

Mens in bedrijf

RELATIEMAGAZINE VAN ALFA ACCOUNTANTS EN ADVISEURS

GeoFort

Van oud fort tot
modern science center

Succes Nederlandse ondernemers

Hong Kong hunkert naar
Hollandse kaas

Spaaracties en retail

Het geheim achter
geslaagde spaaracties

Inhoud



4

Hollandse kaas in China

Kaas verkopen in China. Met dubbele groeicijfers nog wel. In China is 'onze' Hollandse kaas een delicatessen. Nick Pauli (Kaas.nl) en Dirk Jasper (Barnyard) zijn er nog net geen Bekende Nederlanders door geworden in China. "De kaas is niet aan te slepen."



8

Fascinatie voor een geit

Maar liefst 250.000 bezoekers per jaar trekt geitenboerderij Ridammerhoeve in het Amsterdamse Bos. Maar er is veel meer te zien dan alleen maar geiten. Koop een leeg eierdoosje in de winkel en je krijgt de sleutel van het kippenhok mee. "Ga maar rapen!"



12

Actie in de winkel

Frank van Hecke is gespecialiseerd in spaarpromoties voor retailformules. Over de aantrekkingskracht van een theedoek.



14

Zes jaar dromen van GeoFort

Een oud fort transformeren tot een modern science center voor cartografie en navigatie: met die droom begonnen Willemijn Simon van Leeuwen en Bart Bennis aan een vervolgverhaal in heel veel delen. Eind goed, al goed. GeoFort is een heel bijzondere belevenis.

COLOFON

Uitgever: Raad van Bestuur Alfa
Hoofdredacteur: Fou-Khan Tsang
Eindredacteur: Annemiek Pelle
Redactie: Jan Luyendijk, Hoek van Holland
Drs. Annemarie Oord, Diepenheim

Vormgeving: Vormbizz, Delft
Fotografie: Kees Stuij, Nieuwerkerk aan den IJssel
Druk: Drukkerij Noordhoek B.V., Aalsmeer
Redactieadres: Alfa Accountants en Adviseurs
Postbus 12, 6700 AA Wageningen
telefoon 088 2531000

Mens in bedrijf wordt zeer zorgvuldig samengesteld. Bij de samenstelling van de uitgave kan Alfa geen aansprakelijkheid aanvaarden voor eventuele onjuistheden of onvolledigheden. Overnemen en vermenigvuldigen van de inhoud van Mens in bedrijf is toegestaan met bronvermelding.

Mens in bedrijf is een uitgave van Alfa Accountants en Adviseurs.
Wilt u Mens in bedrijf niet meer ontvangen? Stuur dan een e-mail naar communicatie@alfa.nl.

EDITORIAL



De crisis is niet de schuld van ondernemers

Een paar weken geleden mocht ik spreken voor klanten en relaties van Alfa en de Rabobank in Fryslan. De titel van mijn presentatie was 'De crisis voorbij'. U snapt: de titel alleen al was direct aanleiding tot een zeer levendige discussie. Wilde ik soms beweren dat de crisis voorbij is? Of was ik in de titel het vraagteken

vergeten? Nee, de crisis is niet voorbij. Maar ik ben persoonlijk wel verschrikkelijk klaar met het doemdenken.

Je kunt immers geen krant openslaan of de depressiviteit slaat je als een klamme doek in het gezicht. En ook het weer - het moet toch even gezegd worden - werkte de afgelopen maanden natuurlijk niet bepaald mee aan een vrolijk, opgeruimd humeur. Maar laten we wel wezen: de crisis waarin we ons nu bevinden, is geen crisis die aangestoken is door ondernemers. Nee, de schuld voor deze crisis moet in een heel andere hoek gezocht worden; die van roekeloze bankiers en van slome politici. Waarschijnlijk evenmin uw favoriete doelgroep.

Maar ondertussen zitten we er mooi mee! Wat dan een uiterst probaat middel is, is het gesprek aangaan met enthousiaste ondernemers. Mensen met visie, capaciteiten, doorzettingsvermogen, durf en humor. Stralende ogen als je met hen in gesprek bent over hun onderneming en hun (soms wilde) plannen. Daar kun je je weer aan optrekken! Op zo'n verhaal trakteren wij u in deze Mens in bedrijf. Het is het verhaal van twee Hollandse jongens die gewoon de nuchtere beslissing namen om onze kaas te gaan verkopen in China. Een land zonder zuivelcultuur, met een andere taal, andere gewoonten, andere smaak. En weet u, de Chinezen vinden onze kaas niet alleen lekker, ze tellen er zonder blikken of blozen ook nog eens omgerekend € 40,00 per kilo voor neer. Kaas is er geen basisproduct, maar een exclusief hapje. Met als resultaat: dubbele groeicijfers en een driedubbele glimlach! Inmiddels droomt The Dutch Cheese and More over 200 kaaswinkels in China binnen vijf jaar.

Zo'n succesverhaal is natuurlijk niet voor iedere ondernemer weggelegd. Dat hoeft ook niet. Als u met enige vrijheid kunt ondernemen, de zaken financieel onder controle heeft en ook de kleine succesjes weet te waarderen, dan smelt dat crisisgevoel langzaam weg. Bij een definitief doorbrekende lentezon.

Fou-Khan Tsang
Voorzitter Raad van Bestuur Alfa Accountants en Adviseurs

7 Uw bedrijf meer waard

Plannen om uw bedrijf te verkopen? Er zijn manieren om de waarde van uw bedrijf te verhogen. Tips van Alfa Fusies en Overnames voordat die ene koper zich aandient.

10 Kort nieuws

DGA-pensioen, Marge-Monitor Melkveehouderij, Cijfers die Spreken, verlaagd BTW-tarief, Ride for the Roses

17 Ondernemersvraag

Wat regel je in een vof-contract als je van een eenmanszaak overstapt naar een samenwerkingsverband?

18 Klant versus adviseur

Gerrit-Jan en Marlies Garritsen werken al acht jaar lang samen met directeur Evelien Schuurman van Alfa Zelhem. Slijtage krijgt geen kans.



INTERVIEW

Nick Pauli (Kaas.nl)
en Dirk Jasper
(Barnyard)



Het is iets waar elke ondernemer van droomt. De ontdekking van een gat in de markt, dat dan ook nog eens alleen maar groter lijkt te worden. Voor Nick Pauli en Dirk Jasper wordt die droom realiteit, met dubbele groei-cijfers. Een optimistisch verhaal over hoe twee Hollandse jongens het toch maar even voor elkaar boksen om onze oer-Hollandse kaas succesvol te introduceren in China. Zij laten de Chinezen in Hong Kong hunkeren naar onze Hollandse kaas.

Dirk Jasper en Nick Pauli



Hong Kong hunkert naar **Hollandse kaas!**

Dirk Jasper (directeur van marketing-bedrijf Barnyard): "Ik kom zelf al een jaar of twaalf voor zakelijke doeleinden in China. Als je daar regelmatig komt, begin je op een gegeven moment wel de westerse dingen te missen, zoals het gewone broodje kaas. Ik kende Nick Pauli (voormalig commercieel directeur Friesland Campina) en ik heb hem vijf jaar geleden al gezegd: "Moeten wij geen kaas gaan verkopen in China?" Waarop Nick toen antwoordde: "Dat gaan die Chinezen niet zomaar doen. Zij pakken echt geen vacuüm verpakt stuk kaas mee uit de supermarkt. Zij willen eerst proeven wat ze eten." Maar het idee liet beiden niet los... In de aanpak is heel bewust gekozen om de formule helemaal te koppelen aan Nederland. De naam lag voor de hand: 'The Dutch Cheese and More.'

STARTEN IN HONG KONG

Dirk Jasper: "Als je een merk wilt bouwen in China, moet je starten in Hong Kong. Elk initiatief waarmee je begint buiten Hong Kong, is gedoemd te mislukken. Hong Kong is een stukje westerse wereld waar de Chinezen gek op zijn. Als een product daar geaccepteerd en gewaardeerd wordt, volgt ook de acceptatie door het 'achterland'. Chinezen vinden het heel belangrijk dat voeding puur is. Producten met een stuk historie, een authentiek verhaal, worden daarom extra gewaardeerd. Om die reden doet onze Nederlandse kaas het ook zo goed met haar historie van honderden jaren. De Chinezen willen je product kunnen zien, voelen, ruiken en proeven. De ambachtelijke en professionele wijze waarop kaas gemaakt wordt, spreekt bij hen ook tot de verbeelding. Daarnaast is het bijzonder verstandig om je product door Chinese ondernemers te laten verkopen. Zij weten precies hoe ze andere Chinezen ervan kunnen overtuigen om jouw product te proberen c.q. aan te schaffen."

FORMULE

Nick Pauli: "We steken een authentiek verhaal in een modern jasje. Onze kaaswinkels zien er daarom luxe, hip en modern uit, een beetje à la Starbucks. Met als doelgroep de hard groeiende Chinese middenklasse. En dan hebben we het dus niet alleen over kaas die we willen verkopen als beleg, maar over kausblokjes als een exclusief hapje. Kaas is en blijft daarbij ons belangrijkste anker, maar we zien ook ruimte voor complementaire producten, zoals wijn, broodjes en kaasschaven. Vandaar de naam 'The Dutch Cheese and More'. We doen dus alles onder dit merk." Waarop Dirk Jasper aanvult: "We rollen dit uit in de vorm van een franchiseformule, waarbij we er strak op toezien dat er in de winkels geen traditionele elementen insluipen in de vorm van Frau Antjes of molentjes! Chinezen hechten erg aan een helder gepositioneerd en onderhouden merk. Daarentegen hebben Chinese franchisenemers natuurlijk puur ondernemersbloed. Als je er niet scherp

op toeziet, proberen ze er van alles naast te verkopen." Nick Pauli vervolgt: "We hebben er wel bewust voor gekozen om het concept - afgezien van de financiële component - zo laagdrempelig mogelijk in te steken. Dat betekent dat we de kaas niet achter, maar vóór de toonbank snijden en dat we geen 300 verschillende soorten kaas verkopen. Daarom zijn we gestart met een beperkt, overzichtelijk assortiment. Wat dan het beste werkt, is Chinezen een plankje aan te reiken met blokjes verschillende soorten kaas, zodat zij gemakkelijk kunnen uitproberen welke smaak hun het beste bevalt."

DE LEKKERSTE KAAS

Dirk Jasper: "Wij hadden in eerste instantie verwacht dat Chinezen vooral de jonge, zachte kaas het lekkerst zouden vinden, maar wij zaten daar met onze aanname helemaal naast. Zij prefereren vooral de kazen met de meer uitgesproken smaak. Dan moet je dus denken aan rookkaas, oude kaas, groene pestokaas, geiten-





Foto: Rob Acket



Foto: Rob Acket



“ We hebben nu elf verschillende soorten kaas en zeven verschillende soorten wijn. ”

kaas en chilikaas. Franse kaas, bijvoorbeeld brie of camembert, vinden ze vele malen minder appetijtelijk. Daar hangt toch dat beeld van die extra schimmels en bacteriën aan. Nederlandse kaas heeft dan een veel cleaner imago. Als je een Chinees bijvoorbeeld brie wilt laten eten, dan haalt hij eerst de korst eraf en blijft alleen een stukje smeerkaas over. Ander feit is dat in Franse kaas veel meer lactose zit dan in Nederlandse kaas. En aangezien het overgrote deel van de Chinese bevolking in meerdere of mindere mate last heeft van lactose-intolerantie, is dat geen pluspunt. In Nederlandse kaas zit nauwelijks lactose.” Dirk Jasper, grinnikend: “Als ze zo’n heel wiel Nederlandse kaas naar binnen zitten te werken, krijgen ze er wel last van. Maar dat zouden wij ook hebben.”

ASSORTIMENT

Nick Pauli: “We hebben nu elf verschillende soorten kaas en zeven verschillende soorten wijn. Dat is op dit moment genoeg. Zoals gezegd, gaan we daar in de toekomst nog wel wat artikelen aan toevoegen. Qua prijs is de kaas in China een stuk duurder dan in Nederland. Voor een gemiddeld stuk kaas betaalt de Chinees omgerekend zo’n € 40,00 de kilo. We merkten echter dat de Chinezen de bijbehorende wijnen in onze winkel te goedkoop vonden in verhouding tot de prijs van de kazen. Als reactie daarop hebben we de prijs van de wijn verhoogd, waardoor de wijnverkoop aanmerkelijk aantrok. Overigens: we hebben er hierbij weer bewust voor

gekozen om wijnen uit Zuid-Afrika te gebruiken onder het label van The Dutch Cheese and More. De link naar Nederland is met die Zuid-Afrikaanse wijn weer gemakkelijk uit te leggen, waardoor je dat stukje historie en authenticiteit er gelijk weer bij kunt betrekken.” Dirk Jasper: “Hong Kong heeft overigens geen historie met wijn, maar maakt hier nu wel een inhaalslag. De belangstelling voor wijn is inmiddels zo groot geworden dat de wijnmarkt daar per jaar met 60-70% groeit. Het zijn dan weer niet de nieuwe wijnen die gretig aftrek vinden, maar juist de traditionele wijnen zoals Bordeaux. Dus weer een product met een sterke historie, een eigen verhaal. Een derde van de totale productie van flessen Bordeaux vindt inmiddels al zijn weg naar China. Kortom, als je in Hong Kong ergens een container met wijn neerzet, is-ie weg.”

AANPAK MARKETING

Nick Pauli: “We hebben geen grote reclame-campagnes gevoerd, maar we hebben wel onze eigen social media-experts ingezet om de inwoners van Hong Kong warm te krijgen voor een bezoek aan onze winkels. Als gevolg daarvan kwam er zoveel publiciteit los! Het leek wel of iedereen in Hong Kong wist dat onze zaak openging. Uiteindelijk werden we benaderd voor allerlei interviews op de Chinese televisie. Onlangs werden we gebeld door Maria Cordero uit Macau. Die naam zegt u hoogstwaarschijnlijk niets, maar zij is onder de bijnaam Fei Ma een soort Chinese Oprah Winfrey, en daarnaast zangeres, actrice en

chef-kok. Zij benaderde ons voor haar kook-programma op tv. Uiteindelijk stond zij in haar uitzending een kwartier lang bij ons in de zaak om uitleg te geven over onze kaas: “Als je deze kaas eet, krijg je daar heel sterke botten van. En je wordt ook heel lang, want de Nederlandse mensen zijn ook heel lang. Daarbij heel plastisch uitbeeldend hoe je zo’n blokje Nederlandse kaas door je mond moet laten rollen.”

UITROL NAAR HET ACHTERLAND

De tweede winkel van The Dutch Cheese and More is gesitueerd op een meer decentrale plek, in de badplaats Sai Kung, richting miljoenenstad Shenzhen. Die laatste stad is eigenlijk de poort naar het ‘achterland’ van China en op die manier strategisch van belang. Het pand dat beide heren hier naar lang zoeken vonden (er is geen Chinees Funda.nl), laat zich het best omschrijven als een mooi Amsterdams grachtenpandje aan zee. Deze tweede winkel loopt nog beter dan hun winkel aan Queen’s Road Central, hoofdstraat in Hong Kong. Nick Pauli: “Als je eenmaal in Shenzhen zit, ben je ook in China. Van daaruit willen we The Dutch Cheese and More als een olievlek geleidelijk uitrollen. We starten in de grote steden met een of meer flagship stores, die vervolgens een aanzuigende werking hebben op potentiële lokale franchisenemers. Op die manier rollen we de landkaart verder uit. Als het goed is, betekent dat over vijf jaar een keten van 200 winkels.”

FINANCIEEL

Hoe verhoogt u de waarde van uw onderneming?

“Het is crisis, dus niet het goede moment om mijn onderneming te verkopen”, die opmerking van ondernemers komen we veel tegen binnen ons vakgebied, zegt Wilco Dokman, adviseur bij Alfa Fusies en Overnames. “Natuurlijk kunnen ondernemers niet alle factoren beïnvloeden waar hun onderneming mee te maken krijgt. Maar er zijn ook zaken waar ondernemers wel mee aan de slag kunnen om de waarde van hun bedrijf te verhogen.” Dokman geeft drie eenvoudige tips waar u gebruik van kunt maken. Al is de praktijk vaak weerbarstiger.

TIP 1

DENK NIET IN WINST MAAR IN GELDSTROMEN

De waarde van een onderneming kan simpelweg worden verhoogd door:

- óf een grotere geldstroom te genereren (dat betekent een verhoging van de structurele verdien capaciteit van de onderneming);
- óf door het risicoprofiel van het bedrijf te verlagen.

Een geldstroom is iets heel anders dan de winst van een bedrijf. Winst is een boekhoudkundig begrip en in veel gevallen staat de boekhoudkundige winst ver af van de daadwerkelijke inkomende netto geldstroom.

In de praktijk:

Stel, u heeft een bedrijf dat snel groeit, met goede winsten, maar uw werkkapitaalbehoefte stijgt nog harder. Of uw bedrijf maakt een bescheiden winst, maar u moet aanzienlijk investeren om die winst vast te houden. Op papier wordt dan weliswaar geld verdiend, maar dat is niet terug te zien op de bankrekening. Dat zijn goede voorbeelden van een verschil tussen (boekhoudkundige) winst en geldstromen. Denk dus niet in winst, maar juist in geldstromen om de waarde van uw onderneming te verhogen.

TIP 2

HOUD DE KENNIS OVER UW ONDERNEMING NIET ALLEEN VOOR UZELF!

Het is soms lastig om zaken aan anderen over te laten. Als ondernemer pakt u in de praktijk vaak ook liever de zaken zelf op, dan dat u ze delegeert aan een ander. Alhoewel dat verleidelijk is gezien de tijdswinst op dat moment, is dat met het oog op de langere termijn minder verstandig. Een onderneming stagneert idealiter niet als een ondernemer even uit de running is. Om dat te waarborgen moeten er meerdere personen op de hoogte zijn van de lopende zaken. Alle kennis onderbrengen bij één persoon maakt de onderneming erg kwetsbaar! Verdeel de regie in uw bedrijf daarom over meerdere belangrijke personen. Die strategie loont ook in verkoopsituaties.

In de praktijk:

Stel, de DGA is het enige aanspreekpunt voor alle belangrijke klanten. De met klanten gemaakte afspraken zijn matig geadm-nistreerd en zij zijn daardoor voor de overige medewerkers moeilijk na te gaan. Een mogelijk gevolg daarvan is dat een potentiële koper sterke twijfels krijgt over het aanblijven van de huidige klanten na het moment van bedrijfsoverdracht. Het is daardoor niet ondenkbaar dat hij zijn perceptie van de waarde van de onderneming naar beneden bijstelt.

TIP 3

WORD MINDER AFHANKELIJK VAN UW BANK

Als u uw interne organisatie strak beheert, kunt u veel sneller inspelen op veranderingen in de markt. Op dit moment lijkt het alsof iedereen zijn facturen lastig kan betalen. Maar moet het daarom zo zijn dat uw uitgaande facturen ook veel later worden betaald? Zorg ervoor dat u hier bovenop zit! Een kortere debiteurentermijn en een kleinere voorraad schelen direct in uw kredietruimte bij de bank. Spreid ook uw kansen ten aanzien van de leveranciers waarmee u werkt. Als u afhankelijk bent van één leverancier, dan kan dit een risico vormen.

In de praktijk:

Een onderneming koopt bij slechts één leverancier in en maakt daarmee ieder jaar naar tevredenheid nieuwe mondelinge afspraken. De onderneming heeft dan ook geen directe behoefte om met andere partijen in zee te gaan. Hierdoor ontstaat helaas wel een grote afhankelijkheid. Een mogelijk gevolg is dat een koper niet goed kan inschatten hoe deze leveranciersrelatie zich in de toekomst zal gaan ontwikkelen. Daarom zal hij mogelijk een lagere bieding doen. Of hij ziet dit als een te groot risico en ziet af van een overname. Leg de mondelinge afspraken in ieder geval schriftelijk vast. Bent u benieuwd naar de wijze waarop de waarde van uw onderneming kan worden verhoogd? Voor meer informatie neemt u contact op met één van de adviseurs van Alfa Fusies en Overnames.

INTERVIEW

Willem Dam en Corine Riteco

De geitenboerderij

FORMULE

"We begonnen met een koffiemachine. Toen gingen we zelf ijs maken. En zo is het steeds verder uitgebouwd."

PRAKTIJKLESSEN VOOR SCHOLEN

"We hebben een vast programma om kinderen bezig te houden. Anders komen er dertig kinderen en is de boerderij na afloop niet meer zoals het was."

AMSTERDAMSE KINDEREN

"Voor veel kinderen uit Amsterdam is dit de eerste kennismaking met de natuur. En anders zijn het wel hun ouders die voor het eerst een levende geit zien."

LAMSKOTELETJES

"Hebben ze net een geit geknuffeld, liggen er in de winkel lamskoteletjes! Ja, dat is wel eens confronterend."

GEITENMELK

"Wist je dat geitenmelk tien keer lichter verteerbaar is dan koemelk?"

ZONNEPANELEN

"Bezoekers hebben we laten mee-financieren. Ze kregen twintig procent rendement. In natura!"

DROOM

"Ja, ik denk wel dat we onze droom hebben gerealiseerd. Er zijn weinig dingen die geen succes zijn geworden."

Er zijn weinig boerderijen waar per jaar een kwart miljoen bezoekers over de vloer komen. Maar de Ridammerhoeve in Amstelveen, in het Amsterdamse Bos, is ook geen gewone boerderij. Ieder kind in Amsterdam kent de hoeve beter als 'de geitenboerderij'. Een boerderij met ruim honderd geiten, kippen, koeien, varkens, een eigen moestuin, een restaurant, een winkel en op zaterdag een boerenmarkt. En wie een leeg doosje eieren koopt, krijgt de sleutel mee van het kippenhok. "De eitjes mag je hier zelf rapen!"

Een biologisch-dynamisch uitstapje tussen 120 geiten



In de winkel zijn zuivelproducten uit eigen keuken te koop. Bezoekers kopen er een leeg eierdoosje en krijgen de sleutel mee van het kippenhok. "De eitjes mag je hier zelf rapen. Het levert niets méér op, maar kinderen vinden het hartstikke leuk. En zo leren ze meteen waar ons voedsel vandaan komt. Kinderen uit Amsterdam hebben dat wel nodig", lacht ze.

OP DINSDAG VRIJ

Op zaterdag is er een boerenmarkt. Met biologische kruiden, groenten en fruit, biologisch brood, maar ook zeep van geitenmelk. Er zijn arrangementen voor kinderfeestjes, high-teas en workshops, bedrijven kunnen er vergaderen. En dan is de Ridammerhoeve ook nog eens officieel 'zorgboerderij', om mensen met een beperking een zinvolle vrijetijdsbesteding te geven. Corine: "Ja, natuurlijk is het druk. Het werk gaat zeven dagen per week door. Sinds een paar jaar hebben we op dinsdag beiden vrij, dan regelt iemand anders voor ons de boerderij." Per jaar komen er 250.000 bezoekers. Die komen vooral uit de regio Amsterdam.

MITSUBISHI OUTLANDER MET ELEKTROMOTOR

Ook Alfa helpt mee op de boerderij. "Het hele kantoor is in april zelfs langs geweest", lacht Corine. "Die accountant is wel heel belangrijk voor ons, al vanaf het begin. En ook nu nog: we hebben regelmatig contact met Maarten Dekker van kantoor Heerhugowaard. Elk kwartaal krijgen we een overzicht om te zien hoe we ervoor staan. We investeren nog flink, dus bekijkt hij voor ons of we het wel kunnen doen uit eigen middelen. Maarten attendeert je ook op heel andere zaken. Hij tipte ons dat er een nieuwe Mitsubishi Outlander uitkomt, een combinatie van een benzine- en elektromotor. We hebben voor de zaak een grotere auto nodig, maar zo'n auto past beter bij een biologisch-dynamische boerderij."



"Kinderen vinden het contact met de geiten fantastisch."

Het idee voor de geitenboerderij begint 25 jaar terug. Willem Dam heeft een paar jaar ontwikkelingswerk achter de rug in landen als Pakistan en Zambia, Corine Riteco werkt bij een IT-bedrijf in Nijmegen. "Ik wilde wel weer terug naar Noord-Holland, iets voor onszelf beginnen. We komen allebei uit Heemskerk. We hadden al het idee van een boerderij, vergelijkbaar met deze. Waarom geiten? Geiten zijn heel speelse dieren. Lammetjes spreken tot de verbeelding. Maar een boerderij met geiten is financieel niet rond te krijgen, daar trapt geen bank in." Corine en Willem schreven een aantal gemeenten aan. Amsterdam reageerde meteen: de stad zag wel iets in het plan om een biologisch-dynamische boerderij te beginnen in het Amsterdamse Bos. Voor Corine en Willem zou het een 'open' boerderij moeten worden, waar bezoekers konden meekijken. Dicht bij de stad gevestigd, zodat producten van de boerderij zonder tussenhandel konden worden verkocht.

DELICATESSE

De basis van de bedrijfsvoering is de biologisch-dynamische aanpak. Al vanaf de start eind jaren tachtig, toen die alleen nog in geitenwollensokkenkringen bekend was. "Willem was er al mee vertrouwd vanuit zijn agrarische achtergrond. Voor ons is er geen andere manier van werken denkbaar. In de beginjaren waren producten van de geit ook nog niet zo vertrouwd als nu. Het is nu een delicatessen, maar toen kende niemand het."

SLEUTEL VAN HET KIPPENHOK

De geiten kregen uitbreiding van kippen, later kon een stuk land waar bizon van Artis op graasden in gebruik worden genomen voor een paar koeien. Willem doet de bedrijfsvoering in de stallen en op het land, Corine is van de planning en organisatie. En te organiseren valt er genoeg. Scholen komen er langs voor praktijklessen. Ze helpen mee met melken en mogen - 'hé, het is lekker!' - verse geitenmelk proeven.

BEDRIJFSVOERING

INITIATIEF ALFA EN MELKVEE.NL

Marge-Monitor Melkveehouderij gelanceerd

Hoge voerprijzen in combinatie met schommelende melkrijzen zetten de marges - en daarmee de liquiditeit - van melkveebedrijven onder druk. Onder zulke omstandigheden vindt elke Nederlandse melkveehouder het extra belangrijk om te weten hoe hij er financieel voor staat. Alfa en Melkvee.nl hebben hiervoor samen een praktisch instrument ontwikkeld: de Marge-Monitor Melkveehouderij.

De Marge-Monitor laat aan de hand van een eenvoudig dashboard zien of het gemiddelde Nederlandse melkveebedrijf kan voldoen aan zijn verplichtingen. De cijfers zijn gebaseerd op het bedrijfsanalysesysteem van Alfa. Deze worden vervolgens aangevuld met actuele externe data over melk-, voer- en veeprijzen. De monitor maakt duidelijk of het gemiddelde melkveebedrijf aan zijn verplichtingen kan voldoen. De wijzer van de Marge-Monitor

wijst naar de liquiditeitsmarge in euro's per 100 kg melk. Blijft de wijzer steken binnen de groene zone, dan wijst dat op een liquiditeitsoverschot. Kruipt de wijzer meer in het rood, dan wordt de situatie penibeler. Een plan van aanpak (liquiditeitsprognose) is dan nodig om te beoordelen of bedrijfsprocessen geoptimaliseerd kunnen worden of op bepaalde kostenposten bezuinigd kan worden, met als doel meer marge te creëren.



ALGEMEEN

Cijfers die Spreken Melkveehouderij

Een melkveehouder is geen accountant of adviseur. Dat weten we allemaal. Toch zijn er wel overeenkomsten: zo moeten beide partijen heel goed kunnen rekenen.

Alleen melkveehouders die het cijferwerk goed in de vingers hebben, slagen er in deze tijd in om hun hoofd boven water te houden. Alfa helpt u daar graag bij. En dat doen we onder meer met de kersverse editie van *Cijfers die Spreken Melkveehouderij* die begin deze maand bij u op de mat valt.

Wat kunt u van deze nieuwe editie verwachten? We bespreken onder meer de mogelijke komst van een systeem van dierrechten. Want waar moet u op rekenen - en vooral ook



waarméé moet u rekenen - als dierrechten daadwerkelijk worden gelanceerd als alternatief voor het melkquotum? Ander onderwerp in deze editie: vernieuwing! Stel, u wilt investeren in een innovatief stalconcept. Het idee is goed, de uitvoering komt ook voor elkaar, maar... wat is nu eigenlijk de kostprijs van die vernieuwing? En hoe

pakken de consequenties van deze kosten straks uit voor de opbouw van uw melkprijs? Dat zijn serieuze rekensommen. Gelukkig is het boerenbestaan niet alleen maar een bestaan van calculeren. Passie voor het vak speelt nog steeds een rol. Dat proeft u ook duidelijk in dit nieuwe nummer.

ALGEMEEN

Aanmelden nieuwsbrief

Alfa informeert u graag over belangrijk nieuws uit uw branche. En over fiscale zaken die uw bedrijf direct raken. Daarom verzenden wij twee maandelijks elektronische nieuwsbrieven: de 'Nieuwsbrief agrarisch' en de 'Nieuwsbrief MKB'. Woorden die daarbij horen zijn: kort maar krachtig, agrarisch nieuws en MKB-nieuws dat er toe doet, heldere taal, geschreven door Alfa-mensen die uw branche en bedrijf snappen. Wilt u deze nieuwsbrief c.q. nieuwsbrieven ook gratis ontvangen? Meld u dan aan op www.alfa.nl, via de button 'Aanmelden nieuwsbrief' aan de linkerkant van de homepage.

PENSIOENEN

Crisis raakt ook DGA-pensioenen

Vanaf 1 januari 2014 moeten alle pensioenregelingen binnen de nieuwe pensioenregels passen. Dat geldt ook voor de pensioenregelingen die de DGA met zijn eigen BV heeft gesloten. DGA's zullen daarom hun pensioenbrief nog dit jaar aan de nieuwe regels moeten aanpassen. Maar dat is lang niet het enige.

Heeft u als DGA gekozen voor volledig eigen beheer zonder pensioenverzekeringen? In dat geval heeft u (deels) geen garantie op levenslange pensioenuitkeringen. Die uitkeringen moeten vanaf uw pensioendatum uit de bezittingen van uw BV komen. Maar die bezittingen worden nu juist aangetast door de crisis, en dat maakt uw DGA-pensioen onzeker. De Belastingdienst zal er op haar beurt streng op toezien of u de pensioenafspraken met de BV wel naleeft. Aan de andere kant is er begin dit jaar wel een mogelijkheid gekomen om het DGA-pensioen (in zeer schrijnende gevallen)

vanaf de ingangsdatum af te stempelen. Kortom, er is werk aan de winkel. Dat betekent dat u als DGA zult moeten nadenken over de aanpassing van uw pensioenbrief aan de nieuwe wettelijke regels. Ook zult u uw huidige pensioenregeling nog eens tegen het licht moeten houden met het oog op de betaalbaarheid ervan. Fiscale optimalisatie van uw pensioenregeling, en wellicht een aanvullend stukje financiële planning, kunt u dan gelijk meenemen in uw actieplan. Alle klanten van Alfa worden hiervoor persoonlijk benaderd.

FISCAAL

Verbouw uw woning voordelig tegen 6% BTW

Goed nieuws voor wie zijn woning (deels) wil laten verbouwen! Het BTW-tarief van 21 procent op de arbeidskosten van verbouwingskosten aan een woning is vanaf 1 maart jl. verlaagd naar 6 procent. Voorwaarde is dat de verbouwing voor 1 maart 2014 is opgeleverd. Kortom, als u toch al zat te denken aan die zonnige serre of een mooie nieuwe badkamer, wacht dan niet te lang.

Aannemers, klusbedrijven en soortgelijke ondernemers die (onderdelen van) de renovatie- en herstelwerkzaamheden uitvoeren, mogen in de bedoelde periode het 6-procenttarief

hanteren. De opdrachtgever hoeft geen particulier te zijn, maar mag bijvoorbeeld ook een woningcorporatie zijn die opdracht geeft voor renovatie- of herstelwerkzaamheden in of aan woningen tegen 6 procent BTW. Dit verlaagde BTW-tarief is van toepassing op alle arbeidskosten van renovaties- en herstelwerkzaamheden die in en aan een woning worden verricht, onder voorwaarde dat de woning langer dan 2 jaar in gebruik is. Nieuwbouwwoningen vallen dus niet onder deze regeling. Het aanleggen en onderhouden van tuinen valt ook onder de verlaging. Maar voor materiaalkosten geldt dit voordelige lage BTW-tarief helaas niet. De maatregel is een onderdeel van het woningmarktakkoord.

ALGEMEEN



8 september Ride for the Roses Ede!

Op 8 september 2013 wordt het startschot gelost voor alweer de 16^e editie van de Ride for the Roses. Zolang er nog zoveel mensen direct slachtoffer worden van kanker, of mensen uit hun vrienden- of familiekring hierdoor moeten missen, wordt deze 'wielertaditie' gekoesterd.

Vorig jaar werd de Ride georganiseerd vanuit Naaldwijk. En wát een succesvolle dag werd dit! De behaalde recordopbrengst op 9 september 2012 tarte alle verwachtingen. In totaal fietste het complete peloton op die dag maar liefst een bedrag van 2,1 miljoen euro bij elkaar. Die eendrachtige prestatie laat weer eens zien hoe sterk een waardevol doel mensen kan motiveren tot extra acties en prestaties. 9 september 2012 werd hiermee opnieuw een indrukwekkende dag; het blijft voor elke fietser een persoonlijk statement tegen kanker. Alfa ondersteunt de Ride vanuit een warm, betrokken gevoel. Om die reden stapten wij vorig jaar samen met onze klanten en relaties (in totaal 750 personen) op de fiets om een flink aantal kilometers bij elkaar te trappen. Bent u dit jaar ook (weer) van de partij?

De opbrengst van de Ride for the Roses is gekoppeld aan de jaarlijkse Koningin Wilhelmina Onderzoeksprijs (KWO-prijs) van KWF Kankerbestrijding.



Fiets mee voor het goede doel: www.alfa.nl/ridefortheroses

INTERVIEW

Frank van Hecke

Salo Household Company

Supermarkten en andere winkel-formules grijpen in deze tijd elk middel aan om klanten aan zich te binden. Frank van Hecke weet er alles van. Zijn bedrijf Salo Household Company helpt met acties op de winkelvloer. Ook pas gespaard voor een paar Lock & Lock vershouddozen bij uw supermarkt? Precies, die kwamen uit zijn koker. "Het is geen toeval dat er in deze recessietijd meer spaaracties dan ooit lopen."



“ Het is een passie van me geworden: hoe verleid je een klant om uitgerekend bij die ene winkel zijn boodschappen te gaan doen en om hem net iets meer te laten besteden dan hij van plan was? ”



Supermarkten zetten vol in op spaaracties voor klanten



“**W**at wij doen, heet met een mooi woord een 'loyaliteitsprogramma'. Maar je mag het ook gewoon een spaarpromotie noemen”, begint Frank van Hecke. “We koppelen winkel-formules, zoals supermarkten en bouwmarkten, aan spaarconcepten en producten. Aan kwaliteitsproducten, liever gezegd. Onze klanten hebben globale wensen en wij bedenken daar een passend concept bij. Veel A-merken zijn tegenwoordig in voor een promotie met een winkelbedrijf. We werken voor benzinemaatschappijen, supermarkten zoals Albert Heijn, Poiesz, Boni, Coop en Jan Linders en dhz-ketens als Gamma. Een mooi voorbeeld is een promotie met een servies van VT Wonen bij Boni supermarkten.” Voordat Frank van Hecke startte met Salo Household Company, had hij al veel ervaring opgedaan met loyaliteitsprogramma's. “Ik heb

wel een marketingachtergrond, maar dit is toch heel specifiek. Het is een passie van me geworden: hoe verleid je een klant om uitgerekend bij die ene winkel zijn boodschappen te gaan doen en om hem net iets meer te laten besteden dan hij van plan was?”

DRIE WEKEN GEEN KLANTEN

Want die klanten, die komen niet langer meer vanzelf, weet Frank als geen ander. “Hou op. Ik sprak pas iemand met een zonweringsbedrijf. Die had al drie weken lang geen klant meer over de vloer gehad. Dat geeft een beetje aan hoe het er in de retail aan toe gaat. Een supermarkt móet elke dag zoveel mogelijk klanten over de vloer krijgen. Dat kun je effectief beïnvloeden met zo'n spaarpromotie. Die werkten vroeger en die werken nu nog steeds. Maar dan moet alles wel kloppen.”

ACTIEMECHANISME TELT OOK

Is elke promotie een succes? Frank, eerlijk: “Je krijgt er gaandeweg veel ervaring in. Maar het is niet alleen maar mijn creativiteit die bepaalt of een promotie slaagt. Het actiemechanisme telt voor een heel belangrijk deel ook mee. Het doorsparen dus. Ik adviseer klanten altijd: bied de artikelen waarvoor mensen kunnen sparen wel met een duidelijk voordeel aan, bijvoorbeeld vijftig procent korting of zelfs gratis. De winst komt wel. Die zit in het feit dat consumenten meer en vaker zullen besteden. Het is geen toeval dat het recessie-tijd is en er meer spaaracties dan ooit lopen.” Op tafel liggen een paar voorbeelden uit eigen keukens. Het VT Wonen servies, maar ook bouwsteentjes, pannen, keukens- en theedoeken. Een deel van het 'bedrijfsgeheim' is dat weg te geven producten een groot praktisch nut moeten hebben, constateren we met een

vershouddoos en een theedoek in onze handen. Frank: “Iemand zal misschien concluderen: dat is wel een beetje platte promotie, zo'n theedoek. Daarom moet die theedoek meer zijn dan alleen maar een theedoek. Wij stemmen het assortiment en de kleuren af op het seizoen en de nieuwste trends. Ook sourcen we continu nieuwe unieke producten en concepten voor onze klanten. Leuke communicatie erbij op de winkelvloer en je hebt ineens een heel geslaagde actie in handen.”

INTERESSANTE ALFA-KLANT

Voor een relatief klein bedrijf is Frank met Salo Household Company een heel interessante Alfa-klant. “We zijn een jong bedrijf, maar we groeien wel heel erg snel. Bjørn Cramer, onze adviseur bij Alfa IJsselstein, ondersteunt ons goed. Voor een bedrijf als het onze, dat in grote aantallen moet inkopen, zijn zaken als

liquiditeit en cashflowplanning heel belangrijk. Daar hebben we zijn support bij nodig. Ik wil acties bedenken en niet een hele avond zitten rekenen aan de cashflow. Veel producten worden in dollars betaald, dus we moeten ook de dollarkoers continu in de gaten houden. Het is hier vanaf de start meteen druk geweest in de relatie met de bank. Bij de Rabobank in Utrecht zijn we ingedeeld in de categorie van de grote klanten. Dat zegt wel iets. We zijn geen complex bedrijf, maar wel een veelomvattend bedrijf. Dan is het prettig als Alfa daar adviserend in kan optreden.”

INTERVIEW

Willemijn Simon
van Leeuwen en
Bart Bennis

GeoFort



Na zes jaar ging vorig jaar een droom voor Willemijn Simon van Leeuwen en Bart Bennis in vervulling. Al leek die droom soms ook wel een nachtmerrie, met bottlenecks op heel veel fronten. Geleidelijk transformeerde een fort van de Hollandse Waterlinie tot een modern science center, gericht op cartografie (kaarten maken) en navigatie. In de buurt van Leerdam kwam alles samen: een spannende locatie, passie voor geotechnieken, Hollandse historie en vooral de mogelijkheden om er een interactief centrum van te maken. Het GeoFort was geboren.

Na 34 vergunningen staat GeoFort op de kaart

Het is 2006 als Willemijn Simon van Leeuwen een telefoontje krijgt van een vriendin. "Het fort hier in Herwijnen komt vrij. Heb je interesse?" Op dat moment is zij met partner Bart Bennis net aan het ondernemen geslagen. "We werkten allebei bij de ANWB, beiden hebben we een opleiding in de geotechniek. Ik was filevoorspeller, Bart cartograaf. We wilden al langer iets voor onszelf. Een eigen bedrijf in de kinderopvang begon net lekker te lopen. En toen kwam dit." 'Dit' was het oude fort bij de Nieuwe Steeg, onderdeel van de Hollandse Waterlinie. Het is gebouwd in 1879, om een stuk land te beschermen dat niet onder water kon worden gezet in tijden van oorlog. Op het terrein van tien hectare staan een oude kazerne, een genieloods en een aantal remises. "We wisten het meteen: een perfecte plek om onze droom te realiseren. We zagen het gelijk al voor ons: dit was de ideale locatie om de jeugd warm te maken voor cartografie en navigatie. Die belangstelling is aan het wegebden. Op de Universiteit Utrecht bestaat mijn studierichting al niet meer. En dat terwijl de geotechniek in onze maatschappij steeds belangrijker wordt, met al die smartphones, Google Earth en Tomtom!" Met hun idee winnen de twee de prijsvraag die Staatsbosbeheer heeft uitgeschreven om het fort een nieuwe bestemming te geven.

GAME MET LEVELS

Het is het begin van een jarenlang traject: met overheden, Staatsbosbeheer, de provincie, banken... Willemijn Simon van Leeuwen: "We hebben het project maar als een ingewikkelde game beschouwd. Een game, die wordt gespeeld in een aantal levels. We hielden onze

banen bij de ANWB nog even aan en zijn in onze avonduren aan het businessplan en aan de uitvoering gaan werken. Met vier kinderen thuis is dat nog een hele opgave." Willemijn gaat er nog eens goed voor zitten in het 3D Café van het GeoFort, waar koffie met 'fortencake' wordt geserveerd. "Het erfpachtcontract zouden we alleen kunnen krijgen als de financiering rond was. De financiers stelden weer als eis dat eerst het erfpachtcontract rond moest zijn. Een vicieuze cirkel. Sponsors wilden pas meewerken als andere sponsors 'ja' hadden gezegd. Staatsbosbeheer kwam met onmogelijke eisen: een contract voor vijf jaar, een canon (bedrag dat je als erfpachter voor de erfpacht jaarlijks aan de eigenaar betaalt) van 50.000 euro en het terrein na afloop terugbrengen in de oorspronkelijke staat. Onmogelijk!"

34 VERGUNNINGEN

Nederland is een land van regeltjes, merken de twee keer op keer. Het was een uitdaging om het bestemmingsplan voor elkaar te krijgen en te voldoen aan alle regels van de brandweer, de provincie en het waterschap. Er moesten 34 vergunningen worden aangevraagd. En dan lijkt het zicht op het door rijk en provincie toegezegde startkapitaal van 5,5 miljoen euro te vervagen: het bestemmingsplan dreigde niet op tijd in procedure te gaan. "Vijf en een half miljoen! Omdat één of ander rapportje niet voldoende is uitgewerkt! Twee weken voor het verstrijken van onze deadline kwam alles toch nog rond. En intussen is iedereen die eerst bedenkingen had tegen onze komst, nu enthousiast. We kunnen lezen en schrijven met Staatsbosbeheer en de gemeente."

“ We zagen het gelijk al voor ons: dit was de ideale locatie om de jeugd warm te maken voor cartografie en navigatie. ”



GEOTECHNIEKEN

"Ongelooflijk belangrijk! Het is bepalend voor klimaatvoorspellingen, het plannen van wijken en het bestrijden van terrorisme."

GEWEERMAKER

"Er heeft nog een geweermaker in het fort gezeten. Die maakte geweren met diamanten erin voor Prins Bernhard."

UITHOUDINGSVERMOGEN

"Dit terrein is tien hectare, maar we hebben aan bijna net zoveel voorwaarden moeten voldoen als Maasvlakte II."

SPONSORS EN FONDSEN

"Financiers wachtten allemaal op elkaar. Toen de eerste 20.000 euro binnen was, groeide het bedrag aan tot één miljoen."

ADVISEURS

"Alles moest onderbouwd worden. We hebben voor tienduizenden euro's adviseurs ingeschakeld."

MINECRAFT

"Ouders hebben geen flauw benul wat voor games hun kinderen spelen. Bij GeoFort worden ze enthousiast gemaakt en zien ze dat gaming een enorme educatieve waarde heeft."



DOOLHOF MET SMARTPHONE

Het oude fort heeft een complete metamorfose ondergaan. Drie dagen voor de officiële opening van het seizoen wordt er nog keihard gewerkt. Maar de unieke opzet van het GeoFort is wel duidelijk. Heel veel afwisselende activiteiten maken duidelijk hoe belangrijk geotechnieken in de wereld zijn. Er is een intelligent doolhof dat met een smartphone kan worden gelopen, cartografie komt tot leven in de prachtig verbouwde kazerne, er is een interactieve globe om terug in de tijd te gaan. Kinderen ondervinden er spelenderwijs hoe onmisbaar geotechniek tegenwoordig is. De ideeën voor de activiteiten komen voor een groot deel van Willemijn en Bart zelf.

CRISISMANAGEMENT OEFENEN

Ook aan andere doelgroepen is gedacht. Bedrijven kunnen er hun vaardigheden in crisismanagement testen, door middel van 'serious gaming': een spel dat de werkelijkheid nabootst. Ook zijn er ruimten die worden verhuurd voor bijvoorbeeld vergaderingen, seminars en presentaties. Er is zelfs een minibuscoopzaal. Nu nog huisvest een oude loods

het auditorium, maar de voorbereidingen voor een nieuw gebouw zijn al in voorbereiding. Dat komt pal naast de kazerne te staan en wordt met grond afgedekt, geheel in stijl.

50.000 BEZOEKERS PER JAAR

Naast gezinnen met kinderen en bedrijven moeten ook scholieren en passanten geld in het laatje brengen. De begroting gaat uit van 50.000 bezoekers per jaar. "In de korte tijd dat we vorig jaar open waren, draaiden we verlies. Dat weet je. Er waren dagen met vijfhonderd bezoekers, maar op andere dagen liepen er tien mensen rond. We willen de afhankelijkheid van het weer verminderen door binnen meer activiteiten aan te bieden. Die ontwikkeling is nog in volle gang."

De locatie midden in het land ligt in ieder geval gunstig. Alle grote steden zijn binnen een uur te bereiken. "We proberen reclame te maken bij bijvoorbeeld NEMO in Amsterdam, dat richt zich op dezelfde doelgroep. Stukjes in kranten dragen ook bij aan onze naamsbekendheid. GeoFort gaat rendabel worden", zegt Willemijn beslist.

CONSTRUCTIEF MEEDENKEN

Met de stap naar het fort namen de twee Alfa in de arm. "Ik denk dat we voor Alfa een interessante klant zijn. We zijn begonnen als klantje met vierhonderd euro omzet, maar ondertussen lijkt de structuur meer op die van een groter bedrijf. Ik verwacht van een accountant primair dat cijfers op de juiste wijze onderbouwd worden. Aan de andere kant moet je als accountant ook met een helicopterview kunnen kijken naar wat er in een onderneming daadwerkelijk gebeurt. De financiële wereld zal nooit mijn wereld worden, maar ik vind Alfa heel goed meedenken op een constructieve manier."

ONDERNEMERSVRAAG

“Wat regel je in een *vof-contract?*”



Een vof kan veel (fiscale) voordelen bieden, maar het is wel van groot belang dat u de zaken hiervoor juridisch goed regelt. Alhoewel er geen wettelijke verplichting is om een vof-contract op te stellen, is het niet slim om hier niets, of te weinig, voor te regelen. In het vof-contract dat u gaat opstellen, vermeldt u allereerst een aantal basale zaken. U legt zo onder meer de ingangsdatum vast, wie wat inbrengt, hoe er gehandeld moet worden bij arbeidsongeschiktheid en de winstverdeling. Maar er zijn nog meer zaken die u beter wel kunt opnemen in het vof-contract. U kunt daarbij denken aan een voorbehoud stille reserves, afspraken over bevoegdheden en hoe de zaken moeten worden afgehandeld als u de samenwerking wilt beëindigen.

VOORBEHOUD STILLE RESERVES

Brengt u als firmant stille reserves in - activa die in werkelijkheid meer waard zijn dan de boekwaarde - dan kunt u een 'voorbehoud stille reserves' opnemen. Zo voorkomt u dat een deel van deze stille reserves bij de inbreng direct overgaat naar de andere firmant. Ook voorkomt u hierdoor dat u direct over deze stille reserves moet afrekenen met de fiscus.

AFSPRAKEN OVER BEVOEGDHEDEN

Als firmant bent u hoofdelijk aansprakelijk voor schulden van de vof; schuldeisers kunnen zich daardoor beroepen op uw gehele vermogen. Omschrijf uw bevoegdheden in het contract

daarom goed. De volgende stap is het inschrijven van de akte in het handelsregister. Als er bijvoorbeeld in uw akte staat dat bij bedragen boven de 10.000 euro schriftelijk toestemming vereist is van alle vennoten, dan kunt u dit ook gebruiken tegen een leverancier. Als één van de vennoten in zo'n situatie onbevoegd handelt, kan de leverancier alleen de handelende persoon aanspreken. De andere vennoot kan zich dan verweren met: 'Ik ben niet aansprakelijk, omdat in onze akte staat dat wij samen zouden moeten tekenen.'

EINDE VAN DE SAMENWERKING

Als u de firma wilt beëindigen, spelen er twee belangrijke zaken. Ten eerste speelt de vraag wie het bedrijf van de firma voortzet. Vraag twee, die hier logisch op volgt, is tegen welke waarde dat gebeurt? Is hier niets specifiek voor geregeld, dan geldt de hoofdregel 'wie opzegt, moet uittreden'. De andere firmant zet dan voort. Vaak is dit ook de bedoeling van partijen. Maar er zijn ook situaties denkbaar, waarbij de toepassing van deze hoofdregel niet gewenst is. Voor die situaties moet u aparte afspraken vastleggen in het vof-contract. Om een voorbeeld te geven: stel, uw zoon treedt toe tot de onderneming. Na een tijdje geeft de samenwerking met uw zoon toch onverwacht veel irritatie aan beide kanten. U besluit daarop alleen verder te willen. Maar let op: als uw zoon niet zelf opzegt, moet u opzeggen. En dan geldt weer 'wie opzegt, moet vertrekken'.

Regelt u dit niet goed, dan mag uw zoon het bedrijf gewoon voortzetten en u niet! Hetzelfde principe speelt bij een man/vrouw-firma. Neem in dat geval in het vof-contract op dat ook echtscheiding een grond is om de samenwerking te beëindigen. Leg daarin ook vast wie in dat geval de onderneming mag voortzetten. Ook hier geldt: degene die niet opzegt, is degene die verder mag. Is er ook nog een concurrentiebeding opgenomen in het contract, dan kunnen de druiven heel zuur zijn.

ALGEMEEN

werkenbijalfa.nl is vernieuwd

De website werkenbijalfa.nl heeft een frisse restyling en uitbreiding ondergaan. Hierdoor kunnen wij ons online aantrekkelijker profileren voor werkzoekende kandidaten. De vernieuwde site laat beter zien wat je als potentiële medewerker van Alfa kunt verwachten.

De site biedt actuele vacatures, mogelijkheden voor studenten en professionals, de sollicitatieprocedure, verhalen van medewerkers, Jong Alfa, de Alfa Academie en meer. Doel is de potentiële medewerker goed te informeren over onze organisatie, werkzaamheden en onze bedrijfscultuur waarin we de klant centraal stellen. Omdat we het in de toekomst nog veel meer moeten hebben van commercieel ingestelde specialisten, zoeken we kandidaten die niet alleen vakinhoudelijk sterk zijn, maar die ook een goed ontwikkeld gevoel hebben voor het signaleren en oppakken van klantwensen. Meer weten? Neem contact op met onze afdeling HRM (088 2531012) of mail naar hrm@alfa.nl.

“Ze kent ons al jaren en heeft toch een frisse blik”



Gerrit-Jan en Marlies Garritsen

hebben in Steenderen een melkveebedrijf, een vakantiewoning (www.logeerensfeer.nl) en een webwinkel.

“Evelien is heel rustig, bedachtzaam en inlevend. Van het begin af aan loopt het heel goed tussen haar en ons. Ze heeft al heel veel werk voor ons gedaan. In 2010 is het bedrijf van mijn ouders naar ons overgegaan. Zij heeft het hele traject voor ons begeleid. In 2010 kwam er een vakantiewoning bij. Dat was het oude huisje van opa en oma, dat bij ons op het erf staat. Marlies kwam op het idee om het huisje als vakantiewoning te gaan verhuren. Dat is echt iets voor haar, woninginrichting. Maar dan komen er ineens weer allemaal boekhoudkundige aspecten bij kijken. Evelien pakt dat dan meteen op. Ze is kritisch. Dat is alleen maar prettig, want dat verwachten we ook van haar. Ze weet op belangrijke momenten sturing te geven. Ze kent ons bedrijf al jaren, en toch heeft Evelien altijd weer een frisse blik. We hebben destijds wel even kritisch gekeken toen we naar Alfa gingen. Maar de manier waarop onze administratie wordt gedaan is heel erg to the point. Vier keer per jaar komen de tussentijdse cijfers via de e-mail binnen, dat gaat allemaal heel erg efficiënt. Daardoor kunnen we de kosten in de hand houden en is het allemaal heel beheersbaar, het werken met een accountant. Gelukkig loopt het allemaal goed. Natuurlijk is het wel eens hectisch met een melkveebedrijf, een vakantiewoning, een webwinkel en kinderen. Je moet heel strak plannen. We hebben sinds vijf jaar twee melkrobots voor de koeien. Daarmee zijn we met het melkveebedrijf in een rustigere fase gekomen.”

Evelien Schuurman

is directeur van Alfa in Zelhem. Sinds acht jaar werkt ze nauw samen met Gerrit-Jan en Marlies.



“Gerrit-Jan en Marlies pakken verbeterpunten snel op”

“Het zijn heel ondernemende types, Gerrit-Jan en Marlies. De relatie dateert uit de tijd dat ze nog alleen het melkveebedrijf hadden. Met het uitreden van de ouders van Gerrit-Jan, een paar jaar terug, is het contact veel intensiever geworden. Ik houd daar wel van, dat ondernemers op zoek gaan naar verbreding van hun bedrijf. En als het dan ook nog iets oplevert, dan is dat alleen nog maar mooier. Als je ziet hoe dat huisje is verbouwd

tot een vakantiewoning: daar herken ik echt de hand van Marlies in. Zij vindt dat prachtig om te doen. Ze besteden veel tijd aan de vakantiewoning en proberen er echt alles uit te halen. En dan te bedenken dat ze ook nog een baan buitenshuis heeft en er thuis twee jonge kinderen wachten. Wat moet dat allemaal niet aan tijd kosten! Zo goed als ze nadenken over dat vakantiehuusje en die webwinkel, zo denken ze ook na over het melkveebedrijf. Wij maken elk kwartaal een

BAS-periodeScore voor hen en daarmee gaan ze aan de slag. In het voorjaar en in het najaar bespreken we nog een keer de cijfers. Gerrit-Jan en Marlies kunnen zelf dingen heel goed analyseren, verbeterpunten pakken ze snel op. Dat zien ze als een uitdaging. Naast de vaste contactmomenten spreken we elkaar als er kansen of vragen zijn. Het is een heel prettige manier van samenwerken.”

UITGELICHT

Donderdag 13.54 uur **Alfa Zutphen**

Er ligt een aardige stapel papier op het bureau van assistent-accountant Ronald Bax. "Ik ben voor een klant bezig met een grote investering. Aardig wat werk ja. Maar ik doe het niet alleen; als het nodig is, haal ik de fiscalist en de kantoorleider erbij." Kantoor Zutphen zit sinds een paar maanden op een nieuwe locatie, aan de Brinkhorst 15a. "Ik ben nog op sollicitatiegesprek geweest in het vorige kantoor. Dat was gewoon moeilijk te vinden! Voor nieuwe klanten zijn we veel zichtbaarder geworden." Met zijn eerdere ervaring bij een grotere accountantsorganisatie kan hij Alfa Zutphen goed beoordelen. "Daar deed ik veel controletaken. Hier hebben we klanten waar je het hele plaatje voor doet. MKB'ers, veel kleinere ondernemingen, zzp'ers. Ze komen met alles bij je aan. Van de administratie tot en met privé-vragen." Auto's zoeken onder tussen hun weg op de N314 waar het kantoor op uitkijkt. "Dat vindt iedereen nou, dat we zo'n mooi uitzicht hebben."



VESTIGINGEN

Alfa Accountants en Adviseurs

| | | | | | |
|---------------|-------------|----------------|-------------|--------------------------|-------------|
| Aalsmeer | 088 2531100 | Klazienaveen | 088 2532250 | Alfa Registeraccountants | 088 2533200 |
| Aalten | 088 2531250 | Kollum | 088 2532400 | Alfa DAS | 088 2533201 |
| Assen | 088 2531550 | Leeuwarden | 088 2532300 | Boficon | 088 2531000 |
| Barneveld | 088 2531400 | Meppel | 088 2533150 | Alfa Subsidieadviseurs | 088 2531000 |
| Bennekom | 088 2531650 | Naaldwijk | 088 2532450 | Alfa Fusies en Overnames | 088 2533202 |
| Bleiswijk | 088 2531850 | Nijkerk | 088 2531500 | | |
| Boskoop | 088 2531200 | Nijverdal | 088 2532750 | | |
| Dodewaard | 088 2531750 | Raamsdonksveer | 088 2532050 | | |
| Gorinchem | 088 2531950 | Wageningen | 088 2531000 | | |
| Groningen | 088 2531600 | IJsselmuiden | 088 2533000 | | |
| Hardenberg | 088 2532850 | IJsselstein | 088 2532900 | | |
| Heerhugowaard | 088 2532100 | Zelhem | 088 2531300 | | |
| Heythuysen | 088 2532150 | Zutphen | 088 2531350 | | |
| Hoevelaken | 088 2532650 | Zwolle | 088 2533050 | | |
| Hoogeveen | 088 2532200 | | | | |



accountants en
adviseurs

De ondernemende mens *centraal*

www.alfa.nl