

DRIEBERGEN ACCOUNTANTS:

BETROKKEN, PROACTIEF EN HELEMAAL VAN DEZE TIJD

Driehonderdzeventig accountantskantoren en negenhonderd vestigingen die het stempel dragen van SRA-kantoor. Daarmee verbinden ze zich aan de kwaliteitsstandaard die SRA stelt. Van eenheidsworst is geen sprake, want elk kantoor kent zijn eigen identiteit. In deze rubriek maken we kennis met de verschillende kleuren van het SRA-palet. Deze keer Driebergen Accountants uit Rijnsburg.

Wie Rijnsburg zegt, denkt natuurlijk meteen aan de bloemenvelding. En dan is het nog maar een kleine stap naar Driebergen Accountants, want de sierteelt – productie en handel – is van oudsher een van de sectoren waarin het kantoor actief is. Ze kennen deze branche en de spelers door en door, vertellen Diana en haar tweelingbroer Wim Driebergen. Hoe dat is gegroeid? Dan moeten we om te beginnen maar eens een flink eind terug in de tijd. Naar 1968 om precies te zijn. Natuurlijk, Heintje Davids werd toen tachtig, maar dat was niet de enige mijlpaal. In de zomer was daar ook de Wet op de omzetbelasting 1968. Ondernemers kregen er met een btw-aangifte een administratieve verplichting bij. Reden voor de vader van Diana en Wim om daar iets mee te doen voor ondernemers in en rond Rijnsburg. Diana: “Hij is in 1970 een administratiekantoor gestart en tegelijkertijd volgde hij in de avonduren de studie Federatie Belastingadviseur, tegenwoordig RB. In 1985 is hij met onze oudere broer een maatschap aangegaan. Wim werkt hier sinds 1990 en is in 1994 registeraccountant geworden.”

‘ERFELIJK BELAST’

Hoewel het kantoor in de familie is gebleven, was dat geen uitgemaakte zaak, vervolgt Wim. “Onze broer is twaalf jaar geleden gestopt, want de accountantswereld met alle regels paste niet meer zo goed bij hem. En onze zus is dominee geworden.” Ook Diana had een hele andere carrière voor ogen: zij werd chemisch laborante en werkte drie jaar op het lab bij Akzo Nobel. “Maar daarna ben ik alsnog economie gaan studeren en sinds 2009 ben ik registeraccountant.” Dan toch die spreekwoordelijke papepel? Niet helemaal, vindt Diana. Maar, zegt ze lachend: “We zijn wel erfelijk belast, want onze ouders hebben elkaar leren kennen op een boekhoudcursus.”

FRIS, SCHERP, HELDER

Twee jaar geleden heeft het MT (naast Diana en Wim bestaat dit uit Peter de Boer en Lysia van Delft) de strategie aangepast, met een focus op de branches Fresh & Food, Bouw & Vastgoed, B2B-dienstverlening en Not for Profit (van kerken en begraafplaatsen tot studentenverenigingen). Daarnaast kwam er de pay-off ‘fris | scherp | helder’. Wim: “Driebergen Accountants is een fris kantoor. Dat wil zeggen: helemaal van deze tijd. Daarom hebben we de stofkam door al onze communicatie met klanten gehaald en oubollig taalgebruik afgeschaft. We willen begrijpelijk en helder communiceren. Daarnaast zijn we uiteraard scherp op cijfers en regels. Professioneel kritisch dus.”

“Met de nieuwe strategie geven we de roep om een advieskantoor te zijn echt handen en voeten”, vervolgt Wim. “Dat levert een leuker klantcontact, een intensievere binding en meer betrokkenheid op. In de kern zijn we dienstverlener.” Juist in de coronatijd heeft het kantoor dit goed ingevuld, vindt hij. Zo waren ondernemers in de sierteelt in paniek, want de handel draaide door en de afzet in binnen- en buitenland viel weg. “Daarom zijn wij tijdens de crisis, met inachtneming van alle regels, continu op kantoor aanwezig geweest. Dat vind ik de kern van dienstverlening: dat je er bent als het nodig is. Aanspreekbaar, benaderbaar en persoonlijk. Het maakt dat je over het algemeen geen hele formele relaties hebt met je klanten. Dat wil niet zeggen dat we onze rol niet pakken als dat nodig is. We kunnen kritisch zijn, benoemen wat er niet goed is, maar de toon is informeel, eigentijds en we staan dicht bij de klant.”

TROTS

Gevraagd naar waar zij het meest trots op zijn, blijven Diana en Wim eventjes stil. Niet omdat zij niet trots zijn, integendeel, maar omdat bescheidenheid hen gewoon

“

We kunnen kritisch zijn, benoemen wat er niet goed is.

”

beter past. Eenmaal op stoom vertelt Wim enthousiast over hoe ze kortgeleden een sierteeltbedrijf dat net buiten de regio is gevestigd hebben binnengehaald als nieuwe controleklant. "Dit bedrijf was bij ons uitgekomen op aanbeveling van een andere klant. Ze hadden met ons erbij drie kantoren gevraagd om een offerte uit te brengen, want ze waren niet zo tevreden over de dienstverlening van hun toenmalige accountant. De andere twee partijen offereerden lager dan wij, maar wel met het uitgangspunt dat alles bij dat bedrijf spic en span zou zijn. Maar dat laatste was niet het geval, hadden ze al laten weten."

Driebergen Accountants schreef als enige een offerte met realistische uitgangspunten en daarbij ook een uitgewerkt meerjarig perspectief. "Daarmee hadden we onze pay-off 'helder' goed ingevuld. We zaten met onze ureninschatting heel dicht in de buurt van het aantal dat de toenmalige accountant van het bedrijf normaal gesproken aan de controle besteedde. We waren dus proactief, realistisch en helder in onze offerte en dat heeft gewerkt. Ik ben trots op het feit dat we geoffereerd hebben in lijn met de uitgangspunten waarvoor we willen staan, ook al waren we duurder."

PERFECTE MIX

"Ik ben daarnaast heel trots op ons team", vult Diana aan. "We hebben in totaal 34 medewerkers. Meer dan de helft is al meer dan tien jaar bij ons, de langstzittende zelfs 41 jaar. Daarnaast hebben we een groep jonge mensen die zonder opleiding in het vak bij ons zijn gekomen. Twee van hen hadden bijvoorbeeld een horecaopleiding, een ander had hbo Communicatie gedaan. Maar ze zijn gedreven, hebben affiniteit met cijfers en bewust voor onze branche en ons kantoor gekozen."

Hun vakopleiding krijgen deze 'jonge honden' in-house. Dat betekent dat Driebergen Accountants in het begin veel investeert. "We willen mensen kansen geven, ook als ze niet precies weten wat debet en credit is. Het maakt dat we een mooie mix hebben van nieuw elan en oudgedienden, van ervaring en nieuwe impulsen." ■



DIANA EN WIM DRIEBERGEN

We hebben de stofkam door al onze communicatie met klanten gehaald en oubollig taalgebruik afgeschaft. ”

