkers en hun dienstverlening zou niet substantieel in prijs verschillen. De vraag blijft dus: Waarom dan toch klant zijn of worden bij RSM?

Ik mag nu vanuit Nyenrode ruim een jaar samenwerken met RSM. En ik kan eerlijk zeggen: het is een erg leuke club met heel veel goede en enthousiaste mensen. Je merkt dat veel energie aanwezig is en RSM met de veranderende markt meegaat. Een goed voorbeeld is het project familiebedrijven, waar de Adviesgroep Familiebedrijven van RSM in samenwerking met Nyenrode, de dienstverlening aanpast aan de dynamiek en emoties van familiebedrijven. Zo houden wij rondetafelbijeenkomsten met familiebedrijven, organiseren wij netwerk- en platformbijeenkomsten en ontwikkelen wij nieuwe, specifieke diensten voor familiebedrijven. Echt een supermooi traject waarbij ik zie dat veel klanten en prospects zich herkennen in de aandacht voor hun familiebedrijf.

Deze herkenning maakt dat klanten en prospects graag zaken doen met RSM, omdat RSM zich hierin onderscheidt van de concurrentie. In mijn bezoeken aan RSM-kantoren en gesprekken met medewerkers en klanten blijkt gelukkig dat niet alleen de aandacht voor de dynamiek voor familiebedrijven RSM onderscheidt, ook hoor je over andere specialisaties als bedrijfswaardering, onroerend goed, private wealth en international tax. En vergeef mij mijn onwetendheid, zo zullen er vast nog meer specialismen zijn waar ik op dit moment nog onbekend mee ben.

Deze onderscheidende specialisaties vormen de RSM-factor, die de continuïteit garanderen en groei faciliteren. Daarvoor lopen klanten graag een blokje om en zijn zij zelfs bereid om een beetje meer te betalen. Net als ik bij onze bakker.



Utrecht

Marleen Huijsen is sinds 1988 als senior administrateur werkzaam in Utrecht bij de non-assurance praktijk van RSM (voorheen Brouwer & Oudhof en daarvoor Kooij & Partners). Met veel plezier neemt ze u mee op een wandeling door haar ‘Utereg men Stasie’!

☰ MARLEEN HUIJSEN 📍 MARLEEN HUIJSEN (DOMTOREN); MARJOLEIN ANSINK FOTOGRAFIE ✂ ALLES IN BEELD

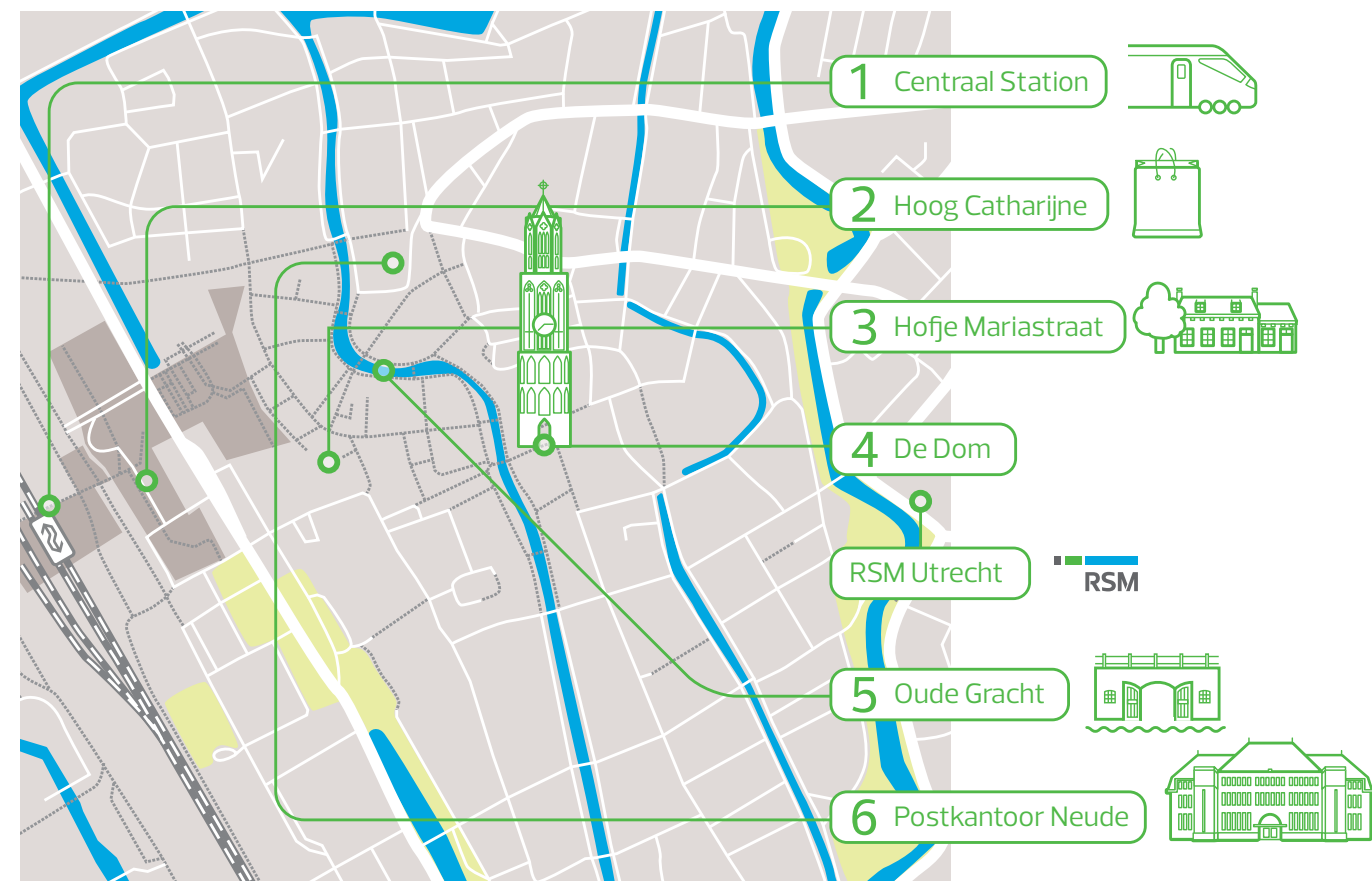


Utrecht is gesticht in 45 na Christus door de Romeinen, heeft sinds 1122 de stadsrechten en was in 1808 kortstondig hoofdstad van het Koninkrijk Holland. Een stad met zoveel historie, heeft ook veel mooie, authentieke plekjes.

“We beginnen op het drukste treinstation van Nederland, met onder de grond de grootste fietsenstalling ter wereld. Vanuit het station loop je Hoog Catharijne in, waar – zeker na de verbouwing – elke shopaholic zich kan uitleven. Stop even op de traverse over de singel. Als je naar links kijkt, heb je een fantastisch uitzicht op het gedeelte van de singel dat al hersteld is. Aan de andere kant van het oude centrum ligt RSM-kantoor Utrecht, aan diezelfde singel. De singel is vanaf 1122 gegraven als een verdedigingsgracht rond de stad; uit die tijd stamt ook de eerste stadsmuur waarvan recent een restant schuin tegenover ons kantoor is teruggevonden.

Vervolgens lopen we het Vreeburg op, waar je bij Manneke Pis de lekkerste friet van Utrecht kan eten. We gaan rechtsaf de Steenweg op en dan even later weer rechtsaf de Mariastraat in. Tussen Café het College en Café Boslust, is een hek. Daarachter ligt een hofje waar nog vijf arbeidershuisjes staan uit 1532. Utrecht heeft nog steeds een flink aantal van dit soort hofjes uit verschillende perioden. Ga bij Café Boslust zeker een kopje koffie of een gezellige borrel doen!

Door naar de Mariaplats met achter het Conservatorium het Pandhof Sinte Marie, een ontzettend mooie binnentuin. We slaan linksaf de Zadelstraat in, een onbekendere maar erg leuke winkelstraat. Rechts is Indiaas restaurant Taj Mahal gevestigd. Tip: reserveer direct een tafeltje bij dit zeer goede restaurant! Aan de linkerkant ligt Bakkerij Theo Blom, die authentieke Utrechtse lekkernijen verkoopt zoals Utrechtse Sprits, Spoorstaven en Dommetjes.



We steken de Oude Gracht over, dit is een van de weinige stukjes gracht zonder werven. De werven zijn ontstaan, nadat men in 1122 in Wijk bij Duurstede een dam in de Rijn plaatste waardoor het waterpeil in Utrecht daalde. Om schade voor de handel te voorkomen werd er een kanaal gegraven tussen de Vaartsche Rijn en de Hollandse IJssel, de huidige Oude Gracht, later aangevuld met een flink aantal andere grachten.

Vanaf 1275 is men begonnen de wallenkant van de grachten af te graven tot waterniveau en heeft men de kelders onder de huizen doorgetrokken tot op de ontstane werven. Hierdoor ontstond een hele grote binnenhaven, die nu op de Werelderfgoederenlijst van UNESCO staat.

Natuurlijk kun je er voor kiezen om de Dom te beklimmen, vanaf begin 2020 kun je ook met de lift naar boven. Maar wij wandelen verder langs de Oude Gracht met zijn leuke

winkels, restaurants en cafés. Koop een bosje bloemen voor een paar cent en geniet vooral van de sfeer. Bezoek zeker even Betsie's kookwinkel en boekhandel Broese, beide favorieten van mij. Mijn meest favoriete winkel is gevestigd in de Bakkerstraat, hoedenzaak Jos van Dijk. Een geweldig aanbod hoeden en petten!

Aan de andere kant van de Oude Gracht staat 'de puist van Utrecht' de Neudeflat, die zelfs na de recente verbouwing het aanzien niet waard is. Dit in tegenstelling tot het gebouw dat ervoor staat, het oude postkantoor op de Neude, met zijn waanzinnig mooie interieur en zijn hele fraaie buitenkant. Loop door de Drieharingstraat, met al zijn restaurants, terug naar het Vreeburg en mijn piepkleine rondje door deze geweldige stad is klaar!"





**PAUL JANMAAT VAN
BUITENPLAATS
VAESHARTELT,
TIEN MINUTEN VAN
MAASTRICHT**

“WE WILLEN MEER TOEVALLIGE ONTMOETINGEN STIMULEREN”

≡ HARRY VAN DAM @ HUGO THOMASSEN

Wat is een betere manier om een verhaal te schrijven over een hotel dan er zelf te gaan slapen? Dus namen we de proef op de som en reden we de avond voor de interviewafspraken naar Maastricht. Die stad is natuurlijk al erg de moeite van een bezoek waard, maar op nog geen tien autominuten van het centrum waan je je in een andere wereld. In een bos- en lommerrijke omgeving duikt al van verre een heuse kasteelpoort op. Daar begint een majestueuze oprijlaan, waar koetsen met paarden honderden jaren hebben gereden en die nu leidt naar een prachtig kasteelachtig gebouwencomplex: Buitenplaats Vaeshartelt. Een oase van rust, middenin een sprookjesachtig landschapspark.

Eenmaal binnen blijft de sfeer bijzonder, maar blijkt Vaeshartelt toch vooral een elgentijdse hotel-, congres- en evenementenlocatie te zijn. De ontvangst is professioneel en efficiënt, maar zeker ook vriendelijk en zorgvuldig. De kamer is ruim en goed geoutilleerd met als extra attractie het groene uitzicht. De stilte is weldadig en vandaar dat we de volgende ochtend goed uitgeslapen Paul Janmaat treffen, de directeur van Buitenplaats Vaeshartelt. Hij wist niet van onze overnachting en is benieuwd naar de ervaring. We kunnen hem geruststellen; we komen zeker een keer terug.

“Vanuit de lucht is het hier nog mooier”, begint Janmaat (56) trots. “Dan zie je de volle pracht van onze 23 hectaren. Het is hier een schitterende omgeving, zo vlak bij de stad en ook grenzend aan Beatrixhaven, het grootste industriegebied hier in de buurt.” Janmaat, geboren in Gouda maar al zo'n 35 jaar woonachtig in Zuid-Limburg, werd na een carrière in onder meer het internationaal hotelwezen

BUITENPLAATS VAESHARTELT, NET BUITEN MAASTRICHT, HEEFT EEN LANGE EN RIJKE TRADITIE. NU STAAT HET BIJZONDERE KASTEELHOTEL, ANNEX CONFERENTIE- EN EVENEMENTENLOCATIE, VOOR EEN NIEUWE STAP. DOOR EEN UPGRADE EN EEN VEELZIJDIGER AANBOD WORDT VAESHARTELT AANTREKKELIJKER GEMAAKT VOOR EEN NOG BREDER PUBLIEK.





“IK WAS DIRECT ONDER DE INDRUK VAN DE DYNAMIEK VAN RSM”

“Zo dichtbij het centrum van Maastricht en tevens een goede opening naar het heuvelland waar je heerlijk kunt wandelen. Daarmee scoren we gemiddeld boven de 9 en je weet dat onze bedrijfstak wordt bepaald door de waarderingen.”

TUSSENLAAG VERDWENEN

Maar hoe sterk Vaeshartelt ook scoort in locatie en sfeer, in de huidige markt red je het daar niet mee, legt Janmaat uit. “Punt is dat in het hotelwezen de afgelopen jaren een sterk onderscheid is ontstaan tussen de exclusieve bovenlaag en hotels die voor een breder publiek aantrekkelijk zijn. De tussenlaag die er altijd was, is zo goed als verdwenen.” Dat heeft vooral te maken met maatschappelijke ontwikkelingen. “Zowel de chirurg als de havenarbeider kiest tegenwoordig bewust voor een hotel en heeft daarvoor al dan niet veel geld over”, aldus Janmaat. “Ze maken gebruik van dezelfde accommodaties en eten hetzelfde. De maatschappelijke stempels zijn weg.”

PERCEPTIE AANPASSEN

Maar in de perceptie van de particuliere markt (driekwart van Janmaat’s gasten is particulier) is Buitenplaats Vaeshartelt exclusief en hoogdrempelig. “Dus proberen we die perceptie aan te passen”, vat de directeur het proces samen waarin Vaeshartelt zich nu bevindt. “We willen aantrekkelijker worden voor meer mensen, ervoor zorgen dat we een echte ontmoetingsplaats worden.” Ontmoetingen en dan vooral de toevallige, die vindt Janmaat belangrijk en die wil hij dan ook stimuleren. “Kijk”, zegt hij, “In een hotel slaap je echt niet beter dan thuis. Het gaat om de totale beleving. Gasten moeten terugkijken op een bezoek aan Maastricht, op een geslaagd etentje, op een wandeling door ons park en ontmoetingen met andere leuke mensen. De locatie helpt daarbij, maar de herinnering blijft over en bepaalt het al dan niet goede gevoel.”

GROTERE DOELGROEP

Met die gedachte in het achterhoofd investeert Vaeshartelt daarom stevig in de toekomst. “We gaan hier echt geen fastfoodtent of pretpark van maken”, benadrukt Janmaat, “Vaeshartelt behoudt zijn karakter, maar we willen het wel aantrekkelijker maken voor een grotere doelgroep.” De 84 kamers zijn al up-to-date en ook de vergaderzalen zijn kortgeleden grondig aangepakt, maar vanaf begin dit jaar is het horecadeel op de begane grond aan de beurt.

“Ik had het over ontmoetingen”, zegt de directeur van Vaeshartelt. “Nou, die gaan we in de nieuwe opzet sterk bevorderen en vergemakkelijken. We gaan er voor zorgen dat mensen op een beperkte oppervlakte veel keuzemogelijkheden hebben. Er komen lange tafels en vijf verschillende food & beverage locaties. Gasten moeten zich op elke plek thuis voelen en de plek en omgeving kunnen kiezen die hen op dat moment het beste past.” Kortom; de begane grond, toch het meest zichtbare deel van de accommodatie, krijgt een grondige opknapbeurt. Ze wordt transparanter en toegankelijker.

PARK IS VAN LEVENSBELANG

Ook het historische park rondom de hotel-, evenementen- en vergaderlocatie wordt aangepakt. “Dat park is natuurlijk van levensbelang voor ons, dus dat moet zeker in al zijn glorie blijven”, stelt Janmaat ons gerust. “Maar er staan bomen die inmiddels bijna tweehonderd jaar oud zijn en dat is voor de meeste wel zo ongeveer de levensduur. Dus die moeten worden vervangen. Maar dat gaan we met uiterste zorgvuldigheid doen.” En er wordt zelfs een bijna vergeten creatie van Petrus Regout weer tot leven gewekt. “Er was een monumentaal grand canal op het landgoed met tachtig fontein en die met stoommachines werden aangedreven, wat trouwens een enorme herrie gegeven moet hebben. In eigentijdse vorm wordt dat grand canal hersteld.” Janmaat benadrukt het belang van het nu doorpakken met het upgraden van zowel de accommodatie als het park. “Een nieuwe aanpak en plan voor de komende tientallen jaren is echt nodig, anders staat hier over tien jaar een Vinex-wijk en ben je een prachtig park kwijt.”

DYNAMIEK EN VASTBERADENHEID

Bij het uitzetten van de nieuwe koers en met name bij de financiële onderbouwing van de plannen tot upgradering zijn de mensen van RSM nauw betrokken geweest, vertelt Paul Janmaat. “Voor het realiseren van onze ideeën zijn natuurlijk stevige investeringen nodig”, aldus de directeur. “De professionals van RSM, onder wie mijn contactpersoon Remy Maes, hebben ons onder meer ondersteund in de contacten met de bank en dat is heel goed verlopen. Parallel daaraan hebben ze adviezen gegeven over de inrichting van nieuwe administratieve processen en ons begeleid bij de implementatie van onderdelen daarvan.”

Maes en zijn mensen verzorgen de jaarrekening en de belastingaangiften van Vaeshartelt, maar hielpen ook mee zaken op een rij te zetten, toen Paul Janmaat zijn plannen ontvouwde. “We zijn pas een kleine twee jaar cliënt bij RSM, maar ik was direct onder de indruk van de dynamiek en ook de vastberadenheid van Remy en zijn collega's”, herinnert Janmaat zich. “Ze fungeren als stok achter de deur en dwingen ons om in actie te komen. Ze doen de controle en analyse, maar ze zitten er ook lekker bovenop en dat helpt ons om plannen en ideeën te ontwikkelen tot daden in de praktijk.”

GEZICHTSHERKENNING

Janmaat blikt graag vooruit en verheugt zich op de toekomst van Buitenplaats Vaeshartelt. “Januari en februari staan in het teken van de verbouwing, waarbij alles trouwens gewoon doordraait. Je moet

daarna weer eens komen kijken, want het wordt echt prachtig”, weet hij zeker. Maar de directeur kijkt nog veel verder vooruit. “Er staan ons nog mooie ontwikkelingen te wachten”, zegt hij. “Interessant is bijvoorbeeld hoe je ontwikkelingen in de ICT kunt gebruiken ter versterking van je hospitality. Denk maar aan gezichtsherkenning, zodat je bij aankomst niet eerst naar de receptie hoeft om je sleutel op te halen en na een vermoeiende autorit van enkele uren ook niet de vraag hoeft beantwoorden 'of u een goede reis heeft gehad?', maar direct naar je kamer kunt doorlopen. Ik vind dat een geweldig perspectief”, aldus Janmaat. “Eerst moeten de grote ketens daarmee beginnen, maar op den duur krijgen wij dat ook.”

Paul Janmaat barst van de energie en de plannen en heeft ongelooflijk veel lol in zijn werk. “Natuurlijk is er de noodzaak om winst draaien, we zijn per slot van rekening een bedrijf. Maar dat ik dit mooie vak kan en mag uitoefenen en dan nog wel bij Buitenplaats Vaeshartelt, vind ik echt geweldig.”



LEZERSACTIE

Ontdek Buitenplaats Vaeshartelt dankzij een speciale RSM-korting!

- 1 overnachting in een tweepersoonskamer
- Heerlijk ontbijtbuffet
- Late check-out tot 13:00 uur
- Voucher glas bubbels met bitterballen voor 2 personen
- Gratis parkeergelegenheid
- Gratis WiFi
- Gratis wandelroute door het park

Speciaal voor lezers van het RSMagazine biedt Buitenplaats Vaeshartelt dit aan voor 45 euro per persoon, exclusief de toeristenbelasting en bijdrage cultureel erfgoed. Graag bij reservering aangeven dat het ‘Lezersactie RSMagazine’ betreft.

Op basis van beschikbaarheid en bij een verblijf op vrijdag/zaterdag geldt een toeslag van 25 euro per kamer per nacht.

Pleased to meet you

“EEN PRACHTIG VAK IN EEN TURBULENTE WERELD”



LAURA BLES-TEMME (47) GEEFT ALS PARTNER BELASTINGADVIES BIJ RSM LEIDING AAN DE FISCALE PRAKTIJK IN AMSTERDAM. ZIJ IS HEAD OF TAX, ALS PRACTICE LEADER VERANTWOORDELIJK VOOR DE BELASTINGADVIESTAK BINNEN RSM EN TREKKER VAN DE ADVIESGROEP FAMILIEBEDRIJVEN. NAAST HAAR WERK BIJ RSM ZAT ZE ACHT JAAR IN HET BESTUUR VAN DE NEDERLANDSE ORDE VAN BELASTINGADVISEURS. MET HAAR MAN (ONDERNEMER MET EEN ICT-BEDRIJF), TWEE SUPERMEIDEN SUZANNE (14) EN EVELINE (12) EN ERNSTIG MEERVOUDIG BEPERKTE ZOON THOMAS (8) WOONT ZIJ IN OUDERKERK AAN DE AMSTEL.

≡ VANESSA VAN ZALM 📷 SANDER NIEUWENHUYIS

“Onze kantoren zijn landelijk gezien met elkaar verweven, waardoor we kennis kunnen bundelen. Zodoende versterken we elkaar als specialisten en zetten we een sterk Bureau Vaktechniek neer.”
‘Naarmate haar carrière – sinds 1994 werkzaam bij RSM – vordert, merkt zij dat de focus steeds meer verschuift van puur vakinhoudelijk naar het zijn van een allround sparringpartner. “Minder met je neus in de boeken en meer in gesprek met cliënten.”

NYENRODE

Het in de markt zetten van de adviesgroep Familiebedrijven gebeurt in nauwe samenwerking met Nyenrode Business Universiteit. De vaktechnische overleggen voor de fiscalisten vinden daar plaats en met RSM-hoogleraar Familiebedrijven en Bedrijfsoverdracht Roberto Flören worden er rondetafelsessies georganiseerd. In het Nyenrode Private Wealth Management Programma doceert Laura over zaken rondom ouder-kind-bedrijfsopvolging, en verder heeft zij zitting in RSM’s Private Client Services, het internationale team voor advisering van familiebedrijven en vermogenden. “De adviesgroep Familiebedrijven is niet nieuw, maar voor het eerst zetten wij dit echt neer als ons specialisme en maken wij duidelijk dat wij een hele sterke adviseur zijn op dit terrein.”

GEZIN

Als haar werkdag erop zit, heeft ze tijd om van haar gezin te genieten. De dochters vinden het gezellig om met hun moeder te shoppen, maar ook voor huiswerk of hockeywedstrijden is Laura in de buurt. Zoon Thomas, ‘de leukste jongen ter wereld’, heeft vanaf zijn geboorte een zware hersenafwijking en had daardoor ernstige epilepsie. Na een bijzondere operatie is hij epilepsievrij en maakt hij kleine stapjes in zijn ontwikkeling. Zo kan het gezin tegenwoordig ook op de fiets op pad, met Thomas voor op de tandem. Laura: “Denk niet in wat niet kan, maar kijk naar de mogelijkheden. Niet alles lukt, maar je moet het zeker proberen. Een halfzijdig verlamd jongetje op ski’s zetten slaat natuurlijk nergens op, maar als hij dan schaterlachend wegschiet is dat echt te gek!”

INZET

Elke dag is te kort, maar wel goed besteed. Aan Stichting C-bilt, die een methode onder de aandacht brengt om taalbegrip te meten van kinderen die, zoals Thomas, niet kunnen spreken. Of aan Epilepsievereniging Nederland, waarvoor Laura vrijwilliger is. Maar ze is ook lid van de Rotary Club Amsterdam-Noord en organiseert collectes voor Handicap.nl in het dorp. “Als ik een verzoek krijg om me

in te zetten voor dit soort dingen dan zeg ik geen nee. Vaak zijn er ook projectjes die we met het hele gezin kunnen doen. Een voorbeeld is het schaatsevenement voor Stichting Syndroom van de Lach, waarvoor we net zo lang samen geoefend hebben totdat Thomas het op dubbele ijzertjes twee rondjes volhield. Dat zijn onze fijnste momenten, wanneer we met z’n vijven samen actief bezig zijn.”

FLEXIBILITEIT

Natuurlijk zijn er ook ‘uitdagingen’. “De combinatie werk en gezin was best heel ingewikkeld, zeker toen Thomas erg ziek was als gevolg van de hevige epilepsie. Flexibiliteit van onszelf, maar ook van onze collega’s, heeft ervoor gezorgd dat mijn man en ik toch altijd ons werk goed konden doen. Ik ben heel happy met hoe wij het als gezin fixen en ook hoe wij op kantoor steeds de professionaliseringsslagen maken die nodig zijn. Als belastingadviseurs hebben we een prachtig vak in een wereld die enorm in beweging is en dat levert een interessant krachtenveld op. Saai en rustig is het in elk geval nooit, ook niet na 25 jaar.”

TON FRANSOO REALISEERT LUXE HOTELS
VOOR UBM DEVELOPMENT NETHERLANDS BV

“DIT
IS EEN
BAAN UIT
DUIZENDEN”



“Ik kan altijd even
met RSM overleggen
als ik ergens niet
zeker van ben”

**UBM DEVELOPMENT NETHERLANDS BV ONTWIKKELT MOMENTEEL EEN GROOT
HOTEL AAN DE KNEUTERDIJK IN DEN HAAG. HET IS HET TWEEDE HOTEL VAN UBM IN
NEDERLAND, WAAR TON FRANSOO SINDS 2012 DE SCEPTER ZWAAIT. EIND 2020 MOET
HIER HET EERSTE NEDERLANDSE VOCO-HOTEL DE DEUREN OPENEN. MAAR VOOR DIE
TIJD IS ER NOG EEN HOOP WERK AAN DE WINKEL.**

≡ GWEN VAN LOON 📷 SANDER NIEUWENHUIJS

Op het kantoor van UBM aan het Noordeinde in Den Haag, een voormalig woonhuis dat grenst aan de tuin van het oude bankkantoor van ABN Amro in de Haagse binnenstad, is net een bouwoverleg afgerond. Iemand komt via de keuken met de bouwhelm nog op van de werkplaats. Er wordt hard gewerkt aan de voorbereidingen om het pand om te toveren tot een viersterren hotel voor InterContinental Hotels Group (IHG), één van de grootste hotelketens ter wereld, waar de Voco-hotels onder vallen: een nieuw merk in het hoge segment.

Het pand is inmiddels helemaal gestript: alle binnenwanden zijn verdwenen, niets herinnert er nog aan dat dit kolossale pand tot voor kort dienst deed als kantoor. De monumentale voorgevel uit de jaren '20 van de vorige eeuw en een overweldigend atrium maken het gebouw aan de Kneuterdijk een indrukwekkende locatie.

HISTORISCHE GEVEL

UBM wil alle originele historische elementen van de gevel behouden en die waar nodig dus zorgvuldig renoveren. Er komt alleen een extra luifel boven de ingang. Het interieur en

de meer dan 200 kamers en suites worden straks in dezelfde stijl vormgegeven. Vanaf februari zijn we aan de slag gegaan met de binnenwanden en het tegelwerk, vanaf september wordt het hotel ingericht. Het Voco-hotel dat dan eind 2020 zijn deuren opent, zal het eerste hotel van dit merk op het Europese vasteland zijn.

De Nederlandse vastgoedontwikkelaar valt onder UBM Hotels AG dat in Oostenrijk is gevestigd en daar beursgenoteerd is. Hiervoor realiseerde Fransoo voor UBM in Nederland het Hyatt Regency Amsterdam aan de Sarphatistraat in de hoofdstad, samen met Aedes Real Estate (ARE). Dat hotel is daarna volledig in handen gekomen van ARE.

PERSONEEL

Later volgde een vestiging voor Crowne Plaza aan de Zuidas. "Dat is het tweede eigen hotel in de Benelux waar ik verantwoordelijk voor ben", vertelt Fransoo. In totaal streeft UBM Hotels ernaar om zestien hotels in dit gebied te realiseren.

Het pand aan de Kneuterdijk blijft ook via een

sale-lease-back-constructie in handen van UBM. Een management agreement regelt de verhuur voor de komende 20-30 jaar aan IHG. "Alleen de general manager is straks in dienst bij IHG en je boekt ook een hotelkamer via hun reserveringssysteem, maar de rest van het personeel staat straks bij ons op de loonlijst. IHG neemt deel aan de omzet, de rest van de inkomsten is voor UBM Hotels, net als de huurpenningen die IHG betaalt." De omvang van het personeelsbestand varieert met de fase van de bouw.



“Ik heb haast, maar moet ook een beetje geduld hebben. Maar ik weet: uiteindelijk komt alles goed”



“We beginnen steeds met z'n tweeën, mijn assistent Marjolijn en ik”, licht Fransoo toe. “Gedurende de bouw raken er meer mensen betrokken en indien nodig komen die ook op de loonlijst te staan. Maar het loont natuurlijk niet om daar een financiële afdeling en personeelsadministratie voor op te tuigen. Vandaar dat RSM is belast met al onze financiële rompslomp en de afstemming doet met ons kantoor in Oostenrijk.” Daarnaast is RSM ook betrokken bij alle belastingvraagstukken die in Nederland spelen en verzorgt RSM de salarisadministratie.

DUITS

“RSM heeft het meeste contact met mijn Oostenrijkse collega's. De keuze voor RSM is gemaakt omdat veel medewerkers goed

Duits spreken. Zelf ben ik ook tevreden met de gang van zaken. Want ik kan altijd even met ze overleggen als ik ergens niet zeker van ben. En dat is prettig, want we zijn zo klein dat het voelt als je eigen bedrijf. Fijn als je dan goed contact hebt met je sparringpartner op financieel gebied. RSM zorgt ervoor dat ik weinig financiële zorgen heb en geeft adequaat antwoord op vragen die ik heb. Al moet ik er direct bij zeggen dat ik Jeroen Gerits, senior tax manager bij RSM in Heerlen, gelukkig niet al te vaak hoeft te bellen. Alles loopt perfect; met de professionals van RSM is het prettig samenwerken.” Dat UBM Netherlands BV aanvoelt als zijn eigen bedrijf, spreekt Fransoo enorm aan. “Dit is echt een baan uit duizenden: je hebt volledige vrijheid, maar je bent ook volledig verantwoordelijk voor het zoeken naar geschikte locaties. Ik zoek de objecten, koop ze aan, kijk wat er het best ontwikkeld kan worden en ben vervolgens ook nog bij alle stappen betrokken, tot het vinden van de geschikte huurder of het vinden van een koper.”

BEMOEIEN

“Vandaar dat ik tot nu toe één project per keer onder handen heb genomen. Al merk ik nu je meer ervaring hebt, je ook steeds beter op hoofdlijnen durft te sturen. Mijn ‘manco’ is soms dat ik te veel kennis heb: dan ligt het gevaar op de loer dat je je met alles wilt bemoeien. Alleen om die reden mis ik het dat ik niet universitair geschoold ben. Dan had ik waarschijnlijk eerder geleerd abstract te denken en had ik eerder ervaren dat ik me niet altijd met ieder detail hoefde te bemoeien.” Fransoo is momenteel zo'n vier uur per week – “ik werk er wel zestig”

– op zoek naar nieuwe mogelijkheden. “Ik ben de ogen en oren van UBM in Nederland en weet hoe de regels in Nederland zijn. Dat maakt het overzichtelijker om je te bewegen op de markt. In die markt moet je opboksen tegen hele grote vastgoedontwikkelaars. Als we in Nederland woningen zouden willen bouwen, zou ik ervaring op dat terrein willen binnenhalen, bijvoorbeeld door een samenwerking met een woningcoöperatie. Zo ver is het nu nog niet.”

SECUUR

“Ik dwing mezelf secuur te blijven. Bij die hotels gaan we een contract aan voor 20–30 jaar. Dat betekent dat je echt overtuigd moet zijn van de stap die je zet. Vandaar dat we alleen naar toplocaties kijken. Soms duurt het dan vier jaar voor je beet hebt, maar die ruimte heb ik: we hebben in Nederland niet de verantwoordelijkheid om voor 20 man brood op de plank te verdienen. Hoewel ik de lokale regels goed ken, is het nog steeds geen koud kunstje om de benodigde vergunningen rond te krijgen. Denk bijvoorbeeld aan de stikstofdiscussie die nu speelt: we hadden de vergunning voor het hotel op de Kneuterdijk net op tijd binnen. Nu zijn we nog in gesprek met de gemeente om toestemming te krijgen voor het laden en lossen en het parkeren van taxi's voor de ingang. Dat is nog geen gelopen race. Maar ik heb er vertrouwen in dat we dat voor elkaar krijgen. De gemeente heeft immers ingestemd met een nieuwe bestemming. Zonder die goedkeuring is het onmogelijk om hier een hotel te runnen. Ik heb haast, maar moet ook een beetje geduld hebben. Maar ik weet: uiteindelijk komt alles goed.”

Opinie

BOEIEN & BINDEN

≡ CORA VAN DIJK @ MARJOLEIN ANSINK

De strijd om Young Professionals is flink losgebarsten op de arbeidsmarkt. Organisaties staan daardoor voor een interessante afweging: meegaan in die trend of blijven kiezen voor ervaring? Steeds vaker, zeker na de economisch mindere jaren die achter ons liggen, gooit men het op de kosten: 'Jong talent is goedkoper, that's it.' Alsof je kiest voor het goedkoopste pakje boter. Young Professionals hebben zoveel in hun mars, dat je ze daar écht te kort mee doet.

Het is namelijk oprecht heel leuk om een grote groep Young Professionals in de organisatie te hebben rondlopen. Dat zorgt voor een fantastische dynamiek. Een dynamiek die tot stand komt dankzij de wisselwerking tussen jong talent en collega's met jaren ervaring. Als die verhouding goed in balans is, dan kun je daar als werkgever heerlijke vruchten van plukken!

Die vruchten worden onder andere zoet doordat een Young Professional niet handelt vanuit vaste patronen, maar juist in staat is om out-of-the-box te denken.

Toch ben je er nog niet met het aantrekken van jong talent. Hoe zorg je er vervolgens voor dat je die talentvolle medewerker zo lang mogelijk binnen je organisatie houdt?

Wat ik merk in onze dagelijkse praktijk, is dat het helpt om Young Professionals te blijven prikkelen door ze uitdagende vraagstukken voor te schotelen, gepaste verantwoordelijkheden te geven en hierbij meer dan ooit plezier centraal te stellen. Echter, een eenvoudige manier die voor iedereen werkt, bestaat niet. Het blijft mensenwerk. Wel zijn er een aantal zaken – zoals cultuur, arbeidsvoorwaarden, scholing en extra voorzieningen – waardoor een organisatie de motivatie van hun (jonge) medewerkers kan verhogen.

Als werkgever moet je er dus iets voor over hebben: je moet Young Professionals zien te binden én te boeien! Dat brengt mij ook op mijn tip voor u: treed vooral (vaker) buiten de gebaande paden met behulp van jonge, enthousiaste collega's. Jongeren hebben de toekomst, uw organisatie toch ook?

De dialoog

MARIO VAN DEN BROEK EN KOEN DEKKER VAN RSM INTERNATIONAL SERVICES:

"PERSOONLIJKE BENADERING IS ONZE TOEGEVOEGDE WAARDE"

International Services, de afdeling die zich bij RSM in Nederland dagelijks bezighoudt met het grensoverschrijdend zakendoen, is de afgelopen jaren sterk gegroeid. Steeds meer bedrijven, vooral uit het mkb, ervaren de meerwaarde van RSM. Ze profiteren uiteraard van het wereldwijde netwerk, maar vooral van de kennis, kunde en directe betrokkenheid van de internationale specialisten van RSM, benadrukken Koen Dekker en Mario van den Broek. Ze leggen graag uit wat ze voor ondernemers die een internationale strategie overwegen of al aan het uitvoeren zijn, kunnen betekenen.

≡ HARRY VAN DAM @ ERIK VAN DER BURGT

Wat is de belangrijkste reden voor een bedrijf om internationaal zaken te gaan doen?

Mario van den Broek: "Dat is vaak de ambitie om de eigen afzetmarkt uit te breiden. De meeste van onze klanten die internationaal gaan opereren, doen dat vanwege het groeiperspectief. Over de grens gaan betekent ook veel meer dan alleen producten of diensten in het buitenland verkopen. Als je afzetmarkt internationaal groeit, moet je ook je organisatie laten groeien. Uit ervaring weten wij dat een juiste groeistrategie een hele opgave is en dat lukt niet iedereen. Maar wij ondersteunen ze graag om de juiste keuzes te maken."

Koen Dekker: "Voor deze ondernemers geldt, dat ze 'kansen zien' en hun ambities willen verwezenlijken. Dan kan de Nederlandse markt te klein zijn. Dus gaan ze over de grens en dan ligt het voor de hand te beginnen in landen als Duitsland en België."

Waar liggen de meeste kansen voor bedrijven die de grens over willen?

Mario: "De Europese markt is natuurlijk dichtbij, maar de Verenigde Staten zijn ook aantrekkelijk. Dat lijkt ver weg, maar de ondernemerscultuur

daar lijkt veel op die van ons. Ik heb voor RSM drie jaar in New York gewerkt en kwam in Amerika ook veel mkb-bedrijven tegen. Met dezelfde hands-on approach als hier, een benadering die ons ook erg aanspreekt."

Koen: "Het is belangrijk om je als Nederlandse mkb'er goed en tijdig voor te bereiden, zeker als je in de Verenigde Staten aan de slag gaat. De fiscale regels zijn er bijvoorbeeld anders dan bij ons. De business moet, is onze overtuiging, altijd leidend zijn in de overweging naar het buitenland te gaan, maar de fiscale en juridische verplichtingen mogen daarbij niet uit het oog worden verloren. Als je achteraf moet constateren dat je aan bepaalde formaliteiten niet hebt voldaan, kan dat met eventuele boetes en rente aardig in de papieren gaan lopen en de lol behoorlijk bederven."

Welke fouten of valkuilen liggen op de loer als ondernemers verder willen kijken dan Nederland?

Koen: "We komen bedrijven tegen die ons inschakelen als ze al een poosje bezig zijn met zich voor te bereiden op een internationale stap. Ze hebben, denken ze nogal eens, zelf voldoende research gedaan, maar blijken dan kleine, maar

belangrijke details te zijn vergeten. Zoals het gegeven dat je in een land belastingplichtig kan worden, ook als je voor een beperkte periode lokaal actief bent. En ook voor internetverkoop geldt, dat je boven een bepaalde grens lokale btw moet afdragen. Daarover hebben die bedrijven soms helemaal niet nagedacht. Gelukkig zitten wij dagelijks in die materie en kunnen we als International Services adviseren, bijpraten en bijsturen."

Mario: "Ja, de wetten en regels verschillen natuurlijk per land. Uiteraard is het belangrijk om zoveel mogelijk te anticiperen, maar wij zien natuurlijk ook dat ondernemers zich vooral laten leiden door kansen die zich voordoen. Dan helpt het om regelmatig in contact te blijven met ons als adviseurs. Dat is de rol die wij graag spelen, die van sparringpartner en vraagbaak."

Hoe helpen jullie als International Services ondernemers bij hun entree in een vaak onbekende wereld?

Koen: "Het belangrijkste advies dat ik kan geven is: betrek ons zo vroeg mogelijk bij de plannen.

Wij hebben de kennis, ervaring en ook de mensen om ondernemers die over de grens willen vanaf het begin te adviseren en te begeleiden. Wil iemand naar pakweg Frankrijk of Spanje, dan kennen we daar de RSM-collega's, zijn we op de hoogte van de relevante wet- en regelgeving en kunnen we op die manier een brug naar het buitenland zijn en concrete handvatten aanreiken."

Mario: "Maar we kunnen ook toegevoegde waarde bieden door te helpen om de internationale strategie verder uit te werken en te ondersteunen met business intelligence. Zo helpen wij ondernemers ook regelmatig met het in kaart brengen van specifieke afzetmarkten, proactief dus. Neem nu de Brexit. Hoe dat de komende jaren precies gaat lopen, weten we niet. Maar we hebben al meerdere scenario's ontwikkeld, waarmee wij onze klanten een richting kunnen bieden om adequaat op de marktontwikkelingen te reageren. Samen bouwen we dan aan een geschikt

businessmodel. Dat samen optrekken, daarin voelen Koen en ik ons helemaal thuis."

RSM onderscheidt zich in de markt door de persoonlijke benadering. Is die bij internationaal zakendoen nog wel vol te houden?

Mario: "Onze betrokkenheid is echt groot. We kennen onze klanten persoonlijk, hebben vaak – en soms zelfs dagelijks – contact en kennen ook hun bedrijven. We lopen nog weleens bij ze binnen. Niet om direct zaken te doen, maar om voeling te houden. Die contacten opbouwen en onderhouden is een belangrijk en ook leuk deel van ons werk. We steken daar veel tijd in, net als in het uitbouwen van ons internationaal netwerk."

Koen: "We zitten kort op de klant, kennen zijn of haar wensen en mogelijkheden en kunnen daardoor snel schakelen. Die persoonlijke benadering hoort sterk bij RSM, ook internationaal. Onze kracht is dat we op lokaal niveau onze contacten hebben, maar ook beschikken over kennis en contacten tot in het verre buitenland. En we lopen natuurlijk al een poosje mee, hè."

Jullie praten bevlogen over jullie werkzaamheden. Maar waaruit halen jullie nu echt het plezier en de voldoening?

Koen: "Dit vak is altijd dynamisch. Als je bij International Services zit, heb je vaak te maken met een omgeving van verandering en moet je je ook aangetrokken voelen tot avontuur. En het is natuurlijk erg bevredigend als een klant zegt: ik heb jouw scenario gevolgd en het is hartstikke goed gegaan."

Mario: "Ik vind het een geweldig vak, waarin ik dagelijks veel plezier heb. Toen ik twaalf jaar geleden bij RSM begon, was ik de enige die fulltime internationaal actief was. Nu zijn veertig, vijftig collega's dagelijks met zaken over de grens bezig samen met onze buitenlandse collega's in meer dan honderd landen over de hele wereld. Dat zegt genoeg over het belang van ons werk en geeft veel voldoening."



MIKEL POW:
“IN MIJN ZOEKTOCHT NAAR
KWALITEIT BEDENK IK STEEDS
NIEUWE CONCEPTEN”



≡ VANESSA VAN ZALM @ FRANS STROUS



NICE TO MEAT IS VLEESIMPORTEUR EN TOPLEVERANCIER AAN STERRENHOTELS EN –RESTAURANTS. VAN KLEINE AMBACHTELIJKE SLAGERIJ GROEIDE HET BEDRIJF UIT TOT EEN VAN DE GROOTSTE ZELFSTANDIGE IFS–GECERTIFICEERDE HORECASLAGERIJEN VAN NEDERLAND, DAT BEHALVE NEDERLAND OOK HEEL EUROPA BEDIENT. OM TE KUNNEN BLIJVEN GROEIEN VERHUISDE HET BEDRIJF IN 2013 VAN AMSTERDAM NAAR ALMERE–POORT. MEAT IS ART IS HET MOTTO, HET LEVEREN VAN DE ALLERBESTE KWALITEIT HUN VOORTDURENDE MISSIE.

BEST MANAGED COMPANY

Aan het hoofd van Nice to Meat staat Mikel Pouw, samen met broer Patrick Pouw en operationeel directeur Fred de Blanken. Al driemaal riep Deloitte/ING hen uit tot Best Managed Company (in 2016, 2018 en 2019), waarbij op belangrijke onderwerpen zoals strategie, beleidsvorming, duurzaamheid en innovatie wordt beoordeeld. De BMC–jury noemt het bedrijf ambitieus, professioneel geleid en een organisatie dat met een financieel gezonde blik naar de toekomst kijkt. “Zo’n prijs houdt ons als organisatie een spiegel voor”, zegt Mikel Pouw. “Je ziet waarop je goed scoort, maar ook waar er nog iets te leren valt. Kwaliteit heeft in onze bedrijfsvoering altijd topprioriteit. En daarmee bedoel ik niet alleen de producten, maar de totale organisatie moet op niveau zijn. Vaktechniek, voedselveiligheid, verpakking, labeling, logistiek, alles. Maar dat geldt ook voor de sfeer; ik vind het ontzettend belangrijk dat mijn medewerkers – inmiddels ruim tachtig – met plezier naar hun werk komen en dat uitstralen.”

KWALITEIT

Het bedrijf heeft een geschiedenis van meer dan 125 jaar. In 1994 kwam het in handen van de familie Pouw. Daarvoor behoorde het toe

aan de familie De Bruin, die de huidige basis van kwaliteit en succes al hadden gelegd, aldus Mikel. Hij zelf nam op 22-jarige leeftijd zijn vaders slagerswinkel over. “In die tijd was goedkoop vlees in grote hoeveelheden in trek. Maar aan een koe zit behalve gewone biefstuk ook mooie kogelbiefstuk en daar had ik geen klanten voor. Dus sneed ik het aan het einde van de dag door het gewone vlees heen. Een slecht idee, want zodra ik dat een keer niet deed begon men te klagen. Ik leerde heel snel dat voor een tevreden klantenkring de kwaliteit van je product constant moet zijn.” Voor de kogelbiefstukken zocht hij vanaf toen afnemers in de exclusieve horecabranche.

QUALITY LABELS

Omdat verschillende chef–koks vanuit verschillende oogpunten inkopen, bedacht Mikel Pouw het Quality Label Concept: een onderverdeling van het assortiment in de categorieën Classic, Select en Gold, dat de vaktechnische bewerking van het vlees zichtbaar maakt. “Met het Classic Label concurreren we met iedereen mee. Een gedegen product, waarbij door sterk geautomatiseerde snij- en verpakkingstechnieken het kostenpatroon laag gehouden wordt. Bij het Select Label draait het om handwerk én maatwerk en kan het



verse vlees naar ieders wens verpakt en van informatie voorzien worden. Met het Gold Label zijn wij echter het meest onderscheidend. Hiermee zijn wij bekend geworden, vooral bij de culinaire top." De broers waren de eersten die het keizerlijke Wagyu-vlees naar Europa haalden, eerst nog uit Noord-Amerika, later uit Australië en sinds 2014 uit Japan zelf. En nog altijd doet Nice to Meat zaken met de leveranciers van het eerste uur. Vlees uit de Gold-categorie is bij voorkeur afkomstig van dier- en milieuvriendelijke boeren en een Gold Label-leverancier gaat exclusief met Nice to Meat in zee.

NICE TO MEAT INTERNATIONAL

Het avontuur met het Wagyu-vlees legde direct ook kansen bloot voor een eigen importorganisatie: Nice to Meat International, gerund door Patrick Pouw. Mikel: "Wat begon met twee Wagyu-koeien uit de Verenigde Staten en een container vlees uit Uruguay groeide uit tot een volwaardige import/exportonderneming die naar 23 landen gaat. Nice to Meat International is ondergebracht in ons Nice to Meat-pand in Almere, waarbij we streven naar zoveel mogelijk synergie en samenwerking – te denken valt aan warehousing, orderverwerkingen, boekhouding en kwaliteitsdienst." De ontwikkeling van Nice to Meat en Nice to Meat International kon uitsluitend tot stand komen dankzij

de onstuitbare inzet van vader Pouw. Twee jaar na de overname voegde hij zich bij het bedrijf van zijn zoon en nam belangrijke taken als productie en logistiek van hem over. De zekerheid dat hun vader beter dan wie ook op de winkel lette, gaf Mikel en Patrick de ruimte om zorgvuldig marktonderzoek te doen, de kwaliteitslabels uit te denken en tijdens internationale reizen de juiste lokale leveranciers te benaderen.

BUZZ

Een aantal maal in je loopbaan moet je als ondernemer een zekere buzz om je bedrijf heen creëren, waardoor je gaat groeien, vindt hij. Als voorbeeld noemt Pouw de strategische overname in 2008 van slagersvakhandel Piet van den Berg. Tot die tijd had Nice to Meat bekendheid verworven met Gold Label-hits als Creekstone Black Angus Beef uit Amerika, Aussie Angus Beef, Nieuw-Zeelands Ocean Beef en het Wagyu-vlees uit Japan. "Stuk voor stuk prachtige vleesproducten, maar wel allemaal import, terwijl de trend van vandaag onmiskenbaar ook regionaal gericht is. Piet van den Berg echter heeft met zijn Maas-Rijn-IJsselrunderen hoog Nederlands kwaliteitsvlees op de menukaart gezet. Hij had indrukwekkende connecties, is een uitmuntend vakman en past geweldig binnen ons

opleidingsprogramma van vakmensen. Vaak is na zo'n overname de oud-eigenaar binnen twee jaar vertrokken, maar Piet heeft nog tien jaar bij Nice to Meat gewerkt." Een recentere buzz is de ondersteuning van start-up Sparc Kitchen. De eigenaar van de start-up, Pablo Buwalda, ontwikkelt en produceert hippe vegan-producten op basis van sociaal ondernemerschap. Mikel Pouw: "Op dit moment is plantaardig vlees hot topic en die boot wilde ik niet missen. Wij streven immers naar een zo compleet mogelijk assortiment. Sparc Kitchen is bovendien fors aan het groeien en wij kunnen hen bijstaan met advies over investeringen of distributie."

GROEI

Toen Nice to Meat in 2013 verhuisde, ontstonden er mogelijkheden voor verbetering en uitbreiding van bepaalde terreinen. De kwaliteit van vlees en vaktechniek viel niet meer te overtreffen, maar op duurzaamheid en voedselveiligheid waren ze wel wat achter gebleven. En dus werd in Almere-Poort de huidige hypermoderne slagerij – met ruim drieduizend vierkante meter aan productie- en distributieruimte, twaalf meter hoge koel- en vriesfaciliteiten en bij binnenkomst een demorestaurant en showruimte – zo ontworpen dat onder andere dikkere wanden, een warmwaterwisselaar en energiezuinige bussen nu aanzienlijke energiebesparingen opleveren.

Pouw: "Wat betreft voedselveiligheid gaat het om een aantal kritische normen waaraan voldaan moet zijn en om de traceerbaarheid van je producten, grondstoffen en materialen. Het is het speerpunt van het NVWA van dit moment. Wij hadden al een keurige HACCP-certificering en EG-erkenning, maar praat je over kansen bij grote Europese ondernemingen dan moet je echt naar een BRC- of IFS-certificaat. En dus hebben we onze personeelsleden laten trainen, een kwaliteitsmanager aangenomen en zitten er nu drie mensen op de kwaliteitsdienst. Wij hebben hierin enorme stappen gemaakt. Het is een investering, ja, maar dit is zo'n zet waarmee je je bedrijf kwalitatief borgt en waardoor je dus altijd toekomst blijft houden."

“IK LEES IN DIT MAGAZINE VERHALEN VAN ONDERNEMERS MET WIE IK ME KAN VEREENZELVIGEN. DAT ZEGT MIJ DAT IK BIJ RSM OP DE JUISTE PLEK BEN.”

FINANCIEEL ADVIES

Mikel Pouw is al zo'n twintig jaar klant bij RSM en hij vindt de samenwerking buitengewoon prettig. "Wat mij in het bijzonder zo bevalt, is dat RSM altijd thuis gaf, ook in precare situaties zoals een fraudegeval dat we helaas ooit aan de hand hadden. Als klein Amsterdamse slagersbedrijfje zaten we al bij hun voormalige administratieafdeling Brouwer & Oudhof; inmiddels zijn wij een middelgrote klant bij RSM. Minimaal twee keer per jaar krijg ik een team van accountants over de vloer, maar ik bel ook zelf met Jan Kees van der Leek of Timo Laan als ik vragen heb voor de zaak of privé. Ze weten exact wat Nice to Meat doet en die klantgerichtheid is voor mij heel belangrijk. Ook bij de planning voor financiering van het nieuwe pand kwam RSM met steeds gedegen adviezen." Hij lacht: "Met al hun verschillende specialismes binnen één groep hebben zij zelf eigenlijk ook een beetje een Classic-, Select- en Gold-labelsysteem."

UITDAGENDE TOEKOMST

Voor de toekomst is de slagersvakman niet bang, ook al komt de reputatie van vlees de laatste jaren steeds vaker in opspraak. "Dat is meteen onze grootste uitdaging. Mensen eisen kwaliteit en dat is terecht. En wij maken dan ook een duidelijke keuze door enorm te investeren in kwaliteitscontrole. De consumptie van vlees staat onder druk en er bestaat veel discussie op dit moment, maar als er over 125 jaar nog vlees wordt gegeten, dan is Nice to Meat het bedrijf waar je dat wil kopen. Misschien eet de consument straks vanwege een groeiend bewustzijn over milieu en dierenwelzijn veel minder vlees, dat past echter prima binnen ons kwaliteitsprincipe: minder veel en minder vaak, maar wel afkomstig van een dier met een betere kwaliteit van leven en daardoor een product van een betere kwaliteit."

TROTS

"Slagers zijn in het verleden vergeten om uitleg te geven over vlees, om een trots verhaal te vertellen bij hun product. Kijk naar de wijnindustrie; hoe uitbundig men daar kan doen over een glaasje rode wijn. Dat hoeft bij vlees niet anders te zijn. Van welk ras is de koe? Waar komt hij vandaan? Op welke grond heeft hij gelopen en wat heeft-ie gegeten? Allemaal zaken die de kwaliteit van het vlees bepalen en er bovendien toe bijdragen dat de consument meer aandacht heeft voor wat hij eet. We moeten vlees meer als een delicatessen gaan beschouwen in plaats van enkel als bron van proteïne. Want vlees is vooral ook lekker!"





Fungeert als adviseur, denkt als ondernemer

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.

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 Holding N.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.