

Samenwerken en eigenheid behouden

Tekst: Hugo Schrameyer



**SEBASTIAN
VAN WIJK**



**RENÉ
KERSTENS**

Thema's als digitalisering, duurzaamheid en arbeidsmarkt beheersen de dagelijkse turbulentie in de accountancysector. Voor organisaties die hun dienstverlening toekomstbestendig willen maken, is samenwerking vaak een logische stap. Toch hoeft de eigenheid dan niet te verdwijnen. Samenwerken en tegelijk jezelf blijven blijkt een solide basis voor duurzame groei en klantvertrouwen.

Voor Schipper Accountants stond dit jaar in het teken van aansluiting bij Unia, een platform van zelfstandige accountants- en advieskantoren. Volgens bestuurder Sebastian van Wijk van Schipper Accountants was dit een keuze uit overtuiging, niet uit noodzaak. "We willen vooruitgang en professionalisering, maar zonder onze eigen identiteit te verliezen. Schipper blijft Schipper: nuchter, mensgericht en pragmatisch." Ook René Kerstens, bestuursvoorzitter van Unia, benadrukt dat de stap is bedoeld om aangesloten labels sterker te maken richting de toekomst. "Ons uitgangspunt is dat ieder kantoor zijn lokale merk en cultuur behoudt. Wij faciliteren en zetten kracht bij. Het merk dat je lokaal hebt opgebouwd, moet blijven schitteren."

EIGEN IDENTITEIT

De oorsprong van Schipper Accountants ligt in Zeeland, maar inmiddels strekt het werkgebied zich uit tot Rijnmond en Brabant. Met acht vestigingen en een plek in de top 25 behoort het mkb-kantoor tot de grotere spelers, waarbij het bewust vasthoudt aan de menselijke maat en de cultuur van 'doe maar gewoon'.

De aansluiting bij Unia verandert in feite weinig aan de positionering. Ook het dagelijkse werk blijft hetzelfde. Schipper behoudt zijn eigen bestuur, cultuur en klantrelaties. Werkgeverschap en ondernemerschap blijven stevig verankerd in het label. Klanten houden dezelfde vertrouwde adviseurs, maar mét toegang tot een groter netwerk en aanvullende expertise.

De aansluiting roept bij klanten vooral positieve reacties op. Dit komt vooral door het behoud van de vertrouwde naam en vertrouwde gezichten. "Niemand vroeg zich af of onze kernwaarden zouden verwateren. Integendeel: klanten zien dat we nog steeds dezelfde partner zijn, maar nu met meer slagkracht en meer mogelijkheden", aldus Van Wijk. Ook medewerkers reageerden nuchter en nieuwsgierig. Voor de meesten blijft de dagelijkse praktijk dan ook gelijk. Zij werken nog altijd op hetzelfde kantoor, met dezelfde collega's en voor dezelfde klanten. Tegelijkertijd zien zij dat er kansen liggen om kennis uit te wisselen en samen projecten op te pakken met collega's van andere labels. "Dat geeft positieve energie en biedt nieuwe uitdagingen."

TECHNOLOGISCHE VERNIEUWING

Een belangrijke aanleiding voor de samenwerking is de toenemende druk om te investeren in technologie en digitalisering. Als zelfstandig kantoor is het lastig die uitdaging op te pakken. Onder de paraplu van een samenwerkingsverband zijn er logischerwijs meer mogelijkheden om specialistische teams op te zetten en de innovaties door te voeren die klanten én medewerkers verwachten.

De vraag die vooral aandacht vergt, is hoe je gebruik

**"WE WILLEN VOORUITGANG EN
PROFESSIONALISERING, ZONDER
VERLIES VAN EIGEN IDENTITEIT"**

Sebastian van Wijk



**“UNIA IS DE OLIE
DIE DE MOTOR SOEPEL
LAAT DRAAIEN, MAAR
DE KRACHT ZIT IN
DE AFZONDERLIJKE
KANTOREN”**

René Kerstens

kunt maken van digitalisering. Kunstmatige intelligentie kent zijn positieve impact, maar voor een vertrouwensrelatie met de klant blijft menselijk handelen onmisbaar. “Kunstmatige intelligentie is niet in staat het persoonlijke gesprek te vervangen”, vertelt Kerstens.

Naast technologie ziet Unia volgens Kerstens ook kansen in het bundelen van specialistische dienstverlening. De groep richt zich momenteel op deze pijlers: specialistische HR-dienstverlening, corporate finance, ESG & duurzaamheid en digitalisering & innovatie. Door specialistische kennis over deze pijlers te organiseren, ontstaat er een robuustere basis. Teams kunnen groter worden, kennisdeling wordt makkelijker en klanten profiteren van hoogwaardige dienstverlening die lokaal beschikbaar is. Het voorkomt bovendien dat klanten zelf moeten shoppen bij allerlei partijen. Voor Schipper betekent dit dat klanten met uiteenlopende vragen, van duurzame bedrijfsvoering tot complexe financieringsstructuren, direct kunnen worden geholpen binnen de groep.

LABELS ZIJN MOTOR

Waar bij veel fusies en overnames het gevaar van verlies van eigenheid op de loer ligt, kiest Unia bewust voor een andere strategie. “De labels zijn de motor”, zegt Kerstens. “Unia is de olie die de motor soepel laat draaien, maar de kracht zit in de afzonderlijke kantoren. Onze aangesloten partners en accountantskantoren Schipper, Verstegen en Schuiteman behouden hun eigen bestuur, cultuur en merk.”

Volgens Van Wijk sluit dit naadloos aan bij Schipper, waar vrijheid, verantwoordelijkheid en persoonlijke interesse belangrijke uitgangspunten zijn. “Vrijheid krijg je door verantwoordelijkheid te nemen. We stimuleren medewerkers om hun eigen weg te bepalen, initiatieven te ontplooiën en breder actief te zijn dan alleen hun kernwerkzaamheden. Dat past bij ons, en dat blijft zo.”

INVESTEREN IN MENSEN

Een belangrijk instrument bij Schipper is het interne programma Team op Koers, gericht op teamontwikkeling. Daarnaast is er sinds kort Leiderschap op Koers, waarin leidinggevendenden zich verder ontwikkelen. “We zijn trots dat we programma’s hebben ontwikkeld die onze teams en leidinggevendenden verder brengen”, vertelt Van Wijk enthousiast. Hoewel ieder Unia-label eigen accenten legt, is de verwachting dat best practices steeds vaker leiden tot kruisbestuiving tussen de labels. “We zien de kracht van ontwikkeling binnen de labels en onderlinge verbinding als een mooie combinatie”, vult Kerstens aan.

Hoe de samenwerking zich de komende jaren ontwikkelt, zal deels afhangen van de behoeften van klanten en medewerkers. Groei is daarbij geen doel op zich, benadrukt Van Wijk. “We zijn kritisch aan de voordeur. Nieuwe stappen moeten passen bij ons DNA en onze dienstverlening. Liever een stabiel platform met tevreden klanten en medewerkers dan groei om de groei.”